

SWISS SURVEY ON COLLEGIATE ENTREPRENEURSHIP 2004

Auswertung einer Erhebung an sechs
Schweizer Universitäten und Fachhoch-
schulen

KMU-HSG / START
St.Gallen, Juli 2004

Schweizerisches Institut für Klein- und Mittel-
unternehmen an der Universität St.Gallen
Dufourstrasse 40a
9000 St.Gallen

++41 (0)71 224 71 00 (Telefon)
++41 (0)71 224 71 01 (Fax)
www.kmu.unisg.ch

START
Studentenschaft Universität St.Gallen
Guisanstrasse 9
9010 St.Gallen

++41 (0)71 224 30 95 (Telefon)
++41 (0)71 224 30 96 (Fax)
www.sg.startglobal.org

Vorwort

Die vorliegende Studie "Swiss Survey on Collegiate Entrepreneurship 2004" ist das Ergebnis einer umfangreichen Untersuchung bei Studierenden ausgewählter Hochschulen. Sie ist in Zusammenarbeit zwischen dem Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG) und der studentischen Initiative START, Studentenschaft der Universität St.Gallen (START) entstanden. Ziel der zweijährlichen Umfrage ist es, ein aussagekräftiges Bild über die unternehmerische Stimmung und die Zukunftsplanung der Studierenden und Doktorierenden an Schweizer Universitäten und Studierenden der Fachhochschulen zu erhalten. Dabei handelt es sich um eine Weiterführung des letztjährigen Projektes, welches damals als Pilotprojekt an der Universität St.Gallen durchgeführt worden ist.

Einen besonderen Dank möchten wir an die an der Umfrage beteiligten Universitäten und Hochschulen richten. Nur dank ihrer Bereitschaft den Zugang zu den Studierenden zu gewähren hat es ermöglicht, die vorliegende Studie durchzuführen. Unser Dank geht dabei an die

- Universität St.Gallen
- Universität Basel
- ETH Zürich
- Fachhochschule Rapperswil
- Zürcher Hochschule Winterthur
- Fernfachhochschule Schweiz

Ein grosser Dank geht an die Firma **Information Factory Deutschland GmbH** (www.information-factory.com), welche uns bei der Realisierung des webbasierten Fragebogens tatkräftig unterstützt hat. Ohne diese Grosse Unterstützung in der Form von Sachsponsorring wäre das Projekt in dieser Kürze nicht realisierbar gewesen. Ein grosser Dank geht ebenfalls an **<<venturelab>>** (www.venturelab.ch). Dabei handelt es sich um eine Initiative der Förderagentur für Innovation KTI. Dank der finanziellen Unterstützung konnten wir attraktive Preise einkaufen und unter den an der Umfrage beteiligten Studenten verlosen. Durch die Preisverlosung unter den Studierenden konnte der Rücklauf zu einem wesentlichen Teil sichergestellt werden.

Selbstverständlich stehen wir Ihnen für weiterführende Auskünfte und Diskussionen gerne zur Verfügung.

St. Gallen, im Juli 2004

Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG)

Prof. Dr. Urs Fueglistaller (geschäftsführender Direktor)
Frank Halter, lic.oec. HSG (Projektleiter)

START

Studentenschaft der Universität St.Gallen

Daniel Blickle (Präsident)
Moritz Werner
Andrea Balazi

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	6
1.1	ERKENNTNISINTERESSE.....	7
1.2	METHODIK UND VORGEHENSWEISE	8
1.3	AUSSAGEKRAFT DER DATEN	9
2	UNTERNEHMENSGRÜNDUNGSVERHALTEN UND -ABSICHT VON STUDIERENDEN IN DER SCHWEIZ.....	12
2.1	VORAUSSICHTLICHE BERUFSEINSTIEG DIREKT NACH DEM STUDIUM	12
2.2	VORAUSSICHTLICHE BERUFLICHE TÄTIGKEIT FÜNF JAHRE SPÄTER.....	13
2.3	GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT VON STUDIERENDEN IN DER SCHWEIZ.....	14
2.4	HÜRDEN FÜR EINE UNTERNEHMENSGRÜNDUNG.....	17
3	UMFELDEINFLÜSSE AUF DAS GRÜNDUNGSVERHALTEN.....	20
3.1	UNIVERSITÄRE EINFLUSSGRÖSSEN.....	20
3.2	PERSÖNLICHE EINFLUSSGRÖSSEN	22
4	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSWORT	25
5	LITERATURVERZEICHNIS	26

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: NEUEINTRAGUNGEN UND LÖSCHUNGEN VON UNTERNEHMEN IM SHAB	6
ABBILDUNG 2: BETEILIGUNG DER STUDENTEN AN DER UMFRAGE	11
ABBILDUNG 3: ERWERBSTÄTIGKEIT NACH ABSCHLUSS DES STUDIUMS IN PROZENT	12
ABBILDUNG 4: ERWERBSTÄTIGKEIT NACH 5 JAHREN BERUFSERFAHRUNG IN PROZENT	13
ABBILDUNG 5: VERGLEICH KURZFRISTIGER UND MITTELFRISTIGER ZUKUNFTSPÄNE	14
ABBILDUNG 6: GRÜNDUNGEN UND GRÜNDUNGSABSICHTEN	15
ABBILDUNG 7: GRÜNDUNGSVORBEREITUNGEN IN PROZENT (N=2'178)	16
ABBILDUNG 8: MÖGLICHE GRÜNDUNGSPARTNER IN PROZENT (N=2'307)	17
ABBILDUNG 9: GRÖSSTE HINDERNISSE (N= 3'233)	18
ABBILDUNG 10: HÜRDEN FÜR GRÜNDER UND NICHT-GRÜNDER (MITTELWERTVERGLEICH)	19
ABBILDUNG 11: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH SEMESTER	20
ABBILDUNG 12: BESUCH VON ENTREPRENEURSHIP-VERANSTALTUNG	20
ABBILDUNG 13: GEWÜNSCHTE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE HOCHSCHULE IN PROZENT	21
ABBILDUNG 14: UNTERSTÜTZUNGSMÖGLICHKEITEN DIFFERENZIERT NACH SCHULEN	22
ABBILDUNG 15: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH GESCHLECHT	22
ABBILDUNG 16: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH ALTERSKLASSEN	23
ABBILDUNG 17: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH FAMILIÄREM HINTERGRUND	23
ABBILDUNG 18: PERSÖNLICHKEITSMERKMALE (* = STATISTISCH SIGNIFIKANT)	24

1 Einleitung

Die Erkenntnis, dass Unternehmertum und Entrepreneurship für die wirtschaftliche Entwicklung von Volkswirtschaften oder Regionen eine wichtige Rolle spielt, hat in den vergangenen Jahren zu verschiedenen Förderinitiativen, Forschungsarbeiten und Politischen Programmen geführt. Eine starke Volkswirtschaft benötigt in der heute industrialisierten und zunehmend dienstleistungsgetriebenen Wirtschaft zukunftsgerechte Ideen und Innovationen, welche neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle ermöglichen und den Wirtschaftsstandort der Schweiz dadurch stärken, um mit dem laufenden Strukturwandel Schritt halten zu können. Als ein Indikator des Wandels kann die Zeitreihe der Neueintragungen und Löschungen im Schweizerischen Handelsamtsblatt (SHAB) dienen (vgl. Abbildung 1).

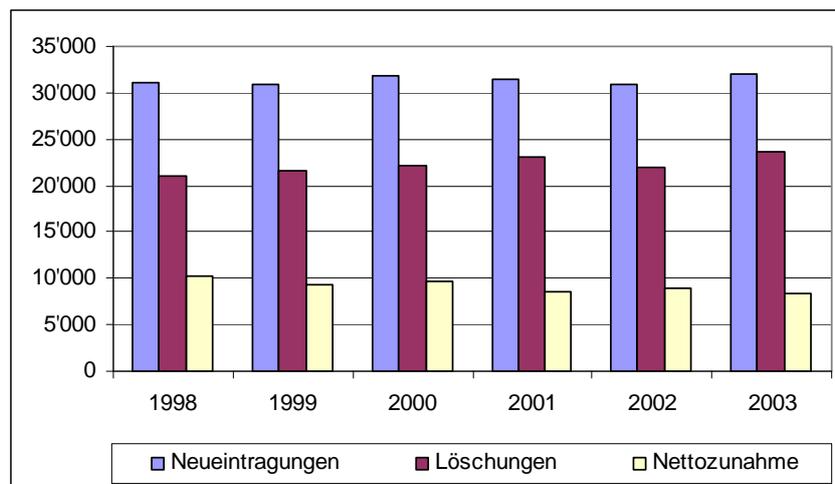


ABBILDUNG 1: NEUEINTRAGUNGEN UND LÖSCHUNGEN VON UNTERNEHMEN IM SHAB¹

Das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement hat sich im Jahr 2003 zu einer klaren KMU-freundlichen Wirtschaftspolitik bekannt.² In diesem veröffentlichten Papier bildet die vereinfachte Unternehmensgründung und -finanzierung einen von fünf Themenschwerpunkte. Die darin geforderten Massnahmen lauten:

- Revision des Risikokapitalgesetzes zur Steigerung der fiskalischen Anreize für private Investoren.
- Optimierung des Bürgschaftswesens zur Verbesserung der Wirksamkeit der Instrumente.
- Revision der Optionsbesteuerung zur Beseitigung von fiskalischen Hindernissen für neue Unternehmen.

¹ Eigene Darstellung in Anlehnung an Creditreform 2004.

² Vgl. EVD 2003.

- Ausbau des Start-up-Engagements der Kommission für Technologie und Innovations (KTI) zur Erhöhung der Start- und Überlebenschancen von Neugründungen.

In den vergangenen Monaten wurden erste konkrete Massnahmen realisiert. Um einerseits die administrativen Belastungen zu senken und andererseits die Gründung eines Unternehmens zu vereinfachen, hat das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) in Zusammenarbeit mit verschiedenen Bundesämtern eine Internetplattform mit dem Namen KMUadmin lanciert.³ Andererseits wurde die Initiative <<venturelab>> geschaffen. Dabei handelt es sich um eine Initiative der Förderagentur für Innovation KTI, welche in enger Zusammenarbeit mit ETH, Universitäten und Fachhochschulen massgeschneiderte Ausbildungsmodule zur Förderung von innovativen Jungunternehmen und zur Sensibilisierung von Studierenden für das Thema Entrepreneurship durchführt.⁴

Bereits im Jahr 2003 hat das Schweizerische Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG) gemeinsam mit der studentischen Initiative START an der Universität St.Gallen (START) eine Studie zum Thema Unternehmertum an Schweizer Universitäten durchgeführt.⁵ Die Studie wurde zum damaligen Zeitpunkt im Sinne eines Pilotprojektes nur an der Universität St.Gallen durchgeführt. In der besagten Umfrage konnte unter den Studierenden der Universität St.Gallen eine hohe Bereitschaft zur unternehmerischen Tätigkeit festgestellt werden. Der vorliegende Forschungsbericht "Swiss Survey on Collegiate Entrepreneurship 2004" muss deshalb als konsistente Weiterführung des Projektes aus dem Jahr 2003 angesehen werden und weitet damit die damalige Fragestellung auf andere Schweizer Hochschulen und Universitäten aus. Ebenfalls wurde die Untersuchung an deutschen Universitäten und Fachhochschulen durchgeführt. Diese Erkenntnisse werden jedoch in der vorliegenden Studie nicht dargestellt.

1.1 Erkenntnisinteresse

Das Ziel der vorliegenden Studie ist es, einerseits in Erfahrung zu bringen, wie gross der Drang in die unternehmerische Selbständigkeit von Studierenden in der Schweiz wirklich ist.⁶ Dabei gilt es die Fragen zu klären, wer während dem Studium bereits ein Unternehmen gegründet hat oder eines noch während oder nach dem Studium zu gründen beabsichtigt (vgl. Kapitel 2 auf Seite 12). Andererseits sollen Gründe herausgefunden werden, die für oder gegen eine Unternehmensgründung von Studierenden sprechen. Dazu wird in Kapitel 3 ab Seite 20 das Umfeld der Studierenden untersucht. Wir differenzieren dort zwi-

³ Vgl. www.kmuadmin.ch (Stand 30. Juni 2004) und Blöchlinger, Trombitas 2004.

⁴ Vgl. www.venturelab.ch (Stand 30. Juni 2004).

⁵ Vgl. KMU-HSG, START 2003; Fueglistaller, Halter, Hartl 2004.

⁶ Nachfolgend wird zwischen der weiblichen und männlichen Formulierung nur differenziert, wenn dies inhaltlich notwendig ist. Im Sinne der Leserlichkeit sind Frauen in der männlichen Formulierung mit eingeschlossen.

schen Einflussgrößen, die aus dem universitären Umfeld einerseits und aus den persönlichen Voraussetzungen andererseits kommen.

Mit der vorliegenden Studie wird der Statusquo der Unternehmensgründungstätigkeit und der Gründungsabsicht an Schweizerischen Fachhochschulen und Universitäten abgebildet. Sie bietet dadurch eine fundierte Grundlage. Die Studie wird in Zukunft alle zwei Jahre durchgeführt. Dadurch gelingt uns die Messung des Erfolges der in neuester Zeit getroffenen Fördermassnahmen.

1.2 Methodik und Vorgehensweise

Die vorliegende Studie soll die Einstellung der Studierenden bezüglich deren Zukunftsplanung mit besonderer Berücksichtigung des Gründungstätigkeit respektive -absicht sowie die Einflussfaktoren auf diese untersuchen. Zu diesem Zweck wurde basierend auf den Erkenntnissen aus dem Vorjahr ein vierteiliger Fragebogen erstellt. Im ersten Teil des Fragebogens (Teilbereiche A und B) wurden persönliche Angaben wie Studienort, Fachrichtung, Semester, Geschlecht und Jahrgang abgefragt. Der zweite Teil des Fragebogens (Teilbereiche C) erfassten die persönlichen Präferenzen bezüglich der Berufsplanung und den Anforderungen an die zukünftige Arbeitsstelle. Der dritte Teil des Fragebogens (Teilbereich D) erfasst die wahrgenommenen Gründungsrahmenbedingungen an den Schulen einerseits und die Gründungsabsicht und -tätigkeit der Studierenden andererseits. Im Rahmen des vierten und letzten Teils (Teilbereich E) wurden persönliche Eigenschaften der Studierenden erfasst.

Der Fragebogen wurde von unserem Sachsponsor ‚Information Factory GmbH‘ realisiert. Ein ausgefüllter Fragebogen wurde nur dann in die Datenbank eingetragen, wenn dieser vollständig ausgefüllt worden ist. Dank dieser technischen Massnahme konnte eine hohe Qualität des generierten Datensatzes sichergestellt werden. Die Information Factory GmbH hat uns einen Link zur Verfügung gestellt, der die Studierenden direkt zum Fragebogen führte.

Den Link zum Fragebogen haben wir über verschiedene E-Mailverteiler verschickt wobei die an der Erhebung beteiligten Schulen unterschiedlich zu erschliessen waren.⁷ Um das Interesse unter den Studierende für eine Teilnahme an der Umfrage zu erhöhen, haben wir in Rahmen des Mailtextes attraktive Gewinne ausgeschrieben. Unter den Studierenden wurden 10 Digitalkameras und 20 MP3-Player mit 128 Mega-Byte verlost. Die Gewinner der Preise wurden Ende Juni 2004 ausgelost und entsprechend informiert. Weiter wurde im Text kein direkter Bezug zum Thema Unternehmensgründung geschaffen, um damit zu verhindern, dass Studierende die an der Thematik nicht interessiert sind, den Fragebogen von vornhinein nicht ausfüllen werden.

⁷ Vgl. dazu die Ausführungen in Kapitel 1.3.

1.3 Aussagekraft der Daten

Bevor die Ergebnisse im vorliegenden Forschungsbericht präsentiert werden können, ist es unabdingbar, dass wir einige Worte über die Aussagekraft der erhobenen Daten verlieren. Wie bereits angesprochen, hat die Distribution der Fragebogen über E-Mailverteiler stattgefunden. Wir mussten erstens feststellen, dass nicht alle Schulen über einen kompletten E-Mailverteiler verfügen. Falls ein solcher besteht stellt der Datenschutz eine weitere nicht zu verachtende Hürde dar. So musste an verschiedenen Schulen eine Sonderbewilligung eingeholt werden, um entweder die E-Mailadressen zu erhalten oder den Fragebogen versenden zu lassen. Um die Studierenden vor einer Überflutung von Informationen zu schützen, kam es verschiedentlich auch zur Auflage, dass nur für einen Teil der Studierenden die Mail-Verteiler zur Verfügung gestellt wurden. Dies hat zur Folge, dass sich die Stichproben zum Teil etwas unterschiedlich darstellen. Im Folgenden wird deshalb je Hochschule auf die Grundgesamtheit und die Stichprobe eingegangen. Wir differenzieren dabei nach Rücklaufquote (angeschriebene Studenten / Rücklauf) und Beteiligungsquote (Grundgesamtheit / Rücklauf).

ETH Zürich (nachstehend ETH genannt): An der ETH konnten wir mittels einer Sonderbewilligung alle Studierenden ab dem 6. Semester inklusive Doktoranden anschreiben. Das bedeutet, dass wir insgesamt **4'837 Studierende** auf elektronischem Weg erreichen konnten, was rund 40 Prozent aller Studierenden an der ETH entspricht. Von dieser Stichprobe haben wiederum **1'252 Studierende** an der Umfrage teilgenommen, was einer Rücklaufquote von **25,8 Prozent** respektive einer Beteiligungsquote von 10,7 Prozent entspricht.⁸ Durch die vorgegebenen Restriktionen verteilen sich die auswertbaren Fragebogen auf Studierende ab dem 6. Semester.

Universität St.Gallen (nachstehend HSG genannt): In einem ersten Schritt haben wir dank einer Sonderbewilligung vom Rektorat das gesamte 8. Semester per Mail angeschrieben. Dabei hat uns die Universität **1'097 Mailadressen** zur Verfügung gestellt. Unter den Studierenden wurden dabei alle Fakultäten (Juristen, Betriebsökonomie und Volkswirtschaftslehre) berücksichtigt. Weiter wurde der Fragebogen über vereinzelte Professoren und deren Kursverteiler auch an Studierende der unteren Semester zugeschickt, sowie einzelnen Doktoranden zugänglich gemacht. Das bedeutet, dass wir die genaue Höhe der Stichprobe nicht feststellen können. An der Umfrage haben sich schliesslich **677 Studierende** der 4'301 an der HSG eingeschriebenen beteiligt. Dies entspricht einer Beteiligungsquote von 15.7 Prozent. Betrachtet man den Rücklauf nach Semester, stellt man fest, dass sich die Beteiligung ab dem 3. Semester über alle Semester hinweg erstreckt. Das bedeutet, dass das 1. respektive 2. Semester nicht erreicht werden konnte.

Universität Basel (nachstehend Basel genannt): An der Universität Basel konnten wir die Studierenden inklusive Doktoranden von drei Fakultäten erreichen. In der Juristischen Fakultät waren zum Zeitpunkt

⁸ Im Sommersemester waren 11'693 Studierende an der ETH Zürich eingeschrieben, leicht weniger, als im Wintersemester 03/04 gemäss Statistik. Vgl. http://www.ethz.ch/about/bginfos/annualreports/2003_eth_statistics_de.pdf (Stand 02.07.2004).

der Erhebung 966 Studierende eingeschrieben, an der Wirtschaftsfakultät 820 und an der der Fakultät der Psychologen 494 Studierende. Das bedeutet, dass insgesamt **2'280 Studierende** mit unserem Fragebogen erreichbar waren. An der Umfrage haben sich **462 Studierende** beteiligt, was einer Rücklaufquote von **20,3 Prozent** entspricht. Betrachtet man die den Rücklauf nach Semester, stellt man fest, dass sich die Beteiligung über alle Semester hinweg erstreckt.

Fachhochschule Rapperswil (nachstehend hsr genannt): An der Fachhochschule Rapperswil werden die Fachrichtungen Bauingenieurwesen, Elektrotechnik, Informatik, Landschaftsarchitektur, Maschinenbau und Raumplanung angeboten. Dank einer Sonderbewilligung durften wir fast alle Studierenden der Schule auf elektronischem Weg anschreiben, was 981 verschickten E-Mail entspricht. An der vorliegenden Umfrage haben sich 288 Studierende beteiligt, was einer Rücklaufquote von 29.4 Prozent entspricht.

Zürcher Hochschule Winterthur (nachstehend ZHW genannt): An der Züricher Hochschule Winterthur studieren im Jahr 2003 gegen **2'591 Studierende** (Stand 15.11.2003), wobei 13 Studiengänge angeboten werden.⁹ Der Versand wurde von der Schule selbst vorgenommen, sodass wir die Grösse der Stichprobe nicht genau beziffern können. Bei der Umfrage haben sich **557 Studierende** beteiligt, was einer ungefähren Beteiligungsquote von **21 Prozent** entspricht. Betrachtet man die Semesterverteilung der an der Studie beteiligten Studenten kann festgestellt werden, dass alle Semester in gleichen Teilen vertreten sind.

Fernfachhochschule Schweiz (nachstehend FFH-CH genannt): An der Fernfachhochschule Schweiz werden die Studiengänge allgemeine Informatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftingenieur und Betriebsökonomie angeboten. Inklusive den Nachdiplomstudiengänge studieren hier zur Zeit 393 Studierende. Dank der Unterstützung durch die Schulleitung durften wir sowohl der 1. + 2. als auch das 5. und 6. Semester aller vier Lehrgänge anschreiben, sowie Teile der Nachdiplomstudiengänge. Das bedeutet, dass wir **147** der 393 eingeschriebenen Studenten mit unserem Fragebogen erreichen konnten. An der Umfrage haben schliesslich **70 Studierende** teilgenommen, was einer Rücklaufquote von **47,6 Prozent** respektive einer Beteiligungsquote von 17,8 Prozent entspricht. Da sich das Studium erst im Aufbau befindet muss festgestellt werden, dass die Beteiligung sich vor allem auf Studierende des 1. respektive 2. Semesters konzentriert.

Auch wenn nicht alle Studenten erreicht werden konnten, ist die Beteiligung an der vorliegenden Umfrage beachtlich. Die nachstehende Abbildung zeigt, dass von jeder Schule ein wesentlicher Teil der Studenten mit unserer Umfrage erreicht werden konnte und der Beteiligungsgrad an der Studie als hoch eingestuft werden kann.

⁹ vgl. http://www.zhwin.ch/ueberuns/pdf/studzahlen_ws_034.pdf (Stand 02.07.2004)

Hochschule	Studentenzahl	Beteiligte Studenten	Beteiligungsquote (gerundet)	Rücklaufquote	Semesterverteilung
ETH	11'693	1'252	11%	25,8%	ab 6. Sem.
HSG	4'301	677	16%	40-50%	ab 3. Sem.
Basel	2'280 ¹⁰	462	20%	20,3%	alle Sem.
hsr	981	288	29%	29,4%	v.a. 1.-6. Sem.
ZHW	2'591	557	21%		v.a. 1.-6. Sem.
FFH-CH	393	70	18%	47,6%	v.a. 1.+2.Sem.
Anderer ¹¹		17			
Total	22'239	3'323	15%		

ABBILDUNG 2: BETEILIGUNG DER STUDENTEN AN DER UMFRAGE

¹⁰ nur drei Fakultäten.

¹¹ Der Fragebogen wurde vereinzelt unter Studierenden weiter geschickt, was die 17 Fragebogen von anderen Schulen aus der Schweiz erklärt.

2 Unternehmensgründungsverhalten und -absicht von Studierenden in der Schweiz

In einem ersten Schritt haben wir die Studierenden nach Ihrem geplanten Berufseinstieg gefragt. Dabei haben wir einerseits gefragt, wo die Studierenden direkt nach abgeschlossenem Studium, andererseits nach 5 Jahren Berufserfahrung nach heutiger Einschätzung sein werden. Es gilt zu berücksichtigen, dass dabei Mehrfachantworten möglich waren.

2.1 Voraussichtliche Berufseinstieg direkt nach dem Studium

Die Mehrheit der Studierenden beabsichtigen in einem kleinen oder mittleren Unternehmen (48,9%) oder in einem Grossunternehmen (45,8%) eine Tätigkeit aufzunehmen. Interessant dabei ist, dass Studierende der Universität St.Gallen (HSG) wesentlich mehr (66,6%) in Grossunternehmen ihren Berufseinstieg vorsehen, als Studierenden der Universität Basel (38,3%) oder der ETH Zürich (36,3%).

	Gross- unternehmen (über 250 MA)	KMU (max. 250 MA)	Hochschule / Forschungs- dienst	Öffentlicher Dienst	eigenes Unternehmen / Nachfolge	freiberufl. Tätigkeit	Unterneh- mensgrün- dung	bestehendes Unternehmen übernehmen	weiss noch nicht
ETH (n=1'252)	36.3%	50.0%	43.4%	16.4%	0.5%	5.1%	6.5%	0.6%	15.0%
FFH-CH (n=70)	42.9%	52.9%	7.1%	7.1%	5.7%	14.3%	18.6%	4.3%	7.1%
hsr (n=287)	42.0%	67.0%	22.2%	11.5%	1.4%	9.0%	13.2%	2.1%	15.6%
HSG (n=677)	66.6%	36.8%	12.1%	12.4%	1.6%	4.6%	7.4%	1.6%	9.0%
ZHW (n=557)	50.8%	58.7%	12.9%	13.1%	1.4%	8.1%	6.1%	1.1%	12.6%
Basel (n=462)	38.3%	40.3%	18.0%	28.1%	1.1%	9.5%	6.1%	1.1%	20.3%
andere (n=17)	29.4%	41.2%	17.6%	41.2%	0.0%	11.8%	5.9%	5.9%	23.5%
Total (n=3'323)	45.8%	48.9%	25.6%	16.2%	1.1%	6.7%	7.4%	1.2%	14.1%

ABBILDUNG 3: ERWERBSTÄTIGKEIT NACH ABSCHLUSS DES STUDIUMS IN PROZENT

Eine Alternative stellt die Forschungstätigkeit im Rahmen der Hochschule respektive der Universität dar, wobei 25,6 Prozent aller Studierenden nach dem Abschluss ihres Studiums sich diesen Weg vorstellen können. Auffällig dabei ist, dass Studierende der ETH (43,4%) wesentlich mehr diesen Weg in Erwägung ziehen, als Studierende der Fachhochschule Rapperswil (22,25), der ZHW (12,9%) oder der Universitäten Basel (18,0%) oder St.Gallen (12,1%). Es darf deshalb vermutet werden, dass Forschungstätigkeit umso beliebter ist, je technischer ein Fachgebiet ist. Andererseits verfügen die Fachhochschulen nicht über die gleichen Forschungsinfrastrukturen wie Universitäten, weshalb ein Vergleich zwischen Universitäten und Fachhochschulen mit Vorsicht zu geniessen ist.

Der öffentliche Dienst stellt eine dritte Variante dar, wie der Einstieg ins Berufsleben gestaltet werden kann, wobei 16,2 Prozent aller Studierenden diesen Weg ins Auge fassen. Auffällig ist, dass relativ viele Studierende der Universität Basel (28,1%) den öffentlichen Dienst als Berufseinstieg nennen.

Die unternehmerische Initiative stellt einen wesentlichen Treiber für unsere Volkswirtschaft dar. Dabei haben wir zwischen Gründung, freiberuflicher Tätigkeit und der Übernahme eines Unternehmens als Nachfolger oder von Dritten differenziert. Eine Unternehmensgründung kommt für 7,4 Prozent und eine freiberufliche Tätigkeiten für 6,7 Prozent aller Studierenden nach dem Studium in Frage. Die Übernahme eines bestehenden Unternehmens ist lediglich bei 2,3 Prozent (1,1 + 1,2%) aller Studierenden nach dem Studium ein Thema.

2.2 Voraussichtliche berufliche Tätigkeit fünf Jahre später

Betrachtet man die Zukunftspläne der Studierenden nach fünf Jahren praktischer Erfahrung, so können interessante Verschiebungen festgestellt werden (vgl. dazu auch Abbildung 4 und Abbildung 5).

	Gross- unternehmen (über 250 MA)	KMU (max. 250 MA)	Hochschule / Forschungs- dienst	Öffentlicher Dienst	eigenes Unternehmen / Nachfolge	freiberufl. Tätigkeit	Unterneh- mensgrün- dung	bestehendes Unternehmen übernehmen	weiss noch nicht
ETH (n=1'252)	29.9%	40.7%	21.8%	14.5%	2.0%	10.9%	23.6%	5.4%	32.3%
FFH-CH (n=70)	28.6%	30.0%	8.6%	7.1%	8.6%	24.3%	30.0%	12.9%	25.7%
hsr (n=287)	34.0%	45.1%	16.3%	11.1%	4.2%	13.5%	34.4%	8.7%	27.4%
HSG (n=677)	41.7%	33.6%	8.8%	10.8%	3.9%	13.8%	35.6%	10.6%	17.7%
ZHW (n=557)	35.5%	41.7%	7.4%	11.5%	2.5%	15.6%	31.6%	8.1%	25.9%
Basel (n=462)	31.1%	32.0%	11.9%	22.5%	2.4%	22.5%	22.0%	5.8%	27.9%
andere (n=17)	17.6%	41.2%	5.9%	29.4%	0.0%	29.4%	35.3%	11.8%	11.8%
Total (n=3'323)	33.7%	38.4%	14.5%	14.0%	2.8%	14.5%	28.3%	7.5%	26.9%

ABBILDUNG 4: ERWERBSTÄTIGKEIT NACH 5 JAHREN BERUFSERFAHRUNG IN PROZENT

Sowohl KMU als auch Grossunternehmen verlieren in der Fünfjahresperspektive leicht an Bedeutung. Der Wunsch in fünf Jahren bei einem Grossunternehmen zu arbeiten ist bei den Studierenden der Universität St.Gallen nach wie vor am grössten. Der Wunsch im Rahmen der Forschung weiter tätig zu sein, ist erwartungsgemäss tiefer, als direkt nach dem Studium. Ein kleiner Rückgang kann auch im Öffentlichen Dienst als potentieller Arbeitgeber gesehen werden. Interessant sind hingegen die grossen Veränderungen bezüglich unternehmerischen Tätigkeiten. Der Wunsch nach fünf Jahren ein eigenes Unternehmen zu gründen hat sich fast vervierfacht. Gleiches kann auch für die Übernahme eines bestehenden Unternehmens von Dritten respektive bezüglich der Übernahme eines elterlichen Betriebes sowie der freiberuf-

lichen Tätigkeit festgestellt werden. Abbildung 5 zeigt es deutlich: Es kann eine Verschiebung bezüglich dem Wunsch von einem Angestelltenverhältnis in einem Grossunternehmen oder KMU hin zu unternehmerischen, selbständigen Initiativen nach einigen Praxisjahren festgestellt werden.

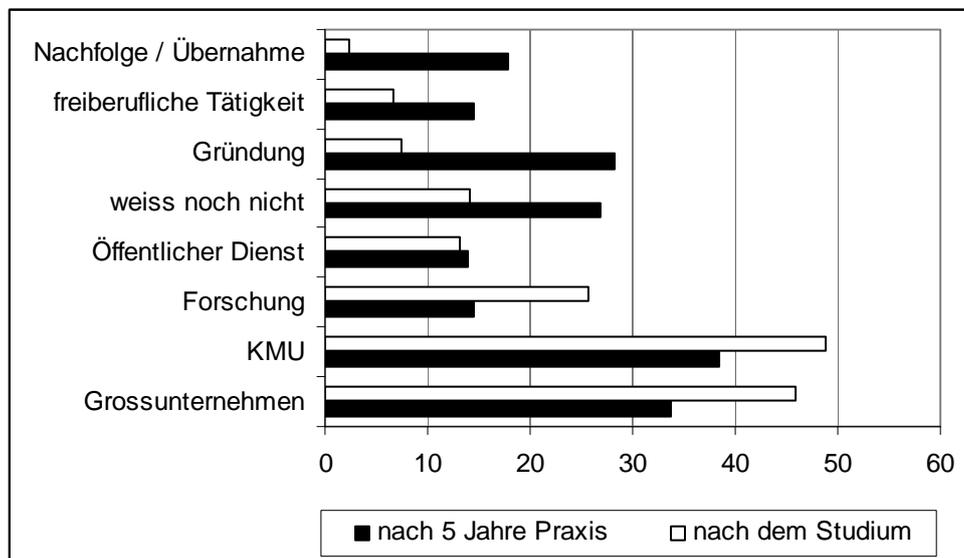


ABBILDUNG 5: VERGLEICH KURZFRISTIGER UND MITTELFRISTIGER ZUKUNFTSPLÄNE¹²

2.3 Gründungstätigkeit von Studierenden in der Schweiz

Die bisherigen Ausführungen haben gezeigt, dass Unternehmertum im Rahmen von freiberuflicher Tätigkeit, der Übernahme eines Unternehmens von Dritten respektive des elterlichen Betriebes sowie die Gründung eines neuen Unternehmens mögliche Alternativen darstellen. Im Rahmen der weiteren Betrachtungen fokussieren wir uns auf die Unternehmensgründungen durch Studierende. Die Erhebung hat ergeben, dass bereits 4,5 Prozent aller Studierenden ein Unternehmen gegründet haben und damit bereits erste Umsätze generieren. Weitere 12,4 Prozent geben an, dass sie in Zukunft eine Unternehmensgründung beabsichtigen. Für die Hälfte der Studierenden kommt eine Unternehmensgründung vielleicht, für 30,9 Prozent auf keinen Fall in Frage.

¹² Angaben in Prozent.

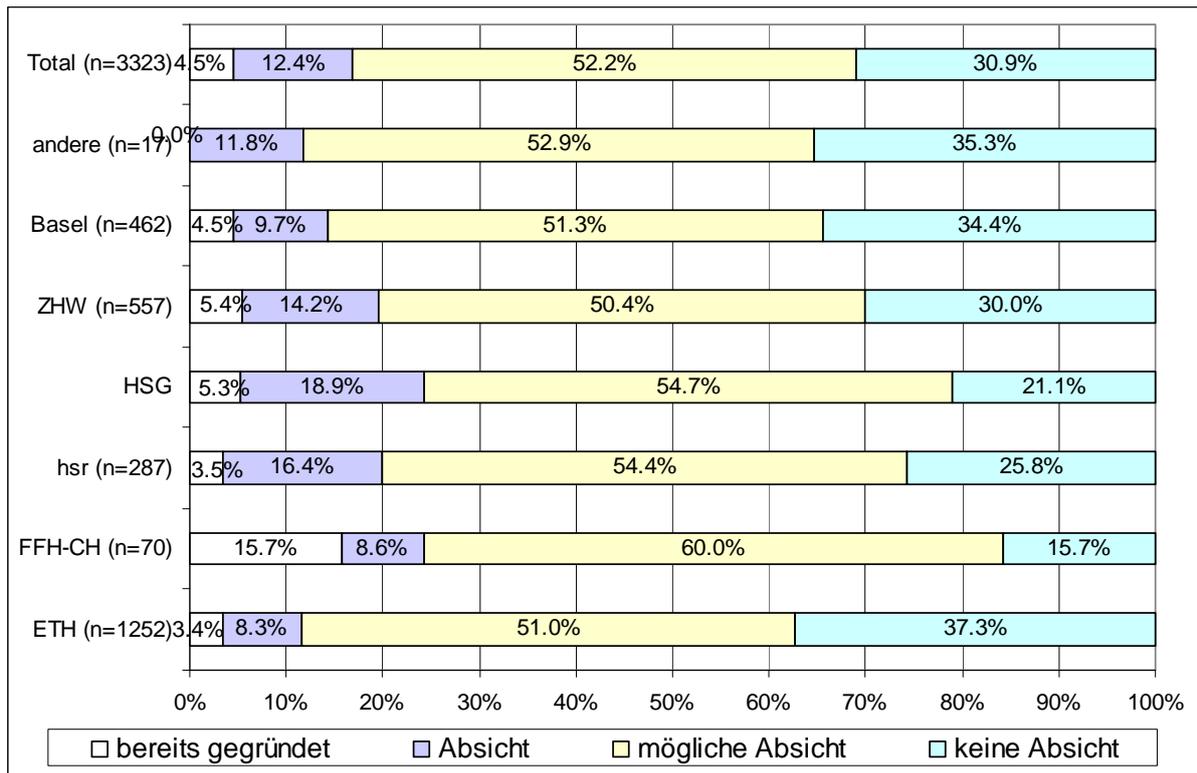


ABBILDUNG 6: GRÜNDUNGEN UND GRÜNDUNGSABSICHTEN

Bei der Fernfachhochschule Schweiz kann ein relativ hohes unternehmerisches Potential festgestellt werden, wobei 15,7% der Studierenden angeben, bereits ein Unternehmen gegründet zu haben. Bei der Ausbildung handelt es sich jedoch um kein Vollzeitstudium einerseits, und andererseits sind auch einzelne Studenten mit vertreten, die ein Nachdiplomstudium absolvieren. Das bedeutet, dass die Studierenden der Fernfachhochschule Schweiz bereits wesentlich mehr Berufserfahrung mit sich bringen, als Studierende der anderen Schulen. Dies kann damit bestätigt werden, als dass das Durchschnittsalter der Studierenden der Fernfachhochschule Schweiz bei 31,86 liegt im Gegensatz zu 25,17 Jahren des gesamten Samples.

Die Universität St.Gallen (HSG) sowie die Zürcher Hochschule Winterthur (ZHW) weisen mit einem 5,3 respektive 5,4 Prozent-Anteil der Studierenden, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, ein relativ hohes Niveau unter den Vollzeitstudienlehrgängen aus. Für die Universität St.Gallen kann damit eine Zunahme von 0,6 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr diagnostiziert werden.¹³ An der Universität Basel haben 4,5 Prozent, an der Fachhochschule Rapperswil 3,5 Prozent der Studierenden bereits ein Unternehmen gegründet. Trotz leichten Unterschieden kann eine hohes Potential von zukünftigen Unternehmerinnen und Unternehmern festgestellt werden.

¹³ Vgl. Fueglistaller, Halter, Hartl 2004; KMU-HSG, START 2003. Für die anderen Universitäten und Fachhochschulen können zur Zeit noch keine Vergleiche vorgenommen werden.

Die Abbildung 6 hat gezeigt, dass 12,4 Prozent aller Studierenden ein Unternehmen gründen möchten und 52,2 Prozent dieses Wagnis vielleicht auch eingehen. Das bedeutet, dass insgesamt 64,2 Prozent aller Studierenden als potentielle Unternehmer betrachtet werden können. Um den Entwicklungsstand dieser Gruppe besser einschätzen zu können, wurde nach dem möglichen Gründungszeitpunkt sowie nach den bereits getätigten Vorbereitungsschritten andererseits gefragt.

Die Frage nach dem Zeitpunkt einer möglichen Unternehmensgründung wurde von lediglich 24 Prozent aller Studierenden mit ‚weiss es noch nicht‘ beantwortet. Für 2,8 Prozent dagegen kommt eine Unternehmensgründung noch während dem Studium in Frage. Für 3,3 Prozent wird eine Gründung direkt nach dem Abschluss des Studiums in Frage kommen, die Grosse Mehrheit (69,8 Prozent) zieht eine Gründung nach einigen Jahren Berufserfahrung in Erwägung. Der Unterschied zwischen der Berufswahl direkt nach dem Studium und der Berufswahl nach fünf Jahren Berufserfahrung (vgl. Abbildung 5) kann damit bestätigt werden.

Eine Unternehmensgründung bedingt oft eine längerfristige Vorbereitung, bis das Geschäftsmodell und die Leistungen (Produkt oder Dienstleistung) in ihrer Form auf den Markt gebracht werden können. Deshalb muss die Frage nach den bereits vorgenommenen Vorbereitungsschritten gestellt werden, um das festgestellte unternehmerische Potential unter den Studierenden qualifizieren zu können. Die Möglichkeiten reichen dabei von ‚Nichts unternommen‘ bis ‚Prototyp von Produkt / Dienstleistung vorhanden‘, wobei Mehrfachantworten möglich waren.

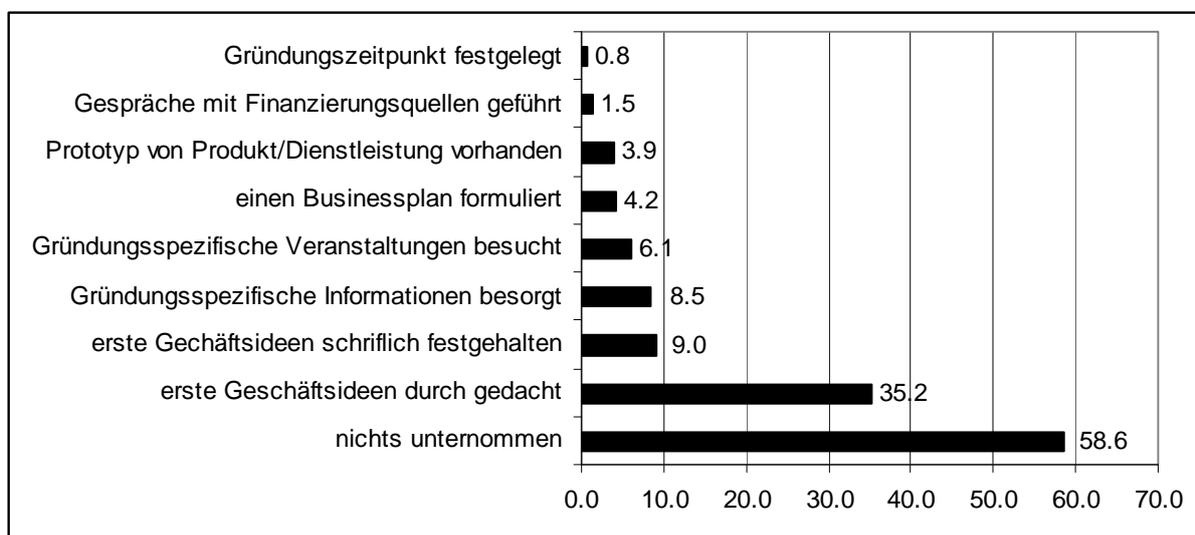


ABBILDUNG 7: GRÜNDUNGSVORBEREITUNGEN IN PROZENT (N=2'178)¹⁴

Die Erhebung hat ergeben, dass mehr als die Hälfte der gründungswilligen Studierenden noch nichts unternommen haben. Ein Drittel aller Studierenden, die eine Unternehmensgründung beabsichtigen, haben

¹⁴ Mehrfachnennungen waren möglich.

sich bereits erste Gedanken über die Geschäftsidee gemacht. Bei knapp 10 Prozent der Studierenden hat der Konkretisierungsgrad dahingehend zugenommen, als dass erste Ideen bereits schriftlich festgehalten worden sind, respektive gründungsspezifischen Informationen besorgt worden sind. Weniger als 5 Prozent aller Studierenden haben bereits einen Businessplan formuliert oder einen Prototyp ihrer Leistung erstellt. Für weniger als 1 Prozent liegt der Gründungszeitpunkt bereits fest.

Eine Unternehmensgründung wird von den wenigsten Studierenden im Alleingang vorgesehen, denn lediglich 7,5 Prozent geben an, dass sie ausschliesslich alleine gründen möchten. 15 Prozent möchten bei einer Gründung Verwandte wie Eltern, Geschwister, Tanten oder Onkel mit einbeziehen. Fast die Hälfte der Studierenden würden Studierende von der eigenen Hochschule respektive Universität beiziehen, lediglich ein Drittel zieht eine Zusammenarbeit mit Studierenden von anderen Schulen in Betracht. Die grosse Mehrheit der Studierenden würde sich mit Menschen aus dem persönlichen Freundes- respektive Bekanntenkreis zusammenschliessen.

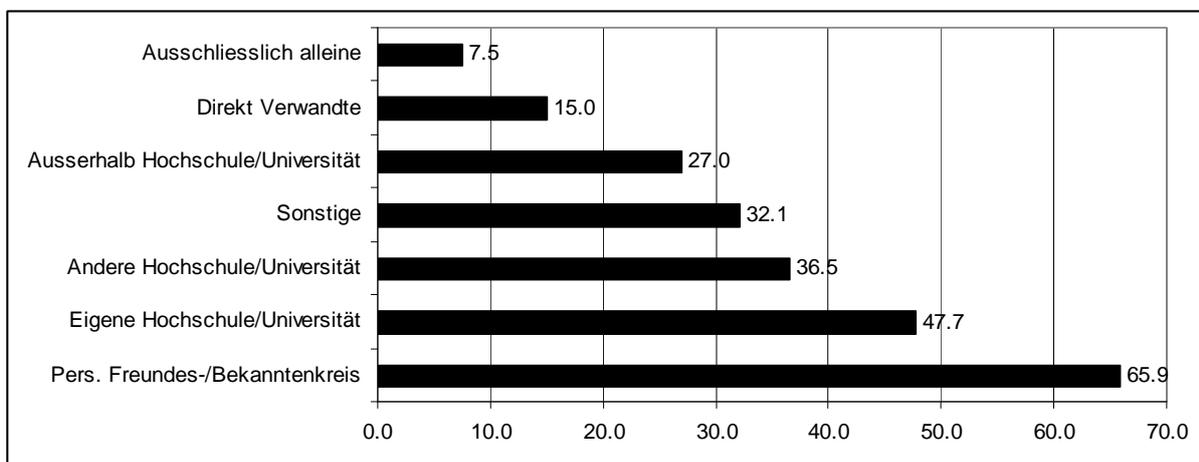


ABBILDUNG 8: MÖGLICHE GRÜNDUNGSPARTNER IN PROZENT (N=2'307)¹⁵

Die Bedeutung von Menschen aus der eigenen Hochschule sowie die vom Freundes- und Bekanntenkreis sind ein Hinweis dahingehend, als dass die persönliche Beziehung und damit eng verbunden das Vertrauen zu den Personen im Zentrum stehen muss.

2.4 Hürden für eine Unternehmensgründung

Eine Unternehmensgründung kann mit verschiedenen Hürden verbunden sein, die es zu überwinden gilt. Das Spektrum reicht dabei vom fehlenden Kapital bis hin zur administrativen Belastung. Deshalb haben wir allen Studierenden mögliche Hürden aufgezählt, die es auf einer Skala zwischen 1 (= sehr kleine Hürde) bis 6 (= sehr grosse Hürde) zu bewerten galt.

¹⁵ Mehrfachnennungen waren möglich. Unter „Sonstige“ werden vor allem Banken, Business-Angel und Gründungs-respektive Förderzentren genannt.

Die finanziellen Mittel stellen bei den Studierenden eine zentrale Hürde dar. Einerseits wird das Fehlen von eigenen Mitteln (Eigenkapital) sowie das Tragen des eigenen Risikos als eher grosse bis ziemlich grosse Hürde zur Unternehmensgründung eingeschätzt. Die fehlenden Fremdmittel (Fremdkapital) werden als drittgrösste Hürde eingestuft. Als eher grosse Hürden neben den fehlende Kundenkontakten stellen die fehlende Businessidee, Know-How-Defizite, der fehlende Mut sowie die konjunkturelle Lage dar. Eine Sensibilisierung der Studierenden für Absatzmärkte sowie die Know-how-Vermittlung im Rahmen von Aus- und Weiterbildung versprechen hier in Zukunft Verbesserungspotentiale, um die Hürden entsprechend abzubauen.

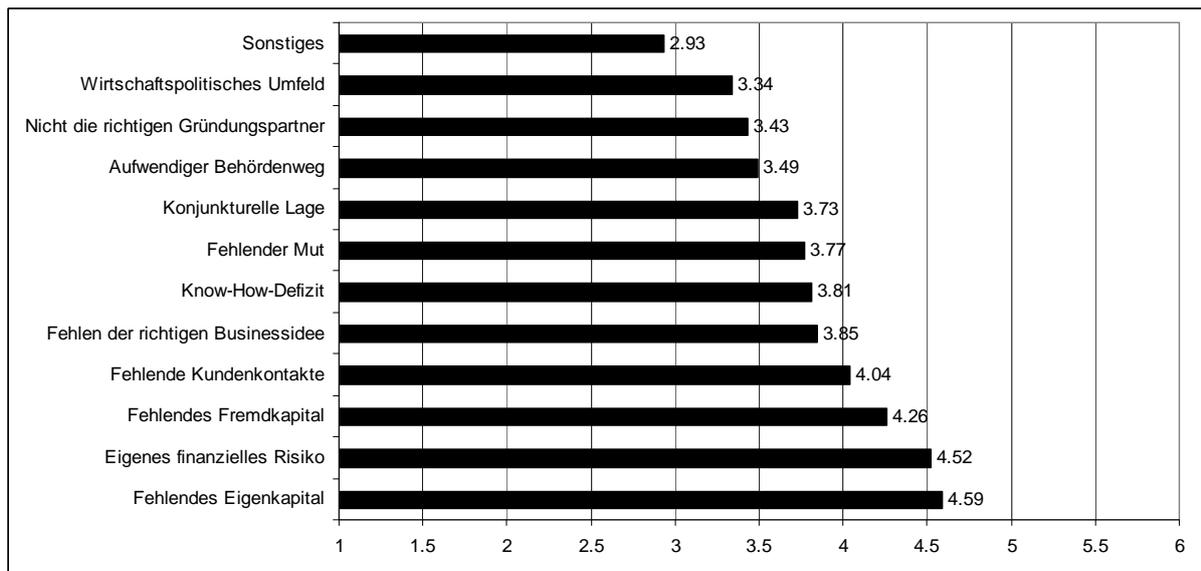


ABBILDUNG 9: GRÖSSTE HINDERNISSE (N= 3'233)¹⁶

Differenziert man zwischen Studierenden die bereits ein Unternehmen gegründet haben und solchen, die noch kein Unternehmen gegründet haben (vgl. Abbildung 10) kann grundsätzlich festgestellt werden, dass Studierende, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, die vorgegebenen Hürden grundsätzlich als weniger bedeutend einschätzen, als Studierende, die noch kein Unternehmen gegründet haben. Insbesondere die Unterschiede bei eigenem finanzielles Risiko, der fehlende Mut, die Verfügbarkeit von Eigen- und Fremdkapital, bestehende Kundenkontakte und die Konjunktur werden von Gründern als signifikant kleinere Hürden wahrgenommen, als von Nicht-Gründern.¹⁷

¹⁶ Mittelwertvergleich.

¹⁷ Bei einem Signifikanzniveau von fünf Prozent.

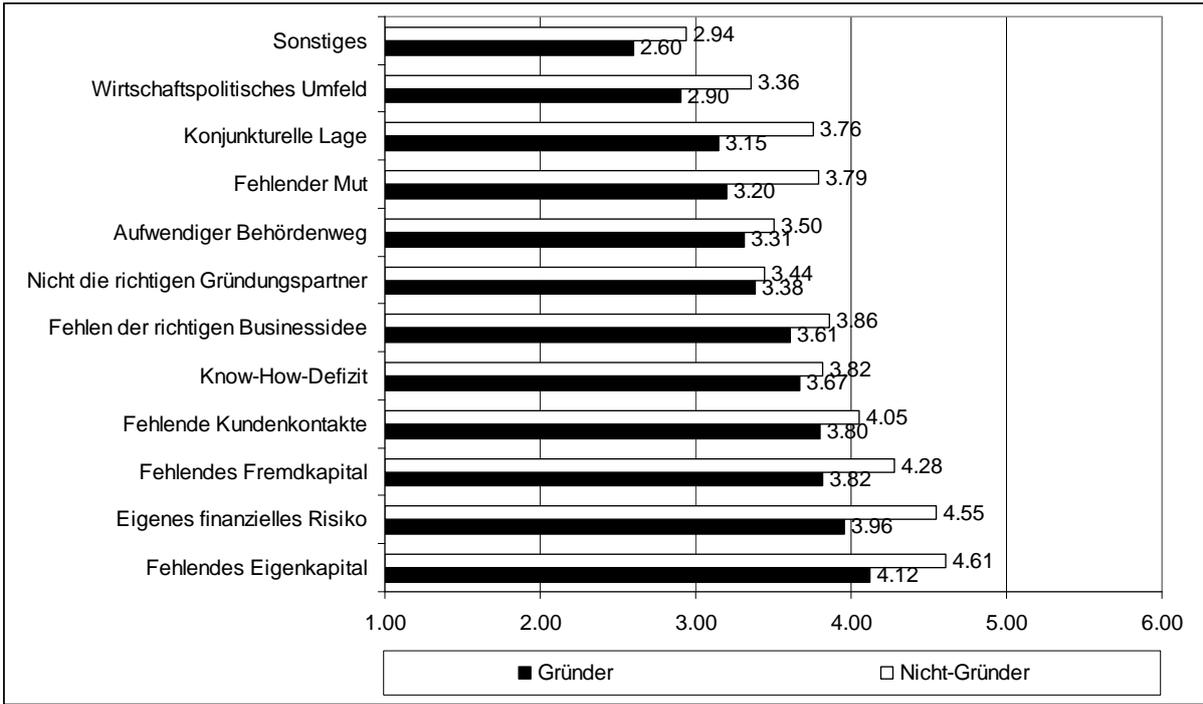


ABBILDUNG 10: HÜRDEN FÜR GRÜNDER UND NICHT-GRÜNDER (MITTELWERTVERGLEICH)

Nachdem wir das Gründungsverhalten und die Gründungsabsicht der Studierenden betrachtet haben, gilt es nachstehend zu untersuchen, welche Faktoren einen möglichen Einfluss auf eine Unternehmensgründung von Studierenden haben.

3 Umfeldeinflüsse auf das Gründungsverhalten

Als Umfeldeinflüsse können Einflüsse aus dem Studium, aber auch Faktoren aus der Familie gesehen werden, die auf die Gründungstätigkeit respektive -absicht wirken können. Deshalb werden im folgenden sowohl universitäre wie auch persönliche Einflussgrössen näher untersucht.

3.1 Universitäre Einflussgrössen

Unterscheidet man nach der Semesterzahl, so kann festgestellt werden, dass grundsätzlich die Gründungstätigkeit mit höherem Semester zunimmt.¹⁸ Das 1. bis 2. Semester stellt dabei einen Ausreisser dar, was wie folgt begründet werden kann: Die vertiefte Betrachtung der Daten hat ergeben, dass bei der Studierenden der Fernfachhochschule Schweiz die grosse Mehrheit (84,3%) im 1. respektive 2. Semester studiert. Von den, in diesem Semester insgesamt gegründeten 32 Unternehmen stammen deren 10 von Studierenden der Fernfachhochschule Schweiz, wo das Durchschnittsalter sowie die Berufserfahrung wesentlich höher ist.

		Semesterzahl						Total
		1.-2. (n=515)	3.-4. (n=459)	5.-6. (n=816)	7.-8. (n=871)	9.- (n=241)	Promo- tion (n=421)	
Gründungs- tätigkeit	Gründer	6,2%	3,3%	3,9%	3,9%	4,6%	6,2%	4,5%
	Nicht- Gründer	93,8%	96,7%	96,1%	96,1%	95,4%	93,8%	95,5%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ABBILDUNG 11: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH SEMESTER

An Universitäten und Fachhochschulen werden unterschiedliche Veranstaltung über Unternehmertum und Entrepreneurship angeboten. Entsprechend haben wir die Studierenden gefragt, ob Sie bereits eine solche Veranstaltung an ihrer Hochschule besucht haben. Dabei geben 852 aller Studierende an, dass Sie bereits an solche Kursen teilgenommen haben. Dies entspricht einem Viertel aller Studierenden.

		Veranstaltung über Unternehmertum		Total
		ja (n=852)	nein (n=2'471)	
Gründungs- tätigkeit	Gründer	6,9%	3,7%	4,5%
	Nicht-Gründer	93,1%	96,3%	95,5%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

ABBILDUNG 12: BESUCH VON ENTREPRENEURSHIP-VERANSTALTUNG

¹⁸ Für den Zusammenhang konnte jedoch keine statistische Signifikanz festgestellt werden.

Die Erhebung hat ergeben, dass ein positiver Zusammenhang festgestellt werden kann zwischen dem Besuch einer Veranstaltung über Unternehmertum respektive Entrepreneurship und der eigenen Unternehmensgründung, wobei die statistische Signifikanz gegeben ist. 6,9 Prozent der Studierenden welche eine solche Veranstaltung besucht haben, geben an, ein Unternehmen bereits gegründet zu haben. Bei den Studierenden, welche keine solche Veranstaltung besucht haben, haben 3,7 Prozent ein Unternehmen gegründet.

Um das Umfeld an den Universitäten zu erfassen, haben wir die Frage gestellt, welche Unterstützung durch die Universität respektive Fachhochschule für eine mögliche Unternehmensgründung in Zukunft gewünscht wird. Dabei gibt die Mehrheit der Studierenden an, dass sie allgemeine Seminare und Vorlesungen (41,2%) wünschen. Dazu können zum Beispiel die von 36,7 Prozent der Studierenden gewünschten Businessplan-Seminare gezählt werden. Der Wunsch nach konkreter Unterstützung bei einer Unternehmensgründung wird mit dem Wunsch nach einem Coaching (40,4%) sowie einer Anlaufstelle für allgemeine Gründungsfragen (38,5%) ausgedrückt.

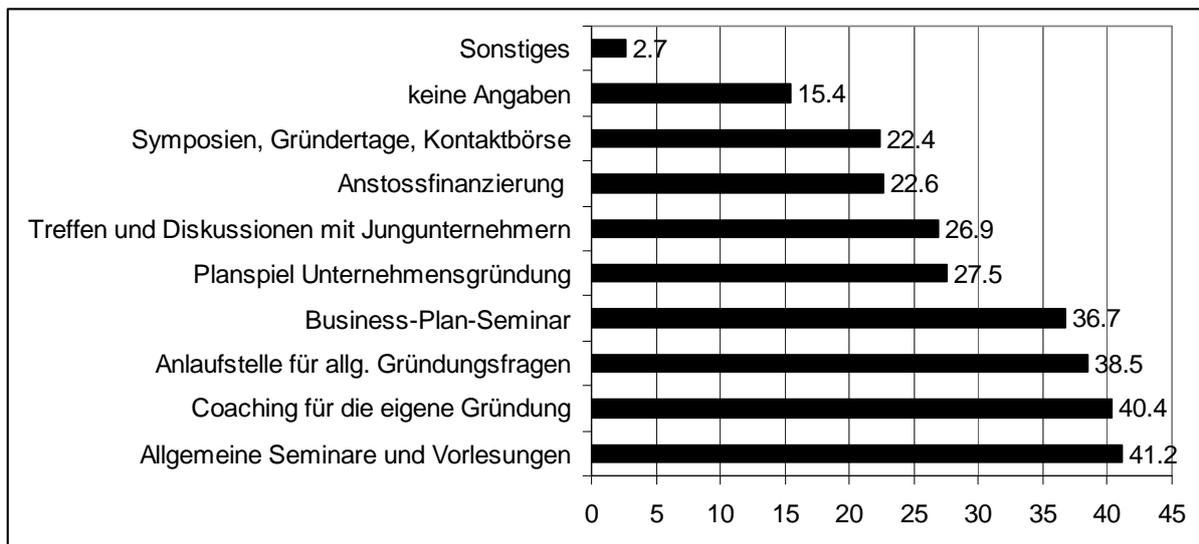


ABBILDUNG 13: GEWÜNSCHTE UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE HOCHSCHULE IN PROZENT

Von leicht geringerem Interesse sind Planspiele zum Thema Unternehmensgründung (27,5%) sowie Treffen und Diskussionen mit Jungunternehmern (26,9%). Die geringste Bedeutung spielen des weiteren Symposien, Gründertage, Kontaktbörsen (22,4%) sowie eine mögliche Anstossfinanzierung durch die Universität respektive Fachhochschule (22,6%).

	ETH	FFH-CH	hsr	HSG	ZHW	Basel	Total
Allgemeine Seminare und Vorlesungen	38.4%	49.2%	46.9%	39.7%	41.8%	44.6%	41.2%
Coaching für die eigene Gründung	36.4%	44.1%	37.1%	48.5%	42.6%	35.6%	40.4%
Anlaufstelle für allg. Gründungsfragen	36.1%	49.2%	35.2%	44.6%	40.3%	32.3%	38.5%
Business-Plan-Seminar	31.8%	57.6%	38.0%	39.1%	39.5%	37.0%	36.7%
Planspiel Unternehmensgründung	22.8%	42.4%	31.0%	30.9%	30.3%	24.8%	27.5%
Treffen und Diskussionen mit Jungunternehmern	21.5%	32.2%	22.1%	33.3%	30.0%	28.1%	26.9%
Anstossfinanzierung	24.6%	30.5%	19.7%	23.6%	17.2%	18.2%	22.6%
Symposien, Gründertage, Kontaktbörse	20.5%	28.8%	16.9%	29.2%	19.0%	22.8%	22.4%
keine Angaben	19.6%	3.4%	14.1%	9.4%	13.1%	13.9%	15.4%
Sonstiges	2.7%	8.5%	3.8%	2.4%	2.6%	1.7%	2.7%

ABBILDUNG 14: UNTERSTÜTZUNGSMÖGLICHKEITEN DIFFERENZIIERT NACH SCHULEN¹⁹

Betrachtet man die Unterstützungsmöglichkeiten differenziert nach den befragten Schulen (vgl. Abbildung 14), so kann festgestellt werden, dass Unterstützung in der Form von Frontalunterricht von den Studierenden der Fernfachhochschule Schweiz besonders häufig genannt werden (Allgemeine Seminare und Vorlesungen, Businessplan-Seminare oder Planspiele). Dies kann wahrscheinlich darauf zurück geführt werden, dass die Ausbildung zu einem wesentlichen Anteil als Fernstudium gestaltet. An der Universität St.Gallen werden vor allem Coaching für die eigene Gründung sowie Kontaktmöglichkeiten im Rahmen von Treffen und Diskussion mit Jungunternehmern respektive Gründertagen, Symposien und Kontaktbörsen gewünscht. Von den Studierenden der ETH Zürich spielen sowohl Ausbildungsformen wie Seminare, Vorlesungen und Planspiele als auch Treffen und der Austausch mit Gleichgesinnten eine geringere Rolle.

3.2 Persönliche Einflussgrößen

Neben dem universitären Umfeld gilt es auch das persönliche Umfeld zu berücksichtigen. Dabei können Geschlecht, das Alter, der familiäre Hintergrund sowie Persönlichkeitsmerkmale eine wichtige Rolle spielen.

Die Erhebung hat deutlich hervorgebracht, dass Studierende, die ein Unternehmen gründen, vor allem männlich sind, wobei eine hohe statistische Signifikanz gegeben ist, wie die nachstehende Abbildung zeigt.

		Geschlecht		Total
		Männlich (n=2'320)	Weiblich (n=1'003)	
Gründungs- tätigkeit	Gründer	6.1%	0.9%	4.5%
	Nicht-Gründer	93.9%	99.1%	95.5%
	Total	100%	100%	100,0%

ABBILDUNG 15: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH GESCHLECHT

¹⁹ Angaben in Prozent.

Wie die bisherigen Ausführungen vermuten lassen, gibt es einen starken Zusammenhang zwischen Alter und dem Gründungsverhalten von Studierenden. Die Analyse hat ergeben, dass bei den Studierenden, die 24 Jahre alt sind und jünger, 3,2 Prozent bereits ein Unternehmen gegründet haben. Bei den 25 bis 30-Jährigen steigt dieser Anteil auf 4,9 Prozent. Bei den 31-Jährigen und älter sind es bereits 12,4 Prozent aller Studierenden. Die Korrelation zwischen Gründungsaktivität und Alter ist statistisch hoch signifikant.

		Altersklassen			Total
		Bis 24 (n = 1'663)	25 bis 30 (n = 1'466)	31 und älter (n = 193)	
Gründungs- tätigkeit	Gründer	3,2%	4,9%	12,4%	4,5%
	Nicht-Gründer	96,8%	95,1%	87,6%	95,5%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

ABBILDUNG 16: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH ALTERSKLASSEN

Weiter hat die Erhebung ergeben, dass die Herkunft eines Studierenden einen leichten Einfluss auf das Gründungsverhalten haben kann. Auf die Frage, ob die Studierenden in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen sind, haben 22,7 Prozent der Studierenden angegeben, dass sie in einer Familie aufgewachsen sind, welche immer noch über ein Unternehmen verfügt. 8,7 Prozent geben an, dass sie zwar in einem Familienunternehmen aufgewachsen sind, dieses jedoch nicht mehr von den Eltern betrieben wird. Das bedeutet, dass 68,7 Prozent aller Studierenden ohne unternehmerischer Familientradition aufgewachsen sind.

		Unternehmerfamilie		Total
		Ja	Nein	
Gründungs- tätigkeit	Gründer	5,3%	4,2%	4,5%
	Nicht-Gründer	94,7%	95,8%	95,5%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

ABBILDUNG 17: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH FAMILIÄREM HINTERGRUND

Betrachtet man nun das Gründungsverhalten der Studierenden im Zusammenhang mit der familiären Situation so kann festgestellt werden, dass 5,3% der Studierenden mit einem unternehmerischen Familienhintergrund selber bereits ein Unternehmen gegründet haben, bei den Studierenden ohne Familienunternehmen sind dies 4,2%. Im Unterschied zur letztjährigen Untersuchung an der HSG konnte jedoch keine statistische Signifikanz festgestellt werden.

Erstmals haben wir im Rahmen der Erhebung auch Persönlichkeitsmerkmale abgefragt, wobei wir uns auf einen von Schallberger und Venetz entwickelten Raster abgestützt haben, welcher die fünf „grossen“ Persönlichkeitsmerkmale erfasst.²⁰ Nachstehen betrachten wir die einzelnen Faktoren, wobei wir zwischen Studierenden die bereits eine Unternehmen gegründet haben und solchen die noch keines gegründet haben differenzieren. Dabei wurden die Variablen auf einer 6-er Skala zwischen 0 (z.B. sehr schweigsam) und 5 (z.B. sehr gesprächig) von den Studierenden bewertet.

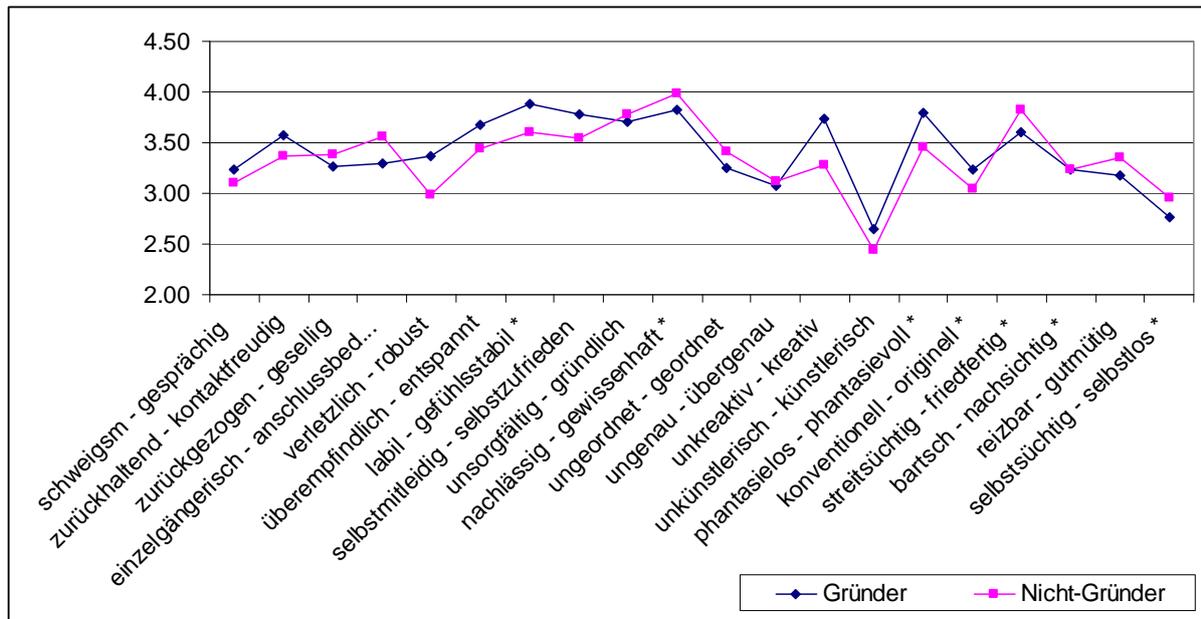


ABBILDUNG 18: PERSÖNLICHKEITSMERKMALE (* = STATISTISCH SIGNIFIKANT)²¹

Die Erhebung hat ergeben, dass Studierende die bereits ein Unternehmen gegründet haben, sich als signifikant gefühlsstabiler, phantasievoll und originell bezeichnen. Gleichzeitig bezeichnen sich dies signifikant weniger gewissenhaft und friedfertig und selbstlos, als Studierende die noch keine Unternehmen gegründet haben.

²⁰ vgl. Schallberger, Venetz 1999, S. 43.

²¹ Mittelwertvergleich.

4 Zusammenfassung und Schlusswort

Die vorliegende Studie hat das Gründungsverhalten und die Gründungsabsicht von Studierenden in der Schweiz untersucht. Dabei können 4,5 Prozent aller Studierenden in der Schweiz als Unternehmensgründer bezeichnet werden. Weitere 12,4 Prozent möchten in Zukunft sicher, weitere 52,2 Prozent wahrscheinlich ein Unternehmen gründen. Das bedeutet, dass ein grosses unternehmerisches Potential unter den Studierenden festgestellt werden kann.

Für die meisten Studierenden kommt eine Unternehmensgründung jedoch erst nach einigen Jahren Erfahrung im Rahmen eines Angestelltenverhältnisses in der Praxis in Frage. Eine Unternehmensgründung wird von der Mehrheit der Studierenden nicht im Alleingang vorgesehen. Das bedeutet, dass vor allem Leute aus dem persönlichen Umfeld wie Freundes- und Bekanntenkreis oder der eigenen Hochschule respektive Universität dazu gezogen werden respektive würden.

Als wesentliche Hürden für eine Unternehmensgründung werden die finanziellen Mittel, das zu tragende Risiko sowie die fehlende Kundenkontakte genannt. Nicht zu verachten sind jedoch auch Know-how-Defizite, der fehlende Mut und das Fehlen der Businessidee an sich. Interessant ist, dass Studierende die bereits ein Unternehmen gegründet haben, alle Hürden als tiefer einschätzen, als dies Nicht-Gründer tun.

In der vorliegenden Studie können verschiedene Einflussgrössen nachgewiesen werden, die eine Unternehmensgründung durch Studierende unterstützen. Eine Unternehmen wird deshalb von eher älteren, männlichen Studierenden, die bereits eine Veranstaltung zum Thema Unternehmertum besucht haben vermehrt gegründet.

Zum heutigen Zeitpunkt bietet die vorliegende Erhebung einen guten Überblick über das Gründungsverhalten und die Gründungsabsicht von Studierenden an Schweizer Fachhochschulen und Universitäten. In Zukunft soll das Projekt einerseits auf weitere Schulen ausgeweitet werden. Andererseits bietet sich mit der gegebenen Grundlage und der gleichen Untersuchung alle zwei Jahre auch die Möglichkeit eine Erfolgskontrolle bezüglich der vom Bund im Frühjahr 2004 gestarteten Fördermassnahmen an Universitäten und Fachhochschulen durchzuführen.

5 Literaturverzeichnis

Blöchlinger, Adrian; Trombitas, Mila (2004). KMUadmin: Unternehmensgründungen online. In: *Die Volkswirtschaft*. Nr. 6, 2004. S. 48-52.

Creditreform (2004). Pressemitteilung vom 14. Januar 2004. Zürich: Creditreform 2004.

EVD 2003: Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD. Die KMU-Politik des EVD. 2003.

Fueglistaller, Urs; Halter, Frank; Hartl, Robert (2004): Unternehmertum im universitären Umfeld. In: *Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen. Internationales Gewerbearchiv*. Jg. 52, Nr. 1, 2004. S. 15-31.

KMU-HSG, START (2003): *Swiss Survey on collegiate Entrepreneurship 2003. Auswertung einer Erhebung an der Universität St.Gallen im April 2003*. St.Gallen: Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG), Juni 2003.

Schallberger, Urs; Venetz, Martin (1999): Kurzversion des MRS-Iventars von Ostendorf (1990) zur Erfassung der fünf „grossen“ Persönlichkeitsfaktoren. Bericht aus der Abteilung angewandte Psychologie, Psychologisches Institut der Universität Zürich, Nr. 30, 1999.

Schweizerisches Institut für Klein- und Mittel-
unternehmen an der Universität St.Gallen
Dufourstrasse 40a
9000 St.Gallen

++41 (0)71 224 71 00 (Telefon)
++41 (0)71 224 71 01 (Fax)
www.kmu.unisg.ch

START
Studentenschaft Universität St.Gallen
Guisanstrasse 9
9010 St.Gallen

++41 (0)71 224 30 95
++41 (0)71 224 30 96
www.sg.startglobal.org