

Der Zusammenhang zwischen sozial- unternehmerischer Motivation und dem Engagement von imp!act-Teilnehmenden



Welche sozialunternehmerische Motivatoren hängen mit dem Engagement für soziale oder ökologische Projektideen von imp!act-Teilnehmenden zusammen?



Titelbilder: euforia (2015).

Auftraggeber

euforia

Co-Director Facilitation, Coaching and Training

Arne Reis

Betreuerin

ETH Zürich

Departement für Management, Technologie und Ökonomie

Lehrstuhl für Arbeits- und Organisationspsychologie

Dr. Dana Unger

Verfasser

Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Angewandte Psychologie

Jan Richner

Abstract

Die non-profit Organisation euphoria bildet junge Erwachsene an viertägigen imp!act-Events dafür aus, soziale und ökologische Herausforderungen lokal anzugehen und damit sozialunternehmerisch tätig zu werden. Die Teilnehmenden erarbeiten in der Gruppe Projektideen zur Lösung einer Herausforderung. Das nachträgliche Engagement für die Projektidee ist freiwillig. Im Rahmen dieser Bachelor-Thesis ging ich der Fragestellung nach, welche sozialunternehmerischen Motivatoren (wie persönliche Erfüllung bei der Arbeit an der Projektidee) mit dem Engagement für die sozialen oder ökologischen Projektideen von imp!act-Teilnehmenden zusammenhängen. Mich auf aktuelle Literatur beziehend, legte ich acht sozialunternehmerische Motivatoren als theoretische Grundlage der Bachelor-Thesis fest und leitete daraus Hypothesen ab. Dabei stellten die sozialunternehmerischen Motivatoren die unabhängigen Variablen und das Engagement für die Projektidee die abhängige Variable dar. Darauf aufbauend wählte ich Skalen, die ich durch einen Online-Fragebogen erhob. Eine Korrelationsanalyse zeigte signifikante Zusammenhänge zwischen den unabhängigen Variablen und der abhängigen Variable, aber auch zwischen den unabhängigen Variablen untereinander. Die erhobenen Kontrollvariablen waren nicht signifikant. Die Regressionsanalyse ohne Kontrollvariablen konnte zeigen, dass die Selbstwirksamkeit in Bezug auf die Projektidee mit dem Engagement für die Projektidee zusammenhängt. Eine Kollinearitätsanalyse bestätigte starke Interkorrelationen zwischen den unabhängigen Variablen. Dies legt die Vermutung nahe, dass neben der Selbstwirksamkeit weitere Variablen für das Engagement relevant zu sein scheinen. Jedoch sind sich die unabhängigen Variablen inhaltlich zu ähnlich, um sie statistisch verlässlich hinsichtlich ihrer Wirkung für das Engagement für die Projektidee überprüfen zu können.

Anzahl Zeichen mit Leerzeichen (ohne Anhang): 91'564.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	2
1. Einleitung	4
1.1 Ziel der Arbeit und Fragestellung	5
1.2 Aufbau der Arbeit	6
2. Theorie zu sozialunternehmerischem Engagement und Hypothesen.....	6
2.1 Modell zu sozialunternehmerischem Engagement.....	7
2.1.1 Persönliche Erfüllung.	8
2.1.2 Gesellschaft helfen.	9
2.1.3 Nicht-monetärer Fokus.....	9
2.1.4 Leistungsorientierung.	10
2.1.5 Verbundenheit zum Problem.	11
2.2 Situationspezifische Motivatoren.	11
2.2.1 Vision.	12
2.2.2 Ziele.	12
2.2.3 Selbstwirksamkeit.....	13
2.3 Motivationalpsychologisches Modell zum Engagement für die Projektidee	14
3. Methode	14
3.1 Stichprobe	14
3.2 Vorgehen	15
3.3 Messinstrumente	15
3.4 Datenanalyse.....	19
4. Ergebnisse	19
5. Diskussion	23
5.1 Interpretation der Ergebnisse und Beantwortung der Fragestellung	23
5.2 Praktische Implikationen.....	27
5.2.1 Vier Quellen der Selbstwirksamkeit gemäß Bandura.	27
5.3 Kritische Würdigung	29
5.4 Abschließende Worte.....	31
6. Literaturverzeichnis	32
7. Abbildungsverzeichnis	36
8. Tabellenverzeichnis.....	36
9. Anhang.....	37
10. Selbstständigkeitserklärung.....	51

1. Einleitung

In den kommenden Jahrzehnten wird die Menschheit vor noch nie da gewesenen Herausforderungen stehen (Martin, 2007). Die Weltbevölkerung wächst exponentiell und benötigt Ressourcen, die die Natur nicht in der notwendigen Geschwindigkeit und Menge herstellen kann. Die Umweltverschmutzung und Ausbeutung des Planeten kann unsere Existenz, wie auch die zukünftiger Generationen, gefährden. Unterernährung und heilbare Krankheiten plagen nach wie vor die Bevölkerung ärmerer Weltregionen. Die Liste an Herausforderungen ist lang. Bekommt die Menschheit diese Herausforderungen nicht unter Kontrolle, kann das katastrophale Folgen haben (Martin, 2007). Der heutigen Jugend wird die Lösungen für diese Probleme auferlegt werden. Was sie dazu braucht, ist das Verständnis für diese Herausforderungen sowie ein starkes Engagement, diese Schwierigkeiten anzugehen (Martin, 2007). Laut Studien der europäischen Union (zitiert nach *imp!act powered by euforia*, 2015), geben in Erhebungen 70 % aller befragten jungen Menschen an, sich für eine nachhaltigere Zukunft engagieren zu wollen, doch lediglich 10 bis 30 % tun dies tatsächlich. Diese Diskrepanz zwischen Bereitschaft und tatsächlichem Engagement gilt es zu überbrücken.

Die non-profit Organisation *euforia* hat sich seit dem Jahr 2007 genau dies zum Ziel gesetzt. Dazu organisiert sie in der Schweiz, und zunehmend auch in Europa, *imp!act-Events*, an denen junge Erwachsene lernen, wie sie sich für globale Herausforderungen lokal engagieren können. Der viertägige *imp!act-Event* ist darauf ausgerichtet, den jungen Menschen die notwendigen Fertigkeiten beizubringen, um *soziale oder ökologische Projektideen* zur Lösung von Herausforderungen auszuarbeiten und umzusetzen (Unterkapitel 5.2 geht vertieft auf den *imp!act-Event* ein). Beispiele für derartige soziale oder ökologische Projektideen können folgende Gestalt annehmen:

Das Unternehmen *Refiller – nachfüllen statt wegwerfen* (2010) unterstützt Firmen, ihre Produkte frei von Verpackungsabfall an den Konsumenten zu bringen (siehe *refiller.ch*). *Essento* (2013) hat sich zum Ziel gesetzt, der Schweizer Bevölkerung die Eiweiß-Ressource der Zukunft, Insekten, schmackhaft zu machen (siehe *essento.ch*). *Do It Yourself Geneva* (2014) organisiert zum Austausch von Know-How Festivals, bei denen beispielweise gelernt werden kann, defekte Objekte eigenständig zu reparieren, statt sie in den Abfall zu werfen (*imp!act powered by euforia*, 2015). Wird im Folgenden von sozialen oder ökologischen Projektideen gesprochen, sind damit derartige Einfälle gemeint. Arbeiten ehemalige *imp!act-Teilnehmende* nach dem Event weiter an ihrer entworfenen Projektidee, engagieren sie sich für die Projektidee. Die Arbeit an der Projektidee ist folglich die Vorstufe für das Engagement für die Projektidee.

Die vorliegende Arbeit erfasst das Engagement für die Projektidee als abhängige Variable. Kahn (1990; in May, Gilson & Harter, 2004) verstehen Engagement bei der Arbeit als die Nutzbarmachung der eigenen Person in einer arbeitsrelevanten Rolle, wobei sich die Person auf körperlicher, kognitiver und emotionaler Ebene einsetzt und zum Ausdruck bringt. Ich

gehe davon aus, dass ein hohes Engagement für eine soziale oder ökologische Projektidee zur Lösung der Herausforderungen unserer Zeit beiträgt.

Praszier und Nowak (2012) machen in ihrem Werk zur Theorie und Praxis des sozialen Unternehmertums deutlich, dass imp!act-Teilnehmende, die sich für eine Projektidee engagieren, der Definition eines/r Sozialunternehmers/in entsprechen. Weiter sieht die Literatur zum sozialen Unternehmertum gesellschaftliche, intrapersonale und individuelle Faktoren für sozialunternehmerisches Engagement als relevant an. Dej (2008) ist der Ansicht, dass gesellschaftliche, intrapersonale und individuelle Faktoren Start-Up Raten zwar mitbestimmen, jedoch letzten Endes Unternehmer/innen willentlich entscheiden, ob sie ein Unternehmen gründen möchten oder nicht. Germak (2013) spezifiziert diese Aussage wenn er schreibt, dass Faktoren wie soziale Netzwerke, das Vorhandensein von finanziellen Mitteln oder geografischen Faktoren den sozialunternehmerischen Prozess zwar beeinflussen, es jedoch die Motivation des Individuums ist, welche angehende Sozialunternehmende dazu bringt, zu handeln und Gelegenheiten wahrzunehmen.

Außer zur Formulierung der Fragestellung, der Hypothesen und der Beantwortung der Fragestellung, werde ich bei den Begriffen Teilnehmende und Event auf das Wort imp!act verzichten. Den Begriff „soziale und ökologische Projektidee“ nenne ich von nun an *Projektidee* (Ausnahme Fragestellung und deren Beantwortung).

1.1 Ziel der Arbeit und Fragestellung

Bei eingehender Befassung mit der Frage, warum sich gewisse Teilnehmende für ihre Projektideen engagieren und andere dies nicht tun, hat sich die Motivation als treibende Kraft herausgestellt und bietet gleichzeitig erfolgsversprechende Ansatzpunkte, die Motivation der Teilnehmenden im Kontext eines Events zu steigern (Germak, 2013). Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, welche sozialunternehmerischen Motivatoren Teilnehmende dazu bringen, sich nach dem Event für ihre Projektideen zu engagieren. Den Begriff *Motivator* verstehe ich als Beweggrund menschlichen Verhaltens (Fröhlich, 2010). Das im Anschluss vorgestellte Modell zu sozialunternehmerischem Engagement (Germak & Robinson, 2013) wurde in einer, zum heutigen Zeitpunkt, einzigartigen qualitativen Studie erstellt und wird im Rahmen dieser Arbeit zum ersten Mal quantitativ überprüft. Ebenso hat die Arbeit zum Ziel, aus den erarbeiteten Konstrukten und den erhobenen Daten, praktische Implikationen zur Erhöhung des Engagements für die Projektideen bei Teilnehmenden aufzuzeigen.

Wie die Einleitung angesprochen hat, braucht unsere Gesellschaft und Umwelt sozial und ökologisch nachhaltige Lösungen auf die Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft. Die Erkenntnisse dieser Arbeit sollen es den Entscheidungsträgern bei euforia ermöglichen, das Engagement der Teilnehmenden für die Projektideen zu erhöhen und damit einen Beitrag für eine nachhaltigere Zukunft zu leisten. Daraus ergibt sich folgende Fragestellung:

Welche sozialunternehmerischen Motivatoren hängen mit dem Engagement für soziale oder ökologische Projektideen von imp!act-Teilnehmenden zusammen?

1.2 Aufbau der Arbeit

Im Anschluss an die Einleitung werde ich Konstrukte zur sozialunternehmerischen Motivation aufzeigen und Hypothesen darüber aufgestellt, in welchem Zusammenhang sozialunternehmerische Motivatoren und das Engagement für die Projektidee stehen. Daraufhin stelle ich die Stichprobe vor, zeige das methodische Vorgehen auf, beschreibe die Messinstrumente sowie die statistischen Datenanalysen. Danach werde ich die Ergebnisse interpretieren und die Fragestellung beantworten. Nach dem Aufführen der praktischen Implikationen für die Entscheidungsträger von euforia nehme ich eine kritische Würdigung der Arbeit vor.

2. Theorie zu sozialunternehmerischem Engagement und Hypothesen

Wie ich in der Einleitung dargelegt habe, handelt es sich beim Engagement für eine Projektidee um das Verfolgen sozialunternehmerischer Ziele. Aus diesem Grund beziehe ich die verwendeten psychologischen Konstrukte dieser Arbeit hauptsächlich aus der wissenschaftlichen Literatur zum sozialen und kommerziellen Unternehmertum. Den Begriff *Konstrukt* verwende ich als einen Systembegriff, dem ein Beziehungsnetz von beobachtbaren Variablen und Annahmen zugrunde liegt (Fröhlich, 2010). Dieses Kapitel stellt die entsprechenden Konstrukte vor und legt dar, warum sie für die Fragestellung von Bedeutung sind. Steers und Porter (1991) definieren Motivation folgendermaßen, wenn sie schreiben „motivation energizes, directs, and sustains actions. It is based on the individual’s needs, values, desires, goals, and intentions, as well as incentives and rewards that affect those internal mechanisms“ (S. 41). Im vorliegenden Theorieteil dienen die Teilkonstrukte dieser Definition als Leitlinie für die Wahl sozialunternehmerischer Motivatoren. Gartner, Bird und Starr (1992) charakterisieren unternehmerische Motivation als die Kräfte, die werdende Unternehmer zum und durch den Entstehungsprozess eines Unternehmens führen. Germak und Robinson (2013) beschreiben Motivation als die Grundbedingung für die Gründung eines Sozialunternehmens.

In einer qualitativen Studie mit angehenden Sozialunternehmern untersuchen Germak und Robinson (2013), welche Motivatoren zu sozialunternehmerischem Engagement führen. Sie definieren den Begriff sozialunternehmerisches Engagement nicht in ihrer Studie, machen in der Einleitung jedoch nachvollziehbar, dass die Umsetzung einer Projektidee als sozialunternehmerisches Engagement zu verstehen ist. Nach meinen Kenntnissen sind diese Studie sowie die Folgestudie von Germak (2013) beim Verfassen der vorliegenden Arbeit die einzigen Publikationen, die spezifisch Fragen des sozialunternehmerischen Engagements nachgehen. Die Ergebnisse der Studie von Germak und Robinson (2013), welche im Anschluss vorgestellt werden, ergaben eine Grundlage (Modell zu sozialunternehmerischem Engagement) für weitere Theoriebildung und Forschung auf dem Gebiet des sozialunternehmerischen Engagements. Die vorliegende Arbeit setzt an diesem Punkt an und überprüft die Gesamtheit Germak und Robinson’s (2013) qualitativer Ergebnisse zum ersten Mal quantitativ.

2.1 Modell zu sozialunternehmerischem Engagement

Germak und Robinson (2013) argumentieren, dass sozialunternehmerisches Engagement eine facettenreiche Mischung aus Motivatoren voraussetzt. Gemäß ihrem Modell zu sozialunternehmerischem Engagement (Germak & Robinson, 2013) sind dies die persönliche Erfüllung, der Wunsch, der Gesellschaft zu helfen, ein non-monetärer Fokus, Leistungsorientierung und die Verbundenheit zum Problem des sozialunternehmerischen Engagements.

Die Abbildung 1 stellt den Zusammenhang zwischen den sozialunternehmerischen Motivatoren und dem Engagement bildlich dar. Dieses Modell nach Germak und Robinson (2013) soll helfen zu verstehen, warum gewisse Teilnehmende ein hohes sozialunternehmerisches Engagement zeigen, während andere dies nicht tun.

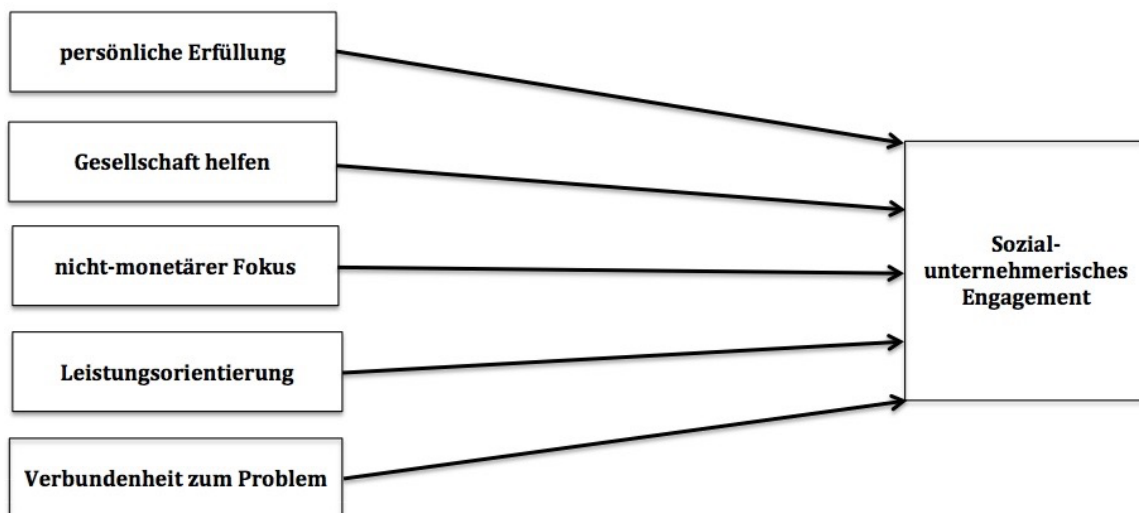


Abbildung 1: Modell zu sozialunternehmerischem Engagement (Germak & Robinson, 2013).

Ich unterscheide diese sozialunternehmerischen Motivatoren als Persönlichkeitsmerkmale (persönliche Erfüllung, Gesellschaft helfen, nicht-monetärer Fokus, Leistungsorientierung) und psychologische Zustände (Verbundenheit zum Problem).

Persönlichkeitsmerkmale und psychologische Zustände sind laut John, Chaplin und Goldberg (1988) Konstrukte die Menschen nutzen, um sich und andere zu beschreiben und zu verstehen. Sie definieren Persönlichkeitsmerkmale als stabile, überdauernde Verhaltensweisen und Gefühle, die zu einem bedeutenden Teil genetisch bedingt sind, jedoch von der Umwelt beeinflusst werden können. Psychische Zustände bezeichnen die Autoren als vorübergehende, kurz anhaltende Verhaltensweisen und Gefühle, die von momentanen Situationen und den Motiven des Individuums abhängen. Dieses Konstrukt dient als grobe Einteilung und berücksichtigt, dass die Grenzen zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und psychologischen Zuständen fließend sind (John, Chaplin & Goldberg, 1988), was sich etwa beim Konstrukt der persönlichen Erfüllung zeigt.

2.1.1 Persönliche Erfüllung.

Germak und Robinson (2013) und Germak (2013) argumentieren, dass persönliche Erfüllung ein zentraler Motivator für sozialunternehmerisches Engagement darstellt, was sie mit dem Konstrukt der Maslowschen Bedürfnishierarchie erklären (Maslow, 2014). Germak (2013) bestätigte die Signifikanz dieses Motivators durch eine für die USA repräsentative Stichprobe von 1214 Teilnehmenden. Die oberste Hierarchiestufe der Maslowschen Bedürfnishierarchie stellt die Selbstverwirklichung dar, die laut Germak (2013) die persönliche Erfüllung miteinschließt. Die persönliche Erfüllung kann erklären, was Menschen beispielsweise dazu treibt, ein Sozialunternehmen zu gründen und damit ihre Vision in die Realität umzusetzen. Demnach fühlen sich gewisse Personen nur befriedigt, wenn sie ihr eigenes Unternehmen leiten, unabhängig arbeiten und ihr Potential voll ausschöpfen können (Germak, 2013). Maslow (2014) versteht menschliche Bedürfnisse als hierarchische Anordnung von Defizit- und Wachstumsbedürfnissen, die mehr oder weniger konkrete Handlungen motivieren. Zu den Defizitbedürfnissen gehören Grund-, Sicherheits-, Soziale und Ich-Bedürfnisse. Doch wie Maslow (1943) aufzeigt, ist die Befriedigung dieser Bedürfnisse nicht ausreichend:

Even if all these needs are satisfied, we may still often (if not always) expect that a new discontent and restlessness will soon develop, unless the individual is doing what he is fitted for. A musician must make music, an artist must paint, a poet must write, if he is to be ultimately happy. What a man *can* be, he *must* be. (S. 382)

Dieses Bedürfnis beschreibt die Selbstverwirklichung, ein Wachstumsbedürfnis, das je nach Individuum unterschiedliche Formen annimmt (Maslow, 2014). Abbildung 2 stellt die Maslowsche Bedürfnishierarchie (2014) bildlich dar. Diese hierarchisch aufgebauten Bedürfnisse sind nach Maslow (2014) bei allen Menschen vorhanden, doch sind es deren Lebensumstände, die ihre Bedürfnisse einer jeweiligen Stufe zuordnen.



Abbildung 2: Die Maslowsche Hierarchie menschlicher Bedürfnisse (Maslow, 2014).

Beispielsweise kann ein kommerzieller Unternehmer von dem Bedürfnis getrieben werden, seiner Familie genügend Lebensmittel und eine sichere Unterkunft zu bieten. Für eine Sozialunternehmerin hingegen, kann das Engagement für einen ökologisch nachhaltigeren Lebensstil eine Ausprägung ihres Bedürfnisses nach Selbstverwirklichung darstellen.

Maslow (2014) ist hinsichtlich des Zustandekommens der exakten Selbstverwirklichungsbedürfnisse sowie deren Befriedigung wenig spezifisch. Das heißt, er zeigt beispielsweise nicht auf, welche Rolle die Gene für die Selbstverwirklichungsbedürfnisse spielen. Was die bisherigen Erklärungen jedoch implizieren ist, dass unterschiedliche Personen die Umsetzung einer Projektidee in unterschiedlichem Masse erfüllt. Laut Maslow (2014) sind Menschen, die die Stufe der Selbstverwirklichung erreicht haben selten. Jene die diese Stufe jedoch erreicht haben, widmen sich einer Berufung zum Wohle ihrer Umwelt und zeichnen sich dabei durch eine große Unabhängigkeit aus. Dieser Argumentationslinie folgend, begünstigen sich soziales Unternehmertum und Selbstverwirklichung gegenseitig. Daraus folgt:

Hypothese 1: Persönliche Erfüllung bei der Arbeit an einer Projektidee hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.1.2 Gesellschaft helfen.

Den Wunsch, der Gesellschaft zu helfen, äußern die Interviewten in Germak und Robinsons (2013) Studie ebenfalls. Er ist unter Angestellten des öffentlichen Dienstes weit verbreitet (Perry, 1996). Das Konstrukt der Motivation für den öffentlichen Dienst sieht das Engagement für das Allgemeinwohl sowie Mitgefühl als Hauptkomponente dieses Wunsches (Perry, 1996), welcher zu sozialunternehmerischem Engagement führt (Germak & Robinson, 2013). Perry (1997) beschreibt Engagement für das öffentliche Interesse als normenbasierter Wunsch, gesellschaftlichen Verpflichtungen nachzukommen und die Interessen der Allgemeinheit über Eigeninteressen zu stellen. Mitgefühl definiert Perry (1996) als tiefgreifende Liebe für alle Menschen und beinhaltet den Imperativ, ihre Rechte, sowie ihr Wohlergehen, zu schützen. In Germak und Robinsons (2013) qualitativer Studie drückten nicht nur ehemalige Angestellte des öffentlichen Dienstes den starken Wunsch aus, der Gesellschaft zu helfen, sondern auch Personen mit einem kommerziell-unternehmerischen Hintergrund. Projektideen haben die Hilfe an der Gesellschaft zum Ziel (imp!act powered by euforia, 2015), warum die Hilfe an der Gesellschaft und das Engagement für die Projektidee zusammenhängen. Daraus folgt:

Hypothese 2: Der Gesellschaft helfen zu wollen hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.1.3 Nicht-monetärer Fokus.

Die Gründung eines sozialen wie auch kommerziellen Unternehmens verlangt ein gewisses Geschick im Umgang mit monetären Angelegenheiten (Germak & Robinson, 2013). In Germak und Robinsons (2013) Studie fokussierten sich die befragten Sozialunternehmer auffallend wenig auf Fragen des Geldes. Aus den qualitativen Daten der Studie (Germak & Robinson, 2013) ist zu entnehmen, dass die Interviewten weder für sich selber, noch für das Unternehmen, Geld als wichtig erachten. Diese Tendenz war bei ehemaligen Sozialarbeitern besonders stark ausgeprägt, wobei sich nicht einmal Personen mit einem betriebswirtschaftlichen Bildungshintergrund darauf fokussierten. Jedoch äußerten Befragte die Ansicht, dass es moralisch nicht vertretbar sei, zu Lasten von Menschen, die Hilfe

benötigen, hohe finanzielle Gewinne einzufahren (Germak & Robinson, 2013). Ob dieser fehlende monetäre Fokus Fragen der sozialen Erwünschtheit, dem Selbstverständnis von Sozialunternehmern oder wahrer Gleichgültigkeit dem Geld gegenüber entspringt, geht aus der qualitativen Studie von Germak und Robinson (2013) nicht hervor.

In diesem Zusammenhang zeigt eine Meta-Analyse von 128 Experimenten über den Effekt extrinsischer Belohnungen auf die intrinsische Motivation ein interessantes Bild: Konkrete Belohnungen, wie etwa Geld, haben bei interessanten Aufgaben eine schädliche Wirkung für die intrinsische Motivation (Deci, Ryan & Koestner, 1999). Das die Arbeit an einer selbstgewählten Projektidee als interessante Aufgabe empfunden wird, ist anzunehmen. Diese Ausführungen sprechen für den Nutzen eines nicht-monetären Fokus für die (intrinsische) Motivation von Sozialunternehmern, die das Engagement für die Projektideen erhöht. Es ist somit anzunehmen, dass die Befragten in der Studie von Germak und Robinson (2013) weder Fragen nach der finanziellen Machbarkeit ihrer Idee, noch Fragen nach ihrem persönlichen finanziellen Verdienst viel Aufmerksamkeit schenkten. Daraus folgt:

Hypothese 3: Ein nicht-monetärer Fokus hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.1.4 Leistungsorientierung.

Entsprechend McClellands (1965) Theorie der Leistungsorientierung haben Personen bei ihrer Arbeit das Bedürfnis, Erfolg zu haben und dafür eine Form der Anerkennung zu erhalten. Dieses Bedürfnis verspüren Sozialunternehmer überdurchschnittlich stark und stehen dabei kommerziellen Unternehmern in nichts nach (Germak & Robinson, 2013). In Germak und Robinsons (2013) qualitativer Studie gaben beinahe alle interviewten Personen den Wunsch an, dass sie mit ihrer Arbeit eine signifikante Wirkung erzielen wollen. Auch das leistungsbedingte Übertreffen ihrer Peers hatte einen hohen Stellenwert für die angehenden Sozialunternehmer. Laut Baum, Frese und Baron (2007) bevorzugen Menschen mit einer hohen Leistungsorientierung mittelschwer herausfordernde Aufgaben anstelle von routinemäßigen oder sehr schweren Aufgaben. Sie übernehmen bereitwillig persönliche Verantwortung, ersuchen Feedback für ihre Leistung und suchen konstant neue oder bessere Wege, ihre Leistung zu optimieren. Außerdem werten sie das Erreichen ihrer Ziele höher als Anerkennung, Status, finanzielle Belohnung oder Sicherheit. Leistungsorientierte Personen bevorzugen folglich Aufgaben und Berufe, die ihrem Leistungsbedürfnis gerecht werden. Sie sind die sogenannten Macher und stellen die Wichtigkeit der zu erreichenden Ziele so hoch, dass die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter oder die ihrer weiteren, z.B. gesundheitlichen Bedürfnisse zu kurz kommen können. Die Validität von Leistungsorientierung ist gut dokumentiert. Die Leistungsorientierung eines Unternehmers korreliert positiv mit dem Erfolg seines Unternehmens (Baum, Frese & Baron, 2007).

Ambrose und Kulik (1999) fügen dem hinzu, dass Leistungsorientierung in der Gegenwart zukünftige Leistung vorhersagt. Diese Ausführungen weisen darauf hin, dass sich leistungsorientierte Teilnehmende stärker für Projektideen engagieren als solche mit einer tiefen Leistungsorientierung. Daraus folgt:

Hypothese 4: Leistungsorientierung hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.1.5 Verbundenheit zum Problem.

Für die interviewten Sozialunternehmenden in der Studie von Germak und Robinson (2013) spielte die Verbundenheit zum sozialen oder ökologischen Problem ihrer Sozialunternehmung eine herausragende Rolle. Dieses Ergebnis stimmt mit etablierten Konstrukten zur Motivation zum öffentlichen Dienst (Hsieh, Yang & Fu, 2011; Perry, 1990) überein, die erklären, wie Organisationen Menschen mit tief verwurzeltem Mitgefühl und Verbundenheit zu ihrer Mission anziehen. Eine beträchtliche Zahl der interviewten Personen erlebte die Schwere des Problems, für das sie sich mit ihren sozialunternehmerischen Bestrebungen einsetzen wollen, am eigenen Leib (Germak & Robinson, 2013). Die hier angefügten Erklärungen legen den Schluss nahe, dass zwischen den Projektideen, für die sich Teilnehmende engagieren und insbesondere ihrer Biografie, ein Zusammenhang besteht. Daraus folgt:

Hypothese 5: Eine Verbindung zum Problem der Projektidee hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.2 Situationsspezifische Motivatoren.

Germak und Robinsons (2013) Modell zu sozialunternehmerischem Engagement erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Außerdem weisen soziales und kommerzielles Unternehmertum gemeinsame Charakteristiken auf (Austin et al., 2006; zitiert nach Germak, 2013). Dies legt den Schluss nahe, dass weitere Motivatoren als die bisher dargelegten, das Engagement für die Projektidee beeinflussen. Was das Modell zu sozialunternehmerischem Engagement von Germak und Robinson (2013) laut Steers und Porter's (1991) Definition von Motivation explizit nicht berücksichtigt, sind Ziele. Diese können jedoch erst effektiv gesetzt werden, wenn eine klare, kohärente Vision vorhanden ist (Locke, 2000). Visionen haben eine motivationale Komponente und laut einer Studie von Baum et al. (2001, zitiert nach Baum, Frese & Baron, 2007) direkte Auswirkungen auf das Wachstum eines Unternehmens. Sobald Teilnehmende eine klare Vision von einer Projektidee haben, können sie damit beginnen, konkrete Ziele zur Umsetzung dieser Vision zu setzen. Selbstwirksamkeit beeinflusst die akzeptierte Schwierigkeit, das Engagement und die Leistung für ein gesetztes Ziel (Wofford et al., 1992; Locke & Latham, 1990; zitiert nach Ambrose & Kulik, 1999). Baum und Locke (2004) bestätigen diese Ausführungen in einer Studie zur Beziehung zwischen unternehmerischen Persönlichkeitsmerkmalen, Fähigkeiten, Motivation und Unternehmenswachstum. Sie weisen eine Korrelation zwischen Vision und Zielen sowie Zielen und Selbstwirksamkeit nach. Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit hängen laut ihren Ausführungen mit Unternehmenswachstum zusammen.

Baum, Frese und Baron (2007) argumentieren, dass motivationale Bedürfnisse, Werte und Wünsche zwar Handlungen beeinflussen, diese jedoch immer in Bezug zu einer spezifischen Situation oder Aufgabe stehen. Im Bereich der Motivation sind das situationsspezifische Visionen, Ziele und Selbstwirksamkeit, welche laut einer Vielzahl von Autoren (Bandura,

1997; House & Shamir, 1993; Locke & Latham, 1990; zitiert nach Baum & Locke, 2004) das Engagement von Individuen und damit die Leistung eines Unternehmens beeinflussen. Umso konkreter unternehmerische Aufgaben, beziehungsweise die Arbeit an einer Projektidee werden, desto mehr gewinnen die situationsspezifischen Motivatoren an Bedeutung (Baum, Frese & Baron, 2007). Das Modell zu sozialunternehmerischem Engagement (Germak & Robinson, 2013) vernachlässigt diese Punkte, wobei Germak und Robinson (2013) nicht auf die Frage eingehen, welche Motivatoren aufgaben- und situationsspezifische Handlungen verursachen und steuern. Die Motivatoren der situationsspezifischen Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit sollen diesen Zusammenhang verständlich machen. Die Erklärungen zu Persönlichkeitsmerkmalen und psychologischen Zuständen (John, Chaplin & Goldberg, 1988) im Unterkapitel 2.1 machen klar, dass eine situationsspezifische Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit der Kategorie der psychologischen Zustände zuzurechnen sind. In der restlichen Arbeit wird in Bezug auf Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit auf den Begriff situationsspezifisch verzichtet (Ausnahme Hypothesen). Dennoch beziehen sich die drei Motivatoren ausschließlich auf die Arbeit an der Projektidee.

2.2.1 Vision.

Laut Bass und Stogdill (1990; zitiert nach Baum & Locke, 2004) ist eine Vision ein projiziertes mentales Bild, das eine Person erreichen will. Da eine Vision ein fernes allgemeines Ziel darstellt, wirkt sie motivierend und reflektiert die Werte und Ergebnisse, die ein Individuum oder Unternehmen anstrebt. Somit sind Visionen die Grundlage für Ziele. Visionen verbessern die Leistung, weil sie die Bedürfnisse und Werte der Personen ansprechen, sie herausfordern, die projizierte Zukunft herbeizuführen und ihre Aufmerksamkeit auf erwünschte Ergebnisse lenken (Kirkpatrick & Locke, 1996; zitiert nach Gielnik & Frese, 2014). Die Attribute einer Vision sind Kürze, Klarheit, Zukunftsorientierung, Stabilität und die Fähigkeit zu inspirieren. Eine Vision beinhaltet kognitive und emotionale Elemente. Visionen haben eine motivationale Wirkung, insbesondere wenn sie sehr spezifisch sind (Baum, Frese & Baron, 2007). Diese Erklärungen suggerieren, dass Visionen das Engagement für die Projektidee begünstigen. Daraus folgt:

Hypothese 6: Eine situationsspezifische Vision hängt bei implact-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.2.2 Ziele.

Die Zielsetzungstheorie nach Locke und Latham (2002) hat gezeigt, dass spezifische, schwierige Ziele durchweg zu höherer Leistung führen, als unklare und einfache Ziele. Fühlt sich ein Individuum zu einem Ziel verpflichtet und besitzt es das dafür notwendige Wissen sowie die Fähigkeiten, entsteht eine lineare Beziehung zwischen dem Ziel und der gezeigten Leistung. Eigens gesetzte Ziele sind wünschenswerter als zugeteilte, auch wenn die Person diese zugewiesen annimmt, weil sie tendenziell ein hohes Engagement mit sich bringen. Zielsetzung wirkt am effizientesten, wenn Ziele positiv formuliert sind, sich Menschen mit ihren Zielen identifizieren und Feedback in Bezug auf die Erreichung dieser Ziele erhalten (Locke & Latham, 2002). Somit helfen Ziele dabei, Menschen zu motivieren, passende

Aufgabenstrategien zu verwenden oder nach passenden Strategien zu suchen, falls ihnen das entsprechende Wissen fehlt (Ambrose & Kulik, 1999). Early et al. (1990; zitiert nach Ambrose & Kulik, 1999) unterscheiden zwei Arten von Ziel-Feedback. Ergebnis-Feedback kommuniziert einer Person, dass eine Veränderung notwendig ist, und Prozess-Feedback kommuniziert einer Person, wie sie sich selbst oder was sie verändern soll.

Locke und Latham (1990; zitiert nach Klein, Wesson, Hollenbeck, Wright & DeShon, 2001) fügen dem hinzu, dass Zielverbundenheit eine essenzielle Voraussetzung für das Erreichen eines Ziels darstellt, angesichts der Tatsache, dass Ziele ohne Verbundenheit keinen motivationalen Effekt haben. Die Zielverbundenheit ist zu definieren als die Entschlossenheit einer Person, ein Ziel zu erreichen. Diese Definition impliziert bei hoher Zielverbundenheit eine zunehmende Anstrengung zur Erreichung des Ziels, Hartnäckigkeit in der Zielerreichung über die Zeit und den Widerwillen, das Ziel zu reduzieren oder aufzugeben. Aus diesen Erklärungen kann geschlossen werden, dass Ziele das Engagement für die Projektidee begünstigen. Daraus folgt:

Hypothese 7: Situationsspezifische Ziele hängen bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.2.3 Selbstwirksamkeit.

Selbstwirksamkeit bestimmt die Art angenommener Herausforderungen, die Stärke des dafür eingesetzten Engagements und den Durchhaltewillen bei Hindernissen. Je höher die empfundene Selbstwirksamkeit ist, desto höher sind die Ziele, welche Menschen sich setzen (Wood & Bandura, 1989) und desto mehr leisten sie in Bezug auf dieses Ziel (Locke & Latham, 1990; zitiert nach Ambrose & Kulik, 1999).

Wood und Bandura (1989) beschreiben Selbstwirksamkeit als „beliefs in one’s capabilities to mobilize the motivation, cognitive resources and course of action needed to meet given situational demands“ (S. 408). Selbstwirksamkeit unterscheidet sich von Selbstvertrauen, das eine allgemeinere Form der Zuversicht darstellt. Denn eine Person kann mit dem Gefühl gesegnet sein, die Herausforderung des Lebens (grundsätzlich) meistern zu können, aber sieht sich zum Beispiel dennoch unfähig, hohe Summen für den Start eines Unternehmens einwerben zu können (Baum, Frese & Baron, 2007).

Eine hohe Selbstwirksamkeitserwartung ist besonders zu Beginn einer Aufgabe entscheidend für Erfolg oder Misserfolg (Ambrose & Kulik, 1999). Baum et al. (2001; zitiert nach Baum, Frese & Baron, 2007) weisen nach, dass die Selbstwirksamkeit von Unternehmensleitenden signifikant positiv mit dem Wachstum eines Unternehmens zusammenhängt. Daraus folgt:

Hypothese 8: Situationsspezifische Selbstwirksamkeit hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

2.3 Motivationalpsychologisches Modell zum Engagement für die Projektidee

Diese Arbeit versteht die drei Motivatoren Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit als Vervollständigung des Modells zu sozialunternehmerischem Engagement nach Germak und Robinson (2013), welches nicht auf Fragen der aufgaben- und situationspezifischen Handlungen eingeht. Außerdem ergänzen die drei Motivatoren die zu Beginn vorgestellte Definition von Motivation (Steers & Porter, 1991), welche von Germak und Robinson's (2013) Modell durch das Auslassen der Ziele im Motivationsprozess nicht umfänglich abgedeckt wurde. Aufgrund der hier dargelegten theoretischen Erkenntnisse, stelle ich das folgende hypothetische Modell auf:

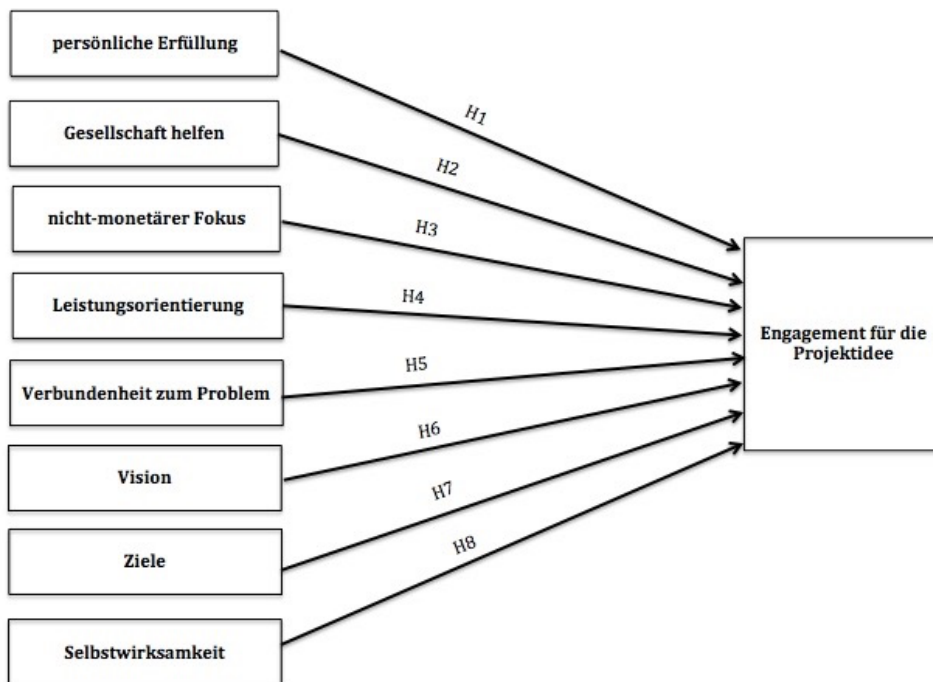


Abbildung 3: Motivationspsychologisches Modell zum Engagement für die Projektidee.

3. Methode

3.1 Stichprobe

Von 2012 bis 2014 führte euforia ein Event in Bern und drei Events in Zürich durch und erreichte dabei 125 Personen. Alle 125 Teilnehmende habe ich über die Onlinebefragungsplattform *SoSciSurvey.de* zur Teilnahme an der Befragung gebeten. Nach dem Versenden von zwei Erinnerungsmails beendeten 34 Teilnehmende den Fragebogen komplett (nachfolgend Fragebogen-Teilnehmende), was einer Rücklaufquote von 27,2 % entspricht. Sieben Teilnehmende (5,6 %) haben den Fragebogen nur teilweise ausgefüllt, warum ich sie aus dem Datensatz ausgeschlossen habe. Eine Person hat den Fragebogen zweimal ausgefüllt, wovon ich nur den ersten Datensatz verwendet habe. Der Fragebogen war so gestaltet, dass nur Teilnehmende, die sich an die Projektidee erinnerten, den Fragebogen ausfüllen konnten. Dies hatte den Ausschluss von zwei weiteren Teilnehmenden (1,6 %) zur Folge. Von den 125 ehemaligen Teilnehmenden reagierten 82 (65,6 %) nicht auf die Bitte zur Jan Richner

Teilnahme. Von den 34 Fragebogen-Teilnehmenden waren 52,9 % weiblich und das Durchschnittsalter lag bei 24,5 Jahren ($SD = 3,8$). Von den Fragebogen-Teilnehmenden verfügten 17,6 % über ein Masterstudium, 41,2% über ein Bachelorstudium, 32,4 % befanden sich noch im Bachelorstudium, 5,9 % haben eine höhere Berufsausbildung abgeschlossen und 2,9 % hatten keine Ausbildung. Von den Fragebogen-Teilnehmenden gaben 76,5 % an, zur Zeit des Events nicht mehr bei ihren Eltern gewohnt zu haben.

3.2 Vorgehen

Das methodische Vorgehen dieser Arbeit gestaltete ich wie folgt: Um die aufgestellten Hypothesen überprüfen zu können, wählte ich Skalen, die meine Studien- und Kontrollvariablen in der Form eines Online-Fragebogens (siehe Anhang) messen konnten. Die Online-Befragungen gab den Teilnehmenden in Bezug auf den Ort und die Zeit der Befragung hohe Flexibilität, was vermutlich der Rücklaufquote zugute kam. Auch ermöglichen Fragebogen, eine Vielzahl von Konstrukten zeitsparend zu erfassen. euforia ist nur im Besitz der Namen und E-Mail Adressen ihrer ehemaligen Teilnehmenden und die Befragung des Engagements für eine Projektidee macht erst drei Monate nach dem Event Sinn (imp!act ZH Evaluation, 2013). Auch diese Punkte sprachen für eine Online-Befragung von den Teilnehmenden aus den Events 2012 bis 2014. Ebenfalls wählte ich den Online-Fragebogen aufgrund der starken Vermutung, dass sich wenige ehemalige Teilnehmende die Zeit für eine eingehendere Befragung, wie zum Beispiel ein halbstrukturiertes Interview, genommen hätten. Alle Personen, die in der Deutschschweiz jemals an einem Event teilgenommen hatten, erhielten eine über die Onlinebefragungsplattform soscisurvey.de versendete E-Mail mit der Bitte, an der Befragung teilzunehmen. Mit der Absicht die Rücklaufquote zu erhöhen, erhielten die Adressaten die Möglichkeit, durch das Beantworten des Fragebogens an einer Verlosung von CHF 100.- teilzunehmen. Die Befragung lief inklusive der zwei Erinnerungsmails vom 26. April bis zum 20. Mai 2015 (25 Tage).

3.3 Messinstrumente

Die Messung der im Theorieteil vorgestellten sozialunternehmerischen Motivatoren (nachfolgend Variablen) beinhalten acht unabhängige Variablen, eine abhängige Variable und drei Kontrollvariablen. Die unabhängigen Variablen sind, wie im Theorieteil bereits aufgegriffen, unterteilt in Persönlichkeitsmerkmale (persönliche Erfüllung, Gesellschaft helfen, nicht-monetärer Fokus, Leistungsorientierung) und psychologische Zustände (Verbundenheit zum Problem, Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit). Danach stelle ich die abhängige Variable Engagement vor. Die Erklärung der Kontrollvariablen, sprich der sozialen Unterstützung, der finanziellen Ressourcen und des Arbeitspensums folgt zum Schluss. Für die Skalen der Variablen persönliche Erfüllung, Verbundenheit zum Problem, Vision, Ziele, Selbstwirksamkeit, Engagement für die Projektidee und soziale Unterstützung, habe ich die Englische Originalversion ins Deutsche übersetzt. Außer den zwei Items zu den finanziellen Ressourcen der Teilnehmenden, mussten alle Fragen vollständig beantwortet werden. Die Berechnung der Skalen-Reliabilitäten (Cronbach's Alpha) habe ich über SPSS vorgenommen.

Die persönliche Erfüllung habe ich mithilfe der Skala *Presence of Purposeful Work* des *Calling and Vocation Questionnaire* (Dik, Eldridge, Steger & Duffy, 2012) erfasst. Die Skala bestand aus vier Items (Beispielitem: „Ich sah die Arbeit an dieser Projektidee als einen Weg, um eine Bestimmung im Leben zu haben“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala betrug inklusiver aller vier Items .860.

Die unabhängige Variable Gesellschaft helfen habe ich mit der Skala *Prosocial Motivators* von Grant (2008) gemessen. Das Messinstrument bestand aus vier Items (Beispielitem: „Mein Handeln im Leben wird dadurch motiviert, dass ich anderen helfen möchte.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller vier Items .751.

Den nicht-monetären Fokus habe ich mithilfe einer verkürzten Version der deutschsprachigen *G-Material Value Scale* (Müller et al., 2013) gemessen. Da diese Skala 15 Items beinhaltete und damit sehr umfassend war, verkürzte ich sie auf neuen Items, was ich auf der Grundlage der neuen-Items Version *Material Value Scale* nach Richins (2004) tat (Beispielitem: „Mein Leben wäre besser, wenn ich bestimmte Dinge besitzen würde, die ich nicht habe.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). Das Item „Ich versuche, mir das Leben einfach zu machen, was Besitz angeht.“ war das Einzige der Skala, welches bei hoher Punktzahl gegen eine materialistische Haltung sprach. Durch das Löschen dieses Items konnte *Cronbach's Alpha* um .111 auf .805 gesteigert werden. Ich vermute, dass die Teilnehmenden dieses Item bei schnellem Lesen falsch interpretierten, was dessen unbefriedigende Reliabilität zur Folge hatte.

Die unabhängige Variable Leistungsorientierung habe ich mit der deutschsprachigen *Achievement Motives Scale* nach Lang und Fries (2006) erhoben. Die Skala ist unterteilt in die Subskalen *Hoffnung auf Erfolg* und *Furcht vor Misserfolg*, die beide fünf Items fassen (Beispielitems: „Ich mag Situationen, in denen ich feststellen kann, wie gut ich bin.“ und „In etwas schwierigen Situationen, in denen viel von mir selbst abhängt, habe ich Angst zu versagen.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller zehn Items .754.

Die Verbundenheit zum Problem habe ich erfasst mit einer gekürzten Skala des *Personal Involvement Inventory* (Zaichkowsky, 1994), die aus zehn Items bestand (Beispielitem: „Die Projektidee (war) ... relevant – irrelevant.“). Die Antwortskala beinhaltete einen zweiseitigen Schieberegler, wobei einer der Begriffe jeweils positiv und sein Gegenstück negativ formuliert war. *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller zehn Items .936.

Die unabhängige Variable der Vision habe ich mit der drei-Item Skala *Vision* nach Griffin, Parker und Mason (2010) erfasst (Beispielitem: „Die Projektidee ... entwarf ein spannendes und attraktives Bild darüber, was mit ihr bewirkt werden soll.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller drei Items .742.

Ziele habe ich mithilfe der *Goal Commitment Items* nach Klein, Wesson, Hollenbeck, Wright und DeShon (2001) erhoben. Die Skala umfasst neun Items (Beispielitem: „Ehrlich gesagt war es mir egal, ob ich dieses Ziel erreiche oder nicht.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller neun Items .720.

Zur Erfassung der unabhängigen Variable der Selbstwirksamkeit nutzte ich die *General Efficacy Scale* nach Chen, Gully und Eden (2001), die acht Items beinhaltet (Beispielitem: „Ich fühlte mich bei der Arbeit an der Projektidee in der Lage, viele Schwierigkeiten erfolgreich zu überwinden.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller acht Items .912.

Die abhängige Variable habe ich mit der Skala *Engagement* (May, Gilson & Harter, 2004) erhoben. Sie ist in die Subskalen kognitives, emotionales und körperliches Engagement unterteilt. Die ersten beiden Subskalen umfassten je vier Items und die des körperlichen Engagements fünf Items (Beispielitems: kognitiv: „Wenn ich an der Projektidee arbeite, lasse ich mich kaum ablenken.“, emotional: „Ich freue mich, wenn die Projektidee vorankommt.“ und körperlich: „Wenn ich an der Projektidee arbeite, setze ich viel Energie ein.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusiver aller 13 Items .873.

Die Wahl der Kontrollvariablen nahm ich aufgrund der Annahme vor, dass die Teilnehmenden über ein Mindestmaß an kognitiven, sozialen, finanziellen und zeitlichen Ressourcen verfügen müssen, für das sie ihre sozialunternehmerische Motivation im Engagement für die Projektidee zum Ausdruck bringen können. Die Datenerhebung hat meine Vorannahme bestätigt, dass über 90 % der Teilnehmenden über eine höhere Schul- und Ausbildung verfügen. Ich bin davon ausgegangen, dass die Teilnehmenden somit über die notwendigen kognitiven Ressourcen für das Engagement für die Projektideen verfügen. Daher sowie angesichts der bereits hohen Komplexität des Modells, habe ich die kognitiven Ressourcen nicht in die Korrelations- und Regressionsanalyse miteinbezogen. Dass persönliche Ressourcen für das Engagement für herausfordernde Aufgaben zentral sind, bestätigt das Züricher Ressourcen Modell (ZRM), welches das Vorhandensein und die Mobilisierung von Ressourcen in den Mittelpunkt von jedem Zielerreichungsprozess stellt (Storch & Krause, 2007). Die Wahl der Kontrollvariablen orientierte sich an den oben vorgestellten Ressourcenkategorien, auf welche ich im Folgenden näher eingehe.

Als soziale Ressource erfasste ich anhand der *Social Support Scale* (Frese, 1999), die soziale Unterstützung, die die Teilnehmenden während und nach dem Event wahrgenommen haben. Es ist meine Vermutung, dass das Engagement für die Projektidee, an der üblicherweise in einem Team gearbeitet wird, stark durch soziale Unterstützung beeinflusst wird. Baum, Frese und Baron (2007) bestätigen die hohe Relevanz sozialer Unterstützung für angehende Unternehmer. Die Social Support Scale (Frese, 1999) umfasst fünf Items (Beispielitem: „Meine Teammitglieder unterstützten mich, so dass ich es bei der Ausarbeitung der

Projektidee leichter hatte.“). Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = trifft gar nicht zu, 5 = trifft völlig zu). *Cronbach's Alpha* der Skala beträgt inklusive aller fünf Items .906.

Die finanziellen Ressourcen erfasste ich über Items die mir ermöglichten, ein Bild der finanziellen Lage der Teilnehmenden zur Zeit der Events zu erlangen. Meine Annahme war es, dass finanzielle Ressourcen den Teilnehmenden eine erhöhte zeitliche und örtliche Flexibilität für ihr Engagement für die Projektidee ermöglichen. Ács, Szerb und Autio (2014) nennen die finanzielle Situation angehender Unternehmer in ihrem Bericht *Global Entrepreneurship and Development Index* als zentral für die Realisierung ihrer Visionen. Die finanziellen Ressourcen zur Deckung der Lebenskosten erfragte ich über die Höhe ihres Einkommen durch bezahlte Arbeit, sowie über die Höhe finanzieller Unterstützung durch die Eltern, den Kanton oder Stiftungen (offene Texteingabe bei beiden Items). Die Beantwortung dieser beiden Items war freiwillig. Die Ergebnisse habe ich in der Datenanalyse zu einer Variable mit der Beschriftung finanzielle Ressourcen zusammen addiert. Die Fragebogen-Teilnehmenden haben angegeben, dass sie zur Zeit des Events im Durchschnitt über CHF 1766.- monatlich verfügten, bei CHF 2433.- Standardabweichung.

Da das Engagement für die Projektidee die Zeit der Teilnehmenden in Anspruch nimmt, erfasste ich das Arbeitspensum der Teilnehmenden über Angaben zum Zeitaufwand für die Arbeit und Ausbildung. Meine Annahme war, dass ein zu hohes Pensum bei der Arbeit und im Studium die Teilnehmenden daran hindert, sich für die Projektidee zu engagieren. Entsprechend habe ich die Teilnehmenden gebeten, in einer offenen Texteingabe anzugeben, wie viele Stunden pro Woche sie zur Zeit des Events einer bezahlten Arbeit nachgegangen sind und in eine Ausbildung investiert haben. Die Antworten zu diesen beiden Items habe ich in der Datenanalyse zu einer Variable mit der Beschriftung Arbeitspensum addiert. Eine Datenerhebung bei ehemaligen Teilnehmenden aus dem Jahre 2013, die durch euforia in Auftrag gegeben wurde, bestätigte die Wichtigkeit der Zeit für die Teilnehmenden. Insgesamt haben 43,75 % der ehemaligen Teilnehmenden des Events in Genf (imp!act GE évaluation, 2013) und 50 % derer aus Zürich (imp!act ZH Evaluation, 2013) angegeben, auch aufgrund fehlender Zeit ihr Engagement für die Projektidee eingestellt zu haben. Die Fragebogen-Teilnehmenden haben angegeben, dass sie zur Zeit des Events pro Woche insgesamt 31,50 Stunden in eine bezahlte Arbeit oder eine Ausbildung investierten. Die Standardabweichung für Arbeitspensum beträgt 30,64 Stunden.

Als Bedingung zur Teilnahme an dem Fragebogen habe ich das Erinnerungsvermögen an die Projektidee erhoben, die die Teilnehmenden während oder nach dem Event ausgearbeitet hatten. Gaben sie an, sich „überhaupt nicht“ an die Projektidee erinnern zu können, gelangten sie auf eine abschließende Seite, auf der ihnen erklärt wurde, dass ihre weitere Teilnahme an der Befragung keinen Sinn macht. Die Antwortskala rangierte von 1 bis 5 (1 = überhaupt nicht, 5 = sehr gut). Zum gedanklichen Auffrischen der Projektidee (auf die sich ein Großteil der nachfolgenden Fragen bezogen), mussten die Teilnehmenden ihre am Event ausgearbeitete Projektidee in wenigen Worten zusammenfassen.

Drei beispielhafte zusammengefasste Projektideen von Fragebogen-Teilnehmenden aus der Stichprobe sind Folgende:

- Eine Plattform bilden, um nicht mehr gebrauchtes Schulmaterial (wie Mikroskope) aus der Schweiz in Entwicklungsländer zu schicken.
- Zum Austausch fast abgelaufener Lebensmittel in Berner Stadtquartieren ein Netz von Kühlschränken schaffen. So können sich Nachbarn gegenseitig Lebensmittel zukommen lassen, die andernfalls im Abfall landen würden.
- Die Schaffung einer Organisation, die das Zusammenleben verschiedener Kulturen stärkt und somit eine Gemeinschaft für hilfesuchende Menschen (wie Asylsuchende, Nothilfebezieher) bietet.

3.4 Datenanalyse

Die gerichteten Hypothesen 1 bis 8 postulieren Zusammenhänge zwischen den unabhängigen Variablen persönliche Erfüllung, Gesellschaft helfen, nicht-monetärer Fokus, Leistungsorientierung, Vision, Ziele, Selbstwirksamkeit und der abhängigen Variable Engagement. Eine Korrelationsanalyse macht diesen Zusammenhang sichtbar (Sedlmeier & Renkewitz, 2008). Um diese zu berechnen, habe ich das Statistik-Programm SPSS verwendet. Nach der Korrelationsanalyse habe ich eine Regressionsanalyse, zuerst mit und dann ohne Kontrollvariablen, aufgestellt. Dies weil die Regressionsanalyse, im Kontrast zur Korrelationsanalyse, die Vorhersehbarkeit von einer abhängigen Variable aufgrund einer unabhängigen Variable messen kann (Sedlmeier & Renkewitz, 2008). Zum Schluss folgte eine Kollinearitätsanalyse. Im Anschluss werde ich die Begriffe Korrelationskoeffizient und Regressionskoeffizient verwenden. Laut Fröhlich (2010) ist ein *Koeffizient* Ausdruck für den Grad, in dem Merkmale oder Beziehungen bei einem Messgegenstand auftreten. Im Falle der Korrelations- und Regressionsanalyse verwende ich ihn als Ausdruck für den Zusammenhang zwischen zwei Variablen. Der Begriff *Analyse* bedeutet Berechnung (Fröhlich, 2010).

4. Ergebnisse

Wie Tabelle 1 aufzeigt, korrelieren die Kontrollvariablen Soziale Unterstützung ($r = -.12$), finanzielle Ressourcen ($r = .34$) und Arbeitspensum ($r = -.21$), sowie die unabhängigen Variablen Gesellschaft helfen ($r = .25$) und nicht-monetärer Fokus ($r = -.27$) nicht signifikant mit der abhängigen Variable Engagement für die Projektidee. Die unabhängigen Variablen Persönliche Erfüllung ($r = .051$), Leistungsorientierung ($r = .052$), Verbundenheit zum Problem ($r = .50$), Vision ($r = .47$), Ziele ($r = .66$) und Selbstwirksamkeit ($r = .74$) korrelieren auf Niveau 0,01 hoch signifikant mit der abhängigen Variable Engagement für die Projektidee. Diese Zahlen weisen laut der Konvention nach Cohen (1988; in Sedlmeier & Renkewitz, 2008) auf mittelstarke bis starke Zusammenhänge hin.

Auffallend sind die starken und signifikanten Korrelationen (auf *alpha-Niveau* 0.05 und 0.01) zwischen den unabhängigen Variablen Persönliche Erfüllung, Leistungsorientierung, Verbindung zum Problem, Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit.

Tabelle 1

Mittelwerte und Standardabweichungen der Variablen sowie Korrelationskoeffizienten zwischen den Variablen

Variable	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 Soziale Unterstützung	3.58	0.82	-										
2 Finanzielle Ressourcen	17.66	24.33	-.13	-									
3 Arbeitspensum	31.50	30.64	.46**	.42*	-								
4 Persönliche Erfüllung	2.78	0.93	-.02	.19	-.22	-							
5 Gesellschaft helfen	4.16	0.62	-.13	.34	-.05	.31	-						
6 Nicht-monetärer Fokus	1.80	0.55	.18	-.26	.20	-.33	-.16	-					
7 Leistungsorientierung	3.94	0.42	.09	.20	-.34*	.41*	.24	-.12	-				
8 Verbundenheit zum Problem	72.51	18.77	.04	.30	-.18	.50**	-.03	-.19	.43*	-			
9 Vision	3.40	0.74	.18	.31	-.14	.33	.09	-.12	.10	.36*	-		
10 Ziele	3.55	0.50	.04	.47*	-.28	.63**	.26	-.35*	.54**	.67**	.43*	-	
11 Selbstwirksamkeit	3.58	0.70	-.14	.55**	-.07	.51**	.25	-.33	.54**	.56**	.49**	.68**	-
12 Engagement für die Projektidee	3.58	0.57	-.12	.34	-.21	.51**	.25	-.27	.52**	.50**	.47**	.66**	.74**

Anmerkungen. $N = 34$. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Insbesondere die starken, hoch signifikanten Zusammenhänge zwischen den unabhängigen Variablen und der abhängigen Variable betrachte ich in einer multiplen Regressionsanalyse genauer. Die Ergebnisse der Regressionsanalyse sind in Tabelle 2 angegeben. Dabei ist ersichtlich, dass unter Miteinbezug der Kontrollvariablen keine unabhängige Variable das Engagement für die Projektidee vorhersagen kann, sprich keiner der Regressionskoeffizienten signifikant ist.

Tabelle 2

Regressionsanalyse zur Vorhersage von Engagement aufgrund sozialunternehmerischer Motivatoren mit Kontrollvariablen

Variablen	Engagement für die Projektidee	
	Modell 1	Modell 2
Kontrollvariablen		
Soziale Unterstützung	-.10	.17
Finanzielle Ressourcen	.34	-.35
Arbeitspensum	-.06	.48
Unabhängige Variablen		
Persönliche Erfüllung		.04
Gesellschaft helfen		.04
Nicht-monetärer Fokus		-.11
Leistungsorientierung		.33
Verbundenheit zum Problem		-.16
Vision		.15
Ziele		.41
Selbstwirksamkeit		.34
R ²	.12	.59
F (R ²)	.87	1.59
ΔR ²		.48
F (ΔR ²)		1.77

Anmerkungen. N = 34. * p < .05; ** p < .01; *** p < .001.

Wie in Tabelle 1 aufgeführt, korrelieren die Kontrollvariablen der sozialen Unterstützung, der finanziellen Ressourcen und des Arbeitspensums laut Cohen (1988; in Sedlmeier & Renkewitz, 2008) nicht signifikant mit Engagement für die Projektidee.

Aufgrund der mangelnden Relevanz dieser Kontrollvariablen, erstelle ich in einem nächsten Schritt eine multiple Regressionsanalyse ohne Kontrollvariablen. Das Modell ohne Kontrollvariablen zeigt andere Ergebnisse. Wie in Tabelle 3 unter F (R^2) ersichtlich, ist das motivationspsychologische Modell zum Engagement für Projektideen ohne Kontrollvariablen mit 5.07 signifikant.

Tabelle 3

Regressionsanalyse zur Vorhersage von Engagement aufgrund sozialunternehmerischer Motivatoren ohne Kontrollvariablen

Engagement für die Projektidee	
Unabhängige Variablen	Modell 1
Persönliche Erfüllung	.06
Gesellschaft helfen	.03
Nicht-monetärer Fokus	.01
Leistungsorientierung	.13
Verbundenheit zum Problem	-.02
Vision	.14
Ziele	.20
Selbstwirksamkeit	.44*
R^2	.62
F (R^2)	5.07**

Anmerkungen. N = 34. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Ebenso zeigt Tabelle 3 einen signifikanten Regressionskoeffizienten zwischen Selbstwirksamkeit und Engagement für die Projektidee. Diese Ergebnisse bestätigen teilweise Hypothese 8, die einen Zusammenhang von Selbstwirksamkeit und Engagement für die Projektidee vorhersagt. Die Hypothesen 1 bis 7 sind zu verwerfen.

Die starken und hoch signifikanten Korrelationen zwischen den unabhängigen Variablen Persönliche Erfüllung, Leistungsorientierung, Verbundenheit zum Problem, Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit geben einen Hinweis auf Multikollinearität (Universität Zürich, 2015). Zur Überprüfung der Multikollinearität gibt SPSS zwei Statistiken aus; den *Toleranzwert* und den *VIF* (variance inflation factor). Urban und Mayerl (2006; zitiert nach Universität Zürich, 2015) nennen kritische Werte, ab denen von Multikollinearität auszugehen ist. Sie empfehlen, dass zur Annahme der Multikollinearität der Toleranzwert nicht unter 0.25 und der VIF nicht über 5 liegen darf. Tabelle 4 zeigt auf, dass die unabhängigen Variablen interkorrelieren. Im nachfolgenden Kapitel interpretiere ich diese Ergebnisse und nutze sie zur Beantwortung der Fragestellung.

Tabelle 4

Kollinearitätsanalyse ohne Kontrollvariablen zur Bestimmung der Multikollinearität unter den unabhängigen Variablen

Unabhängige Variablen	Engagement für die Projektidee		
	Modell 1	Toleranz ^a	VIF ^b
Persönliche Erfüllung	.06	.53	1.87
Gesellschaft helfen	.03	.78	1.28
Nicht-monetärer Fokus	.01	.80	1.24
Leistungsorientierung	.13	.57	1.76
Verbundenheit zum Problem	-.02	.47	2.15
Vision	.14	.67	1.50
Ziele	.20	.32	3.10
Selbstwirksamkeit	.44*	.40	2.50
R ²	.62		
F (R ²)	5.07**		

Anmerkungen. N = 34. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$. ^a Werte > .25 weisen auf Multikollinearität; ^b Werte < 5 weisen auf Multikollinearität (Urban & Mayerl, 2006, zitiert nach Universität Zürich, 2015).

5. Diskussion

5.1 Interpretation der Ergebnisse und Beantwortung der Fragestellung

Die Ergebnisse der Datenanalysen bei 34 ehemaligen Teilnehmenden ergeben laut der Konvention nach Cohen (1988; in Sedlmeier & Renkewitz, 2008) starke Zusammenhänge zwischen den unabhängigen Variablen persönliche Erfüllung, Leistungsorientierung, Verbundenheit zum Problem, Vision, Zielen, Selbstwirksamkeit und der abhängigen Variable Engagement für die Projektidee. Die unabhängigen Variablen Gesellschaft helfen und nicht-monetärer Fokus korrelieren nicht signifikant mit der abhängigen Variable Engagement für die Projektidee. Die Regressionsanalyse mit den Kontrollvariablen ergibt keine signifikanten Regressionskoeffizienten. Da die Kontrollvariablen nicht signifikant waren, führte ich eine Regressionsanalyse ohne Kontrollvariablen durch. Das Ergebnis war einen signifikanter Regressionskoeffizient zwischen Selbstwirksamkeit und Engagement für die Projektidee. Die unabhängigen Variablen korrelieren stark und hoch signifikant untereinander, warum ich eine Kollinearitätsanalyse durchgeführt habe. Die Kollinearitätsanalyse bestätigte eine starke Multikollinearität unter den unabhängigen Variablen. Dies legt nahe, dass das hypothetische Modell aufgrund der hohen inhaltlichen Ähnlichkeit der Variablen nicht bestätigt werden konnte. Die Ergebnisse bestätigen die Hypothese 8 teilweise und verwerfen die Hypothesen 1 bis 7. Somit kann die Fragestellung, welche sozialunternehmerischen Motivatoren mit dem

Engagement für soziale oder ökologische Projektideen von imp!act-Teilnehmenden zusammenhängen, folgendermaßen beantwortet werden:

Die empfundene Selbstwirksamkeit in Bezug auf die soziale oder ökologische Projektidee hängt bei imp!act-Teilnehmenden positiv mit dem Engagement für die Projektidee zusammen.

Germak und Robinson (2013) haben mit ihrer qualitativen Studie ein Modell zu sozialunternehmerischem Engagement aufgestellt (Abbildung 1). Die eigene quantitative Datenerhebung konnte das Modell nicht bestätigen. Die Datenanalysen und Variablen werde ich nun im Einzelnen diskutieren. Der Fragebogen wurde von 34 Teilnehmenden komplett ausgefüllt. Diese niedrige Zahl führte zu einer geringen Menge an Information für die Korrelations- und Regressionsanalysen, was zu den nicht signifikanten Korrelations- und Regressionskoeffizienten beigetragen haben kann. Bei einer höheren Anzahl an Fragebogen-Teilnehmenden wäre es möglich gewesen, dass auch die Variablen Gesellschaft helfen und nicht-monetärer Fokus mit dem Engagement für die Projektidee signifikant korrelieren. Auch hätte eine höhere Informationsmenge zu zusätzlichen signifikanten Regressionskoeffizienten und damit zur Bestätigung weiterer Hypothesen führen können.

Die Kollinearitätsanalyse bestätigte die Vermutung der Multikollinearität unter den unabhängigen Variablen. Ist die Multikollinearität zu hoch, geht der Regressionsanalyse durch die Überschneidung der Streuungen der unabhängigen Variablen Information verloren, was die Überprüfung der Hypothesen erschwert (Universität Zürich, 2015). Dies impliziert, dass sich die Variablen inhaltlich zu ähnlich sind (das heißt, sie messen ähnliche Konstrukte), um die Hypothesen verlässlich überprüfen zu können. So werden in der Regressionsanalyse einzelne Zusammenhänge der unabhängigen Variablen mit der abhängigen Variable Engagement für die Projektidee nicht signifikant, obwohl sie zur Varianz des Gesamtergebnisses beitragen (Universität Zürich, 2015). Eine inhaltliche Ähnlichkeit ist insbesondere zwischen Leistungsorientierung und Selbstwirksamkeit (Yusuf, 2011), Vision und Zielen (Locke, 2000; Ambrose & Kulik, 1999) sowie aufgrund der inhaltlichen Ähnlichkeit zwischen persönlicher Erfüllung und Verbundenheit zum Problem gegeben. Ich gehe davon aus, dass die Beschäftigung mit einer Projektidee, zu der eine persönliche Verbindung besteht, erfüllender ist als ohne diese Verbindung. Außerdem ist das Teilkonstrukt des Mitgefühls, wie in der Beschreibung der Konstrukte im Theorieteil nachvollziehbar, für persönliche Erfüllung und Verbundenheit zum Problem zentral. Wood und Bandura (1989) sehen die Selbstwirksamkeit als zentral für die Leistungsfähigkeit in Bezug auf gesteckte Ziele an. Diese theoretischen Überlegungen sowie die statistischen Ergebnisse zur Multikollinearität bestätigen die Relevanz der gefundenen Korrelationen, weisen jedoch darauf hin, dass das aufgestellte Modell (Abbildung 3) zur Bestätigung differenziert werden muss. Beispielsweise kann es sein, dass Variablen wie Leistungsorientierung, Selbstwirksamkeit und Ziele nicht wie von mir angenommen, unabhängig sind voneinander, sondern die gleiche Ursache haben. Ebenso ist es möglich, dass Leistungsorientierung zu Selbstwirksamkeit und diese zu Zielverbundenheit führt. Im Folgenden interpretiere ich zuerst das Ergebnis zur teilweise bestätigten Hypothese 8 und danach die Ergebnisse der restlichen Hypothesen.

Selbstwirksamkeit steht im Zusammenhang mit der Schwierigkeit eines Ziels (Wood & Bandura, 1989) sowie der Leistungsfähigkeit für das gesteckte Ziel (Locke & Latham, 1990; zitiert nach Ambrose & Kulik, 1999). Der mit der Selbstwirksamkeit einhergehende Glaube, spezifische Herausforderungen meistern zu können, mobilisiert die Motivation und kognitiven Ressourcen einer Person, um Herausforderungen zu überwinden. Die empfundene Selbstwirksamkeit ist besonders zu Beginn einer neuen Aufgabe von großer Bedeutung (Wood & Bandura, 1989). Die Datenanalysen haben unter Ausschluss der Kontrollvariablen aufgezeigt, dass die Selbstwirksamkeit in Bezug auf die Projektidee das Engagement für die Projektidee vorhersagt. Es ist davon auszugehen, dass Selbstwirksamkeit von anderen unabhängigen Variablen wie der Leistungsorientierung vorhergesagt wird. Dafür spricht, dass Selbstwirksamkeit in der Korrelationsanalyse mit fünf der sieben unabhängigen Variablen stark und hoch signifikant zusammenhängt. Vermutlich stehen die Variablen der Selbstwirksamkeit und des Engagements für die Projektidee in einem anderen Zusammenhang, als dem von mir hypothetisiert. Das die Regressionsanalyse mit den Kontrollvariablen keinen signifikanten Regressionskoeffizienten ergab, kann ein Hinweis auf die hohe Komplexität des hypothetisierten Modells sein.

Die Korrelationsanalyse bestätigte die Relevanz der Variable persönliche Erfüllung für das Engagement für die Projektidee, nicht jedoch die Regressionsanalysen. Das Ergebnis der Kollinearitätsanalyse unterstützt die Annahme, dass die persönliche Erfüllung der Variable der Verbundenheit zum Problem inhaltlich zu ähnlich ist, was einen signifikanten Regressionskoeffizienten zwischen persönlicher Erfüllung und Engagement für die Projektidee verhindert haben kann. Die niedrige Zahl an Fragebogen-Teilnehmenden reduziert die Informationsmenge für die Regressionsanalyse zusätzlich. Aus theoretischer Sicht spricht gegen die Hypothese 1, dass gemäß Maslow (2014) nur sehr wenige Personen die Entwicklungsstufe der Selbstverwirklichung erreichen, was für die persönliche Erfüllung eine Voraussetzung darstellt. Dieser Argumentationslinie folgend konnten die Fragebogen-Teilnehmenden bei der Arbeit an der Projektidee während oder nach dem Event nur in Ausnahmefällen persönliche Erfüllung empfinden.

Die Variablen Gesellschaft helfen (Hypothese 2) und nicht-monetärer Fokus (Hypothese 3) sind weder in der Korrelations- noch der Regressionsanalyse signifikant. Es ist möglich, dass die Korrelationskoeffizienten der beiden Variablen bei einer höheren Anzahl an Fragebogen-Teilnehmenden signifikant wären. Dass die Variable Gesellschaft helfen im Vergleich zu anderen unabhängigen Variablen in der Korrelationsanalyse nicht signifikant ist, überrascht angesichts der Tatsache, dass die Events, wie auch das Engagement für die Projektidee, die Hilfe an der Gesellschaft zum Ziel haben. Wie in Tabelle 1 angegeben, ist der Mittelwerte der Variable Gesellschaft helfen der höchste aller unabhängigen Variablen und die Standardabweichung durchschnittlich. Dies spricht für eine altruistische Orientierung der Teilnehmenden. Möglich ist jedoch, dass Teilnehmende, die sich nach dem Event tatsächlich für die Projektidee engagieren, in erster Linie nicht altruistische, sondern egoistische Interessen verfolgen (wie persönliche Erfüllung oder Leistungsorientierung). Dass sich der Zusammenhang zwischen nicht-monetärem Fokus und Engagement für die Projektidee nicht bestätigt hat, kann mit der negativen Besetzung der verwendeten Materialismus-Skala einhergehen. Dass das Zielpublikum von euphoria in einer nicht anonymen Befragung angibt,

andere mit Besitztümern beeindruckt zu wollen oder ihr Lebensglück im Konsum zu suchen, würde überraschen. Denkbar ist daher, dass die Skala ein Antwortverhalten gemäß sozialer Erwünschtheit begünstigt.

Für die Verwerfung der Hypothese 4 zur Leistungsorientierung sehe ich drei mögliche Gründe. Die niedrige Anzahl an Fragebogen-Teilnehmenden und die Multikollinearität hat die Informationsmenge für einen signifikanten Regressionskoeffizienten in der Regressionsanalyse zu sehr reduziert. Yusuf (2011) bestätigt eine inhaltliche Ähnlichkeit zur Selbstwirksamkeit. Ausgehend von einem theoretisch-methodischen Gesichtspunkt ist denkbar, dass die verwendete Skala die Variable nicht bestmöglich erfassen konnte. Die verwendete Skala war unterteilt in zwei Teilvariablen-Hoffnung auf Erfolg und Furcht vor Misserfolg. Diese Unterteilung provoziert vermutlich ein polarisierendes Antwortverhalten und kann deswegen in Frage gestellt werden. Der Hypothese 4 widersprechen würde die Annahme, dass eine hohe Leistungsorientierung für das Engagement für die Projektidee nicht zwingend ist, aber eine unterdurchschnittliche Leistungsorientierung, und damit die Furcht vor Misserfolg, das Engagement für die Projektidee stark reduziert.

Der Zusammenhang zwischen Verbundenheit zum Problem und Engagement für die Projektidee wurde nicht bestätigt. Die niedrige Informationsmenge für die Regressionsanalyse könnte zur nicht-Signifikanz des Regressionskoeffizienten geführt haben. Die Bestätigung der Hypothese 5 verhindert haben könnte der Prozess zur Findung der Projektidee während den Events. Die Projektideen werden in einer Gruppe erarbeitet, wobei die Teilnehmenden ihre Interessen und Wünsche nicht immer durchsetzen können. Wird den Teilnehmenden das Erarbeiten einer Projektidee, zu der sie sich verbunden fühlen zu sehr erschwert, behindert dies die Messung eines bestehenden Zusammenhangs.

Das Problem der Informationsmenge für die Regressionsanalyse stellt sich auch bei der Variable Vision (Hypothese 6). Aus theoretisch-methodischen Überlegungen sehe ich die Möglichkeit, dass die gewählte Skala die Variable der Vision nicht in alle ihren Facetten erhob. Allerdings ist anzumerken, dass sich keine Skala finden lässt, die die vielseitigen Attribute einer Vision (nach Baum, Frese & Baron, 2007) misst und in einer standardisierten Weise auswerten lässt.

Abgesehen von der niedrigen Informationsmenge für die Regressionsanalyse, ist es auch bei der Variable hinsichtlich der Ziele möglich, dass ich mit der Skala nicht alle Facetten der Variable erfassen konnte. Ich wählte diese Skala, weil sich keine finden lässt, die die Attribute eines gesetzten Ziels (nach Locke & Latham, 2002) standardisiert und effizient misst. Die verwendete Skala hat lediglich die Verbundenheit zum Ziel gemessen. Es ist denkbar, dass die Attribute der Ziele, für die die Teilnehmenden eine Verbindung zeigen, ebenso wichtig sind wie dass sie überhaupt eine Verbindung zu den Zielen haben. Das heißt, dass hohe Zielverbundenheit der Teilnehmenden nicht signifikant zu höherem Engagement für die Projektidee führen muss, wenn die Ziele nicht auch spezifisch, schwierig, positiv formuliert und eigens gesteckt sind. Die nachfolgend aufgeführten praktischen Implikationen sollen den Entscheidungsträgern bei Euphorie helfen, das Engagement der Teilnehmenden für die Projektideen zu erhöhen und so mit ihren Events eine noch stärkere Wirkung zu erzielen.

5.2 Praktische Implikationen

Engagieren sich Teilnehmende für die Projektidee ist dies das Resultat eines monatelangen Prozesses. Um das Engagement für die Projektidee zu erhöhen, kann euforia vor, während oder nach dem Event intervenieren. Zum besseren Verständnis der praktischen Implikationen folgt eine Erklärung dieses Prozesses. Vor dem Event nutzen euforia-Volontärs online und offline Medien um potentielle Teilnehmende auf den Event aufmerksam zu machen. Ein Beispiel für die Online-Anwerbung ist die Nutzung von Facebook und eines für die offline Anwerbung ist das Verteilen von Flyers auf einem Universitätscampus.

Der erste Tag des Events ist der Inspiration der Teilnehmenden gewidmet. Ehemalige Teilnehmende stellen ihre laufenden Projekte vor und die neuen Teilnehmenden tauschen eigene Ideen aus. Tag zwei steht im Zeichen der Kreativität, wobei die Teilnehmenden lernen, ihre Ideen in konkrete Projekte umzuwandeln. Gleich darauf werden die Projektgruppen geformt und die Arbeit an den Projektideen beginnt. Am dritten Tag wird die Projektidee einer Realitätsprüfung unterzogen. Dazu gehört die Durchführung von Umfragen und das Treffen von möglichen *Stakeholdern* (imp!act powered by euforia, 2015). euforia sieht folgende *Project success criterias* (how to become a Changemaker, 2015) für die Projektideen: Sie sollen relevant, machbar, kreativ und innovativ sein, das Potential haben, eine positive Wirkung zu erzielen, finanziell durchführbar (nach Business-Modell) und präsentierbar sein. Am letzten Tag überarbeiten die Gruppen ihre Projektideen wenn nötig ein letztes Mal bevor sie die Projektideen einer Jury vorstellen (imp!act powered by euforia, 2015). Das Feedback der Jury steht im Zeichen des Empowerments und der Motivation der Teilnehmenden (experts forum, 2015). Von euforia geschulte Angestellte und Volontärs (Moderatoren) moderieren die Events.

Nach dem Event sind die Teilnehmenden absolut frei zu entscheiden, ob sie ihre Projektidee verfolgen möchten. Den Teilnehmenden, die sich nach dem Event für die Projektidee engagieren, steht ein Coaching zur Verfügung. Dies wird durch euforia oder eine Partnerorganisation durchgeführt.

5.2.1 Vier Quellen der Selbstwirksamkeit gemäß Bandura.

Die Ergebnisse der Datenanalyse haben aufgezeigt, dass die Selbstwirksamkeit der Teilnehmenden in Bezug auf die Arbeit an der Projektidee ihr Engagement für die Projektidee vorhersagt. Aufgrund dieser Bedeutung werde ich zusätzliches Wissen zur Selbstwirksamkeit aufführen, um somit die praktischen Implikationen aufzuzeigen. Die Beschreibung von Selbstwirksamkeit im Theorieteil legt nahe, dass die Selbstwirksamkeit vor, während und nach dem Event relevant ist für das Engagement für die Projektidee. Wenn potentielle Teilnehmende beispielsweise beim Lesen der imp!act-Broschüre zur Überzeugung kommen, dass sie ohnehin nicht die Fähigkeiten zum/r sozialen Unternehmer/in haben, werden sie auch nicht an dem Event teilnehmen. Diese Zweifel in die eigenen Fähigkeiten können auch während oder nach dem Event entstehen und das Engagement für die Projektidee reduzieren oder verhindern.

Bandura (1994) nennt vier Quellen der Selbstwirksamkeit. Diese sind:

- Verbale Ermutigung
- Stellvertretende Erfahrung
- Emotionale Erregung
- Eigene Erfolgserlebnisse

Diese vier Quellen werden nun eingehender erläutert, um die praktischen Implikationen aufzeigen zu können. Die Reihenfolge entspricht dabei den Teilprozessen vor, während und nach dem Event.

Verbale Ermutigung: Verbale Ermutigung aus dem sozialen Umfeld führt laut Bandura (1994) zu erhöhter Anstrengung und Durchhaltewillen. Doch ist mit dem Ermutigten Vorsicht geboten. Unrealistisch geweckte Erwartungen sind schädlicher für die Selbstwirksamkeit, als keine spezifischen Erwartungen. Intuitiv leicht nachvollziehbar ist die schädliche Wirkung von Äußerungen, die die Fähigkeiten einer Person untergraben oder schmälern (Bandura, 1994). euforia-Volontärs können bei der Anwerbung potentieller Teilnehmenden diese ermutigen, ihre Fähigkeiten für die Arbeit an einer Projektidee einzusetzen. Wie angesprochen, dürfen sie dabei keine unrealistischen Erwartungen wecken. Es ist gut vorstellbar, dass diese Ermutigung über eine nahestehende Person effektiver ist, als über eine unbekannte Person. Teilnehmende könnten während des Events gebeten werden, ihre positiven Erfahrungen über die Arbeit an ihrer Projektidee mit Bekannten zu teilen und diese zur Teilnahme an einem Event aufzufordern. Kommen im Laufe des Events bei den Teilnehmenden fähigkeitsbedingte Zweifel auf, können die Moderatoren in einer realistischen aber dennoch optimistischen Weise versuchen, die Teilnehmenden von ihren Fähigkeiten für die Arbeit an der Projektidee zu überzeugen.

Für euforia besteht weiter die Möglichkeit, zur Teilnahme an den Events vorsätzlich Personen mit einer hohen Selbstwirksamkeit anzuwerben. Eine Gemeinschaft, die sich über die Selbstwirksamkeit ihrer Mitglieder definiert, ist beispielsweise die Schweizerische Studienstiftung. Die Aufnahmekriterien in die Stiftung verlangen ein hohes Maß an Fähigkeiten sowie Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten (Schweizerische Studienstiftung, 2015). Die Schweizerische Studienstiftung organisiert als Teil ihres Bildungsprogrammes regelmäßig Seminare mit Gruppen von 15 bis 20 Personen. Ein Event mit einer Gruppe von Studienstiftlern zu veranstalten, wäre beispielsweise eine Möglichkeit für euforia, an engagierte Personen zu gelangen.

Stellvertretende Erfahrung: Beobachten wir erfolgreiche Menschen, denen wir uns ähnlich sehen, gelangen wir zur Überzeugung, dass wir über die gleichen Fähigkeiten verfügen wie sie. Je mehr wir uns mit ihnen identifizieren können, desto stärker ist ihr Einfluss auf diese Überzeugung. Erleben wir ihre Misserfolge mit, reduziert dies unsere Selbstwirksamkeit (Bandura, 1994). Wenn ehemalige Teilnehmende am ersten Tag des Events den neuen Teilnehmenden ihre erfolgreichen Projekte vorstellen, können sie ihre Ähnlichkeit zum

Publikum hervorheben. Den Moderatoren der Events ist empfohlen, im Verlaufe des Events weitere Erfolgsbeispiele von jungen Sozialunternehmer/innen zu präsentieren.

Emotionale Erregung: Menschen beurteilen ihre Fähigkeiten in Bezug auf ihr emotionales Wohlbefinden (Bandura, 1994). Eine positive Stimmung erhöht die Selbstwirksamkeit, eine negative Stimmung reduziert sie. Diese Quelle der Selbstwirksamkeit können die Moderatoren durch die Schaffung einer positiven Stimmung während des Events nutzen. Nach dem Event kann Euforia durch Hilfestellung bei Herausforderungen versuchen, größere Frustrationen bei den Teilnehmenden zu verhindern. Im Zusammenhang mit dem emotionalen Wohlbefinden der Teilnehmenden steht die Stressresistenz. Die Empfindung, Stressoren bewältigen zu können, erhöht die Selbstwirksamkeit (Bandura, 1994). Darum würde ich empfehlen, dass die Moderatoren interessierten Teilnehmenden während dem Event Anti-Stress-Techniken beibringen. Kaluza (2011) empfiehlt eine Kombination von Entspannungsaktivitäten und stressvermindernden Denkstrategien.

Eigene Erfolgserlebnisse: Bandura (1994) argumentiert, dass eigene Erfolgserlebnisse der effektivste Weg sind, um Selbstwirksamkeit aufzubauen. Erfolg schafft Selbstwirksamkeit, Misserfolg schwächt sie. Misserfolge sind besonders schädlich, wenn Personen sie vor der Herstellung der Selbstwirksamkeit erleben. Die Strukturierung von Aufgabenprozessen fördert die notwendigen Erfolgserlebnisse zum Aufbau der Selbstwirksamkeit zu Beginn einer Aufgabe (Bandura, 1994). Dieses Wissen kann die Jury beim Kommentieren der Projektideen versuchen umzusetzen. Besonders sollte sie die Teilnehmenden auf mögliche Fehler und Herausforderungen hinweisen. Auch wäre es wert darüber nachzudenken, Teilnehmende bei ihrem Engagement für die Projektidee durch ein strukturiertes Programm zu begleiten.

5.3 Kritische Würdigung

Theoretische und methodische Herausforderungen haben die Beantwortung der Fragestellung dieser Arbeit beeinflusst. Aus theoretischer Sicht ist anzumerken, dass die qualitative Studie nach Germak und Robinson (2013) beim Verfassen der Arbeit die einzige war, die explizit die Motivatoren für sozialunternehmerisches Engagement erforschte. Die von Germak und Robinson (2013) vorgeschlagenen sozialunternehmerischen Motivatoren waren zu Beginn meiner Arbeit noch nicht quantitativ bestätigt. Autoren wie Baum und Locke (2004) wiesen die Relevanz der Motivatoren Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit für kommerzielles Unternehmertum nach, nicht jedoch für soziales Unternehmertum. Das heißt, dass die von mir gewählten Motivatoren waren für Sozialunternehmertum noch nicht quantitativ bestätigt.

Die Wahl der Datenerhebungsmethode konnte laut Chang, Witteloostuijn und Eden (2010) im Verlauf der Befragung zu einer Methodenverzerrung geführt haben. Beispielsweise sind die Befindlichkeit der Fragebogen-Teilnehmenden im Moment der Befragung oder der Verzicht auf eine Fremdeinschätzung Faktoren, die zu einer Verzerrung des Antwortverhaltens führen können. Die limitierte Anzahl ehemaliger Teilnehmenden (und niedrige Anzahl an Fragebogen-Teilnehmenden) sowie die Unmöglichkeit, sie zur Teilnahme am Fragebogen zu verpflichten, führte zur freiwilligen Teilnahme an der Datenerhebung. Damit ist die Generalisierbarkeit der Ergebnisse eingeschränkt (Westermann, 2000). Das CHF 100.-

Gewinnspiel habe ich eingesetzt, um die Teilnehmenden zur Beantwortung des Online-Fragebogens zu motivieren, was die Generalisierbarkeit der Ergebnisse zusätzlich eingeschränkt haben könnte. Aufgrund der nachgewiesenen Multikollinearität der unabhängigen Variablen wäre das Durchführen einer Faktorenanalyse (zum ausfindig machen einer möglicherweise zugrundeliegenden latenten Variable) ebenfalls sinnvoll gewesen. Dies hätte die Frage beantwortet, ob ich mit den Variablen tatsächlich inhaltlich verschiedene Konstrukte erhoben habe. Laut den Ausführungen von Westermann (2000) können Moderatorvariablen Zusammenhänge zwischen Variablen beeinflussen. Deshalb ist zu erwähnen, dass die aufgezeigten Ergebnisse keine Kausalität nachweisen können.

Durch das Erheben der unabhängigen Variablen während des Events hätten sich die genannten Limitationen der Methodenverzerrung, der niedrigen Anzahl an Teilnehmenden sowie die mangelnde Generalisierbarkeit der Ergebnisse, einschränken lassen. Hätte ich alle Teilnehmenden am Ende eines oder mehrerer Events zur gleichen Zeit gebeten, die Skalen zu den unabhängigen Variablen zu beantworten, hätte dies einen positiven Einfluss auf alle drei der genannten Limitationen haben können. Beim Vorlegen des Fragebogens mit den unabhängigen Variablen hätte ich die Teilnehmenden bitten können, eine drei Monate später folgende E-Mail mit dem Item zur abhängigen Variable, dem Engagement für die Projektidee, zu beantworten. Dies hätte weniger als eine Minute in Anspruch genommen und vermutlich zu einer höheren Rücklaufquote geführt. Leider hat der eingeschränkte Zeitrahmen dieser Arbeit dieses Vorgehen nicht ermöglicht, sollte aber für künftige Studien berücksichtigt werden.

Für zukünftige Forschung sehe ich Bedarf an der Überprüfung von kommerziell-unternehmerischen Motivatoren wie Tatendrang oder dem Bedürfnis nach Unabhängigkeit (Locke, 2000) für soziales Unternehmertum. Eine breit angelegte quantitative Überprüfung des Modells zum sozialunternehmerischen Engagement nach Germak und Robinson (2013) könnte klären, ob die verworfenen Hypothesen 1 bis 5 auch bei größerer Informationsmenge und ohne die Motivatoren Vision, Ziele und Selbstwirksamkeit nicht bestätigbar sind. Wie im Unterkapitel 5.1 angesprochen, besteht ein weiterer Ansatzpunkt für zukünftige Forschung darin, das von mir aufgestellte motivationspsychologische Modell zum Engagement für die Projektidee (Abbildung 3) zu differenzieren. Dass die unabhängigen Variablen nicht separat und direkt zum Engagement für die Projektidee führen, sondern in einer komplexeren Form zusammenhängen, ist wahrscheinlich.

Neben dieser kritischen Betrachtung sollen die positiven Erkenntnisse dieser Arbeit auch diskutiert werden. Sie überprüfte zum ersten Mal ein Modell zum sozialunternehmerischen Engagement aus quantitativer Sicht. Weiter wurden psychologische Theorien und Methoden in empirisch korrekter Weise auf eine praktisch relevante Fragestellung angewendet, was mit meinem Studienschwerpunkt der *Angewandten* Psychologie im Einklang steht. Dass sich in der Korrelationsanalyse mehrere Zusammenhänge nachweisen und sich nach der Regressionsanalyse ohne Kontrollvariable die Hypothese 8 bestätigen lies, ist gemessen am beschränkten Zeitrahmen für diese Arbeit sowie der relativ niedrigen Anzahl an Fragebogen-Teilnehmenden sehr erfreulich. Folglich hoffe ich, dass die Ergebnisse dieser Arbeit für euforia einen Mehrwert darstellen werden, was ich angestrebt habe.

5.4 Abschließende Worte

Ein informeller Austausch zwischen mir und dem *Head of Marketing* von euforia, Herrn Habedus, hat zu der Erkenntnis geführt, dass während dem Event ein Großteil der Handlungsempfehlungen zur Erhöhung der Selbstwirksamkeit implizit bereits umgesetzt werden. Dies verweist auf die praktische Relevanz der gefundenen Signifikanz zwischen den Variablen Selbstwirksamkeit und Engagement für die Projektidee. Möglich ist, dass euforia die Stärkung der Selbstwirksamkeit ihrer Teilnehmenden weiter ausbaut, angesichts der Tatsache, dass diese Variable mit hoher Wahrscheinlichkeit zu höherem Engagement für die Projektideen führt. Die Literatur gibt dafür Handlungsempfehlungen, die weit über die von mir gegebenen hinausgehen. Ich wäre auf jeden Fall bereit, meine Handlungsempfehlungen weiter auszuarbeiten und mich dadurch als Volontär für die Weiterentwicklung des Events zu engagieren.

Für die Realisierung dieser Bachelor-Thesis möchte ich mich bei Frau Dr. Unger, meiner Betreuerin von der ETH Zürich, Herrn Reis, meinem Auftraggeber von euforia sowie Herrn Habedus, meiner zweiten Ansprechperson bei euforia, herzlichst bedanken. Sie alle haben diese faszinierende und reibungslos verlaufende Arbeit erst möglich gemacht. Ebenfalls meinen herzlichen Dank möchte ich der Hochschule für Angewandte Psychologie der FHNW aussprechen, die mir das Studium der Angewandten Psychologie ermöglichte und mich für das Verfassen dieser Arbeit ausbildete.

6. Literaturverzeichnis

Ács, Z. J., Szerb, L. & Autio, E. (2014). *Global Entrepreneurship and Development Index*. Washington: Global Entrepreneurship and Development Institute.

Ambrose, L. & Kulik, C. T. (1999). Old Friends, New Faces: Motivation Research in the 1990s. *Journal of Management*, 25, 231-292.

Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In Ramachandran, V. S. (1994). *Encyclopedia of human behavior*, 4, 71-81. New York: Academic Press.

Baum, J. R., Frese, M. & Baron, R. (2007). *The Psychology of Social Entrepreneurship*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Baum, J. R. & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89, 587-598.

Chang, S., Witteloostuijn, A., & Eden, L. (2010). Common method variance in international business research. *Journal of International Business Studies*, 41, 178-184.

Chen, G., Gully, S. M. & Eden, D. (2001). Validation of a New General Efficacy Scale. *Organizational Research Methods*, 4, 62-83.

Deci, E. L., Ryan, R. M. & Koestner, R. (1999). A Meta-Analytic Review of Experiments Examining the Effects of Extrinsic Rewards on Intrinsic Motivation. *Psychological Bulletin*, 125, 627-668.

Dej, D. (2008). The Nature of Entrepreneurial Motivation. In León, J. A. M., Gorgievski, M. & Lukes, M. (2008). *Teaching Psychology of Entrepreneurship: Perspectives from Six European Countries*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Dik, B.J., Eldridge, B.M., Steger, M.F., & Duffy, R.D. (2012). Development and validation of the Calling and Vocation Questionnaire (CVQ) and Brief Calling Scale (BCS). *Journal of Career Assessment*, 20, 242-263.

euforia (2015). *Experts forum* [internes Dokument]. Genève.

euforia (2015). *How to become a Changemaker* [internes Dokument]. Genève.

euforia (2013). *imp!act GE évaluation* [internes Dokument]. Genève.

euforia (2015). *imp!act powered by euforia* [Broschüre]. Genève.

euforia (2013). *imp!act ZH Evaluation* [internes Dokument]. Genève.

euforia (2015). *Titelbilder*. Zugriff am 10. Juni 2015 unter <http://www.euforiaction.org/wp/de/category/allgemein/>

Frese, M. (1999). Social support as a moderator of the relationship between work stressors and psychological dysfunctioning: a longitudinal study with objective measures. *Journal of Occupational Health Psychology, 4*, 179-192.

Frese, M. & Gielnik, M. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 1*, 13.1-13.26.

Fröhlich, W. D. (2010). *Wörterbuch Psychologie*. München: Deutscher Taschenbuchverlag GmbH & Co. KG.

Gartner, W. B., Bird, B. J. & Starr, J. A. (1992). Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice, 16* (3), 13-31.

Germak, A. J. (2013). Social Entrepreneurship Motivation: A Quantitative Analysis of Nascent Social Entrepreneurs. *4th EMES International Research Conference on Social Enterprise, 13-69*. Liege: EMES Network.

Germak, A. J. & Robinson, J. A. (2013). Exploring the Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship, 2013*, 1-17.

Grant, A. M. (2008). Does intrinsic Motivation Fuel the Prosocial Fire? Motivational Synergy in Predicting Persistence, Performance, and Productivity. *Journal of Applied Psychology, 98*, 48-58.

Griffin, M. A., Parker, S. K. & Mason, C. M. (2010). Leader Vision and the Development of Adaptive and Proactive Performance: A Longitudinal Study. *Journal of Applied Psychology, 95*, 174-182.

Hsieh, C., Yang, K. & Fu, K. (2011). Motivational Bases and Emotional Labor: Assessing the Impact of Public Service Motivation. *Public Administration Review, 72* (2), 241-251.

John, O. P., Chaplin, W. F. & Goldberg, L. R. (1988). Conceptions of States and Traits: Dimensional Attributes With Ideals as Prototypes. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 541-557.

Kaluza, G. (2011). *Stressbewältigung: Trainingsmanual zur psychologischen Gesundheitsförderung* (2. Aufl.). Berlin: Springer Verlag.

Klein, H. J., Wesson, M. J., Hollenbeck, J. R., Wright, P. M. & DeShon, R. P. (2001). The Assessment of Goal Commitment: A Measurement Model Meta-Analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 85*, 32-55.

- Lang, J. W. B., & Fries, S. (2006). A revised 10-item Version of the Achievement Motives Scale: Psychometric properties in German-speaking samples. *European Journal of Psychological Assessment, 22*, 216-224.
- Locke, E. A. (2000). *The prime movers: Traits of the great wealth creators*. New York: AMACOM.
- Locke, E. A. & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist, 57*, 705-717.
- Martin, J. (2007). *The Meaning of the 21st Century*. New York: Riverhead Books.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review 50*, 370-396.
- Maslow, A. H. (2014). *Motivation und Persönlichkeit* (13. Aufl.). Reinbek: Rowohlt.
- May, D. R, Gilson, R. L & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organisational Psychology, 77*, 11-37.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology, 1*, 389-392.
- Müller, A., Smits, D., Claes, L., Gefeller, O., Hinz, A. & de Zwann, M. (2013). The German version of the Material Values Scale. *GSM Psycho-Social-Medicine, 10*, 1-9.
- Perry, J. L. (1990). Bringing Society In: Toward a Theory of Public-Service Motivation. *Journal of Public Administration Research and Theory, 2*, 471-488.
- Perry, J. L. (1996). Measuring Public Service Motivation: An Assessment of Construct Reliability and Validity. *Journal of Public Administration Research and Theory, 6*, 5-22.
- Perry, J. L. (1997). Antecedents of Public Service Motivation. *Journal of Public Administration Research and Theory, 7* (2), 97-181.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2012). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Richins, M. L. (2004). The Material Value Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. *Journal of Consumer Research, 31*, 209-219.
- Schweizerische Studienstiftung (2015). *Bewerbungsanforderungen*. Zugriff am 10. Juni 2015 unter <http://www.studienstiftung.ch/bewerben/anforderungen/>

Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2008). *Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie*. München: Pearson Education Deutschland GmbH.

Steers, R. M. & Porter, L. W. (1991). *Motivation and Work Behavior*. New York: McGraw-Hill.

Storch, M. & Krause, F. (2007). *Selbstmanagement – ressourcenorientiert: Grundlagen und Trainingsmanual für die Arbeit mit dem Zürcher Ressourcen Modell* (4. Aufl.). Bern: Huber.

Universität Zürich (2015). *Methodenberatung: Multiple Regressionsanalysen*. Zugriff am 10. Juni 2015 unter <http://www.methodenberatung.uzh.ch/datenanalyse/zusammenhaenge/mreg.html>

Westermann, R. (2000). *Wissenschaftstheorie und Experimentalmethodik: Ein Lehrbuch zur Psychologischen Methodenlehre*. Göttingen: Hogrefe.

Wood, R. & Bandura, A. (1989). Impact of Conceptions of Ability on Self-Regulatory Mechanisms and Complex Decision Making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 407-415.

Yusuf, M. (2011). Investigating relationship between self-efficacy, achievement motivation, and self-regulated learning strategies of undergraduate Students: a study integrated motivational models. *Procedia Social and Behavioral Science*, 15, 2614-2617.

Zaichkowsky, J. L. (1994). The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision, and Application to Advertising. *Journal of Advertising*, 23, 59-70.

7. Abbildungsverzeichnis

Titelbilder: euphoria (2015).....	0
Abbildung 1: Modell zu sozialunternehmerischem Engagement (Germak & Robinson, 2013).....	7
Abbildung 2: Die Maslowsche Hierarchie menschlicher Bedürfnisse (Maslow, 2014).....	8
Abbildung 3: Motivationspsychologisches Modell zum Engagement für die Projektidee.....	14

8. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mittelwerte und Standardabweichungen der Variablen sowie Korrelationskoeffizienten zwischen den Variablen	20
Tabelle 2: Regressionsanalyse zur Vorhersage von Engagement aufgrund sozialunternehmerischer Motivatoren mit Kontrollvariablen	21
Tabelle 3: Regressionsanalyse zur Vorhersage von Engagement aufgrund sozialunternehmerischer Motivatoren ohne Kontrollvariablen.....	22
Tabelle 4: Kollinearitätsanalyse ohne Kontrollvariablen zur Bestimmung der Multikollinearität unter den unabhängigen Variablen.....	23

9. Anhang

euforia

Seite 01

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer

Herzlichen Dank, dass du dir Zeit nimmst, diesen Fragebogen auszufüllen!

Mit deiner Teilnahme hilfst du uns, **das Potenzial unserer impact-Teilnehmenden und ihrer Projektideen in Zukunft noch besser zu nutzen**.

Am Ende des Fragebogens kannst du durch die Angabe deiner E-Mail Adresse an einer **Verlosung von CHF 100.-** teilnehmen. Der Gewinner oder die Gewinnerin wird in wenigen Wochen per E-Mail benachrichtigt.

Kreuze die Antworten an, die am ehesten auf dich zutreffen und fülle den Fragebogen bitte vollständig aus. Antworte dabei möglichst spontan und überlege bei einer Aussage nicht zu lange. Es gibt **keine richtigen oder falschen Antworten**. Das Ausfüllen dauert 10 bis 15 Minuten.

Wir freuen uns sehr über deine Teilnahme! Selbstverständlich werden **deine Angaben vertraulich behandelt**. Solltest du Fragen oder Anmerkungen haben, kannst du dich jederzeit gerne telefonisch oder per E-Mail mit mir in Verbindung setzen.

Euforische Grüße

Jan und das euforia-Team

Seite 02

FP

In den nachfolgenden Fragen geht es um die soziale oder ökologische **Projektidee**, die du in einem Team **während des impact-Events oder im Anschluss daran** (alleine oder in einem Team), ausgearbeitet hast.

Seite 03

B F

1. **Beziehst du dich im folgenden auf die Projektidee, die du während des impact-Events oder nach dem impact-Event ausgearbeitet hast?** [KV23]

[Bitte auswählen]

2. Bitte beantworte die nachfolgende Frage. [KV16]

	überhaupt nicht	ein wenig	einiger- maßen	gut	sehr gut
Wie gut kannst du dich an deine Projektidee erinnern?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Bitte fasse deine Projektidee in wenigen Worten zusammen. [KV12]

4. Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen. [UV03]

Mein Handeln im Leben wird dadurch motiviert, dass ...

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittel- mäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
... ich mich für andere nutzbar machen möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ich anderen helfen möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ich auf andere eine positive Wirkung haben möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ich für andere Gutes tun möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen. [UV05]

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittelmäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Mein Leben wäre besser, wenn ich bestimmte Dinge besitzen würde, die ich nicht habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Dinge in meinem Besitz, sagen eine Menge darüber aus, wie erfolgreich ich bin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich besitze gern Dinge, mit denen ich andere beeindrucken kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bewundere Menschen, die teure Häuser, Autos und Kleidung haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mag viel Luxus in meinem Leben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wäre glücklicher, wenn ich mir mehr kaufen könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich versuche, mir das Leben einfach zu machen, was Besitz angeht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es verschafft mir große Befriedigung, etwas zu kaufen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manchmal macht es mich sehr unzufrieden, dass ich mir nicht alles kaufen kann, was mir gefällt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen. [UV06]

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittel-mäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Ich mag Situationen, in denen ich feststellen kann, wie gut ich bin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In etwas schwierigen Situationen, in denen viel von mir selbst abhängt, habe ich Angst zu versagen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn mir ein Problem gestellt wird, das ich vielleicht lösen kann, dann reizt es mich, sofort mit der Lösung des Problems anzufangen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es beunruhigt mich, etwas zu tun, wenn ich nicht sicher bin, dass ich es kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Situationen, in denen ich von meinen Fähigkeiten Gebrauch machen kann, machen mir Spaß.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittel-mäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Arbeiten, die ich nicht schaffen kann, machen mir Angst, auch dann, wenn niemand meinen Misserfolg bemerkt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mich reizen Situationen, in denen ich meine Fähigkeiten testen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auch wenn niemand zuguckt, fühle ich mich in neuen Situationen ziemlich ängstlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich zu Arbeiten hingezogen, in denen ich die Möglichkeit habe, meine Fähigkeiten zu prüfen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich ein Problem nicht sofort verstehe, werde ich ängstlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Zur Beantwortung der folgenden Aussagen möchten wir dich bitten, dir die Projektidee vorzustellen, die du ausgearbeitet hast. [UV04]

Bitte beurteile durch das Klicken auf die Linien jedes Paar an Begriffen unabhängig von den anderen Begriffen. Falls du nach wie vor an der Projektidee arbeitest, beziehe die Aussagen bitte auf die Gegenwart!

Die Projektidee (war) ...

wichtig	=====	unwichtig
interessant	=====	langweilig
relevant	=====	irrelevant
aufregend	=====	nicht aufregend
bedeutete mir viel	=====	bedeutete mir nichts
ansprechend	=====	nicht ansprechend
faszinierend	=====	alltäglich
wertvoll	=====	wertlos
mitreißend	=====	nicht mitreißend
notwendig	=====	nicht notwendig

8. Zur Beantwortung der folgenden Aussagen möchten wir dich bitten, dir die Projektidee vorzustellen, die du ausgearbeitet hast. [UV02]

Falls du nach wie vor an der Projektidee arbeitest, beziehe die Aussagen bitte auf die Gegenwart!

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittelmäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Die Arbeit an dieser Projektidee half mir, meine Bestimmung im Leben zu leben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich sah die Arbeit an dieser Projektidee als einen Weg, um eine Bestimmung im Leben zu haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Arbeit an dieser Projektidee war ein wichtiger Teil meines Lebenssinnes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich versuchte meine Bestimmung im Leben auszuleben, in dem ich an dieser Projektidee arbeitete.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Zur Beantwortung der folgenden Aussagen möchten wir dich bitten, dir die Projektidee vorzustellen, die du ausgearbeitet hast. Falls du nach wie vor an der Projektidee arbeitest, beziehe die Aussagen bitte auf die Gegenwart!

[UV07]

Die Projektidee ...

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittelmäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
... entwarf ein spannendes und attraktives Bild darüber, was mit ihr bewirkt werden soll.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gab ein klares Verständnis darüber, wie sie sich in Zukunft entwickeln soll.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... brachte eine klare Richtung für die Zukunft zum Ausdruck.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Welche der nachfolgenden Aussagen trafen auf das Ziel zu, deine Projektidee zu verwirklichen? Mit dem Ziel ist die Verwirklichung der Projektidee gemeint. Falls du nach wie vor an der Projektidee arbeitest, beziehe die Aussagen bitte auf die Gegenwart! [UV08]

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittelmäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Es war schwierig, dieses Ziel ernst zu nehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es war unrealistisch für mich zu erwarten, dass ich dieses Ziel erreiche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es war ziemlich wahrscheinlich, dass sich die Wichtigkeit dieses Ziels verändert, je nach dem wie die Dinge laufen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ehrlich gesagt war es mir egal, ob ich dieses Ziel erreiche oder nicht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich war absolut gewillt, dieses Ziel zu verfolgen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dieses Ziel hätte ich bei Schwierigkeiten schnell aufgegeben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich denke, dass war ein sehr gutes Ziel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beim Versuch dieses Ziel zu erreichen, gab es nicht viel zu gewinnen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich war gewillt, einen außergewöhnlichen Aufwand zu betreiben, um dieses Ziel zu erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Zur Beantwortung der folgenden Aussagen möchten wir dich bitten, dir die Projektidee vorzustellen, die du ausgearbeitet hast. Falls du nach wie vor an der Projektidee arbeitest, beziehe die Aussagen bitte auf die Gegenwart! [UV09]

Bitte gib an, wie du dich selbst im Bezug auf die Arbeit an dieser Projektidee eingeschätzt hast.

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittelmäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Bei der Arbeit an der Projektidee fühlte ich mich in der Lage, die meisten Ziele, die ich mir gesetzt habe, zu erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich war mir bei der Arbeit an der Projektidee sicher, dass wenn ich mit schwierigen Aufgaben konfrontiert bin, ich sie gut erledigen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich dachte, dass ich die Ergebnisse erzielen kann, die für das Vorankommen der Projektidee wichtig sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich glaubte, dass ich bei der Arbeit an der Projektidee bei den meisten meiner Bemühungen Erfolg haben kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühlte mich bei der Arbeit an der Projektidee in der Lage, viele Schwierigkeiten erfolgreich zu überwinden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich war zuversichtlich, dass ich viele unterschiedliche Projektaufgaben gut ausführen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich glaubte, dass ich im Vergleich zu anderen, die meisten Aufgaben, die bei der Arbeit an der Projektidee anfallen, sehr gut erledigen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich dachte, dass ich meine Aufgaben ganz gut verrichten kann, auch wenn es bei der Arbeit an der Projektidee schwierig wird.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen. [KV15]

Die Aussagen beziehen sich auf die Leute, mit denen du im Bezug auf die Projektidee zu tun hattest. Falls du nach wie vor an der Projektidee arbeitest, beziehe die Aussagen bitte auf die Gegenwart!

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft mittelmäßig zu	trifft zu	trifft völlig zu	kann ich nicht beurteilen
Ich konnte mich auf meine Teammitglieder verlassen, wenn es mit der Ausarbeitung der Projektidee schwierig wurde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Teammitglieder waren bereit, sich meine Probleme im Zusammenhang mit der Ausarbeitung der Projektidee anzuhören.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Teammitglieder unterstützten mich, so dass ich es bei der Ausarbeitung der Projektidee leichter hatte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Teammitglieder waren bereit, sich meine persönlichen Probleme anzuhören.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mit meinen Teammitgliedern ließ es sich leicht sprechen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Bitte gib den Zeitraum an, in dem du am impact-Event teilgenommen hast. [KV10]

Zur Erinnerung, der impact-Event dauerte 4 Tage. Falls du dich nicht mehr genau erinnern kannst, mache bitte eine Schätzung. Gib jeweils das Datum im Format TT.MM.JJJJ an.

Ich habe vom . . bis zum . . am impact-Event teilgenommen.

15. Wie lange hast du an der Projektidee gearbeitet? [KV17]

Bitte gib die Antwort in Monaten an. Wenn du nicht weiter an der Projektidee gearbeitet hast, gib „0“ ein und wenn du z.B. eineinhalb Monate daran gearbeitet hast, gib „1,5“ an.

Ich habe nach dem impact-Event Monat(e) an der Projektidee gearbeitet.

Seite 18

F akt

Seite 19

KV 2

16. Arbeitest du aktuell noch an der Projektidee? [KV18]

[Bitte auswählen] ▾

Seite 20

T d K

Abschließend würden wir noch gerne einige Informationen zu deiner Person in Erfahrung bringen.

Seite 21

KV 3

17. Welches Geschlecht hast du? [KV01]

[Bitte auswählen] ▾

18. Wie alt bist du? [KV02]

Ich bin Jahre alt.

19. Welchen Schulabschluss hast du? [KV03]

Bitte wähle den **höchsten** Schulabschluss, den du bisher erreicht hast.

- Kein Schulabschluss
- Abschluss nach obligatorischer Schulzeit
- Fachmittelschule
- Übergangsausbildung
- Berufsmaturität
- Maturität
- Anderer Schulabschluss, und zwar:

20. Welche Ausbildung hast du? [KV04]

Bitte wähle den **höchsten** Ausbildungsabschluss, den du bisher erreicht hast.

- Keine Ausbildung
- Noch in der Berufsausbildung
- Noch im Bachelorstudium
- Berufslehre
- Höhere Berufsbildung bzw. Aufstiegsfortbildung
- Bachelordiplom (FH, Uni, ETH)
- Masterdiplom (FH, Uni, ETH)
- Doktorat
- Habilitation
- Andere Ausbildung, und zwar:

21. Hast du zur Zeit des impact-Events noch bei deinen Eltern gewohnt? [KV22]

[Bitte auswählen] ▾

22. Wie viel Einkommen hast du zum Zeitpunkt des impact-Events monatlich durch bezahlte Arbeit bezogen? [KV05]

Falls du nicht auf diese Frage antworten möchtest, kannst du das Feld einfach leer lassen.

Ich habe monatlich CHF bezogen.

23. Wie hoch war die monatliche Unterstützung zur Deckung deines Lebensunterhaltes, die du zum Zeitpunkt des impact-Events durch andere (z.B. Eltern, Kanton, Stiftungen) erhalten hast? [KV06]

Falls du nicht auf diese Frage antworten möchtest, kannst du das Feld einfach leer lassen.

Ich habe monatlich CHF erhalten.

24. Wie viele Stunden hast du zur Zeit des impact-Events wöchentlich in ein Studium oder eine andere Ausbildung investiert? [KV08]

Stunden pro Woche

25. Wie vielen Stunden bist du zur Zeit des impact-Events wöchentlich einer bezahlten Arbeit nachgegangen? [KV07]

Stunden pro Woche

26. Gib uns für deine Teilnahme an der Verlosung von CHF 100.- bitte deinen Namen und deine E-Mail Adresse an. [KV21]

Mein Name ist

Meine E-Mail Adresse ist

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer

Du hast angegeben, dass du dich überhaupt nicht mehr an deine Projektidee erinnern kannst. Darum macht deine weitere Teilnahme an der Befragung keinen Sinn.

Dennoch möchten wir dich einladen, an der Verlosung von CHF 100.- teilzunehmen. Auf der nachfolgenden Seite kannst du dafür deinen Name und deine E-Mail Adresse angeben.

27. Gib uns für deine Teilnahme an der Verlosung von CHF 100.- bitte deinen Namen und deine E-Mail Adresse an. [KV21]

Mein Name ist

Meine E-Mail Adresse ist

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer

Vielen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens. Der Gewinner oder die Gewinnerin der Verlosung wird in wenigen Wochen per E-Mail informiert.

Wir möchten uns herzlich bei dir für deine Zeit bedanken und wünschen dir alles Gute.

Euforische Grüße

Jan und das euphoria-Team

Jan Richner, Euforia, Rue de Savoises 15, 1205 Genève

Telefon: +4178 956 22 11

E-Mail: jan@euforiaction.org

10. Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, die vorliegende Bachelor-Thesis selbständig, ohne Mithilfe Dritter und nur unter Benutzung der angegebenen Quellen verfasst zu haben.

Ort, Datum

Unterschrift