



**ISCE 2006**

# **German Survey on Collegiate Entrepreneurship**

Gründungsneigung  
deutscher Studierender

Simone Chlosta, Heinz Klandt, Tobias Johann



**EUROPEAN BUSINESS SCHOOL**  
International University Schloß Reichartshausen

## **Vorwort der Autoren**

Der vorliegende Beitrag, der German Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006 (GSCE), ist ein Teilbereich des International Survey on Collegiate Entrepreneurship (ISCE 2006) und bietet Erkenntnisse über ausgewählte, deutsche Universitäten und Hochschulen an. Die zentralen Fragen der Studie drehen sich um die Unternehmensgründungsabsichten und -tätigkeiten der Studierenden und um die Analyse der vorhandenen Rahmenbedingungen. Im Vergleich zur internationalen Untersuchung ([www.isce.ch](http://www.isce.ch)) muss die unternehmerische Kraft von Studierenden in Deutschland als unterdurchschnittlich bezeichnet werden. Die nähere Betrachtung zeigt, dass die Unterschiede zwischen den untersuchten deutschen Universitäten zum Teil sehr groß sind. Direkt nach dem Studium streben knapp drei Viertel aller befragten Studierenden eine Erwerbstätigkeit in einem Angestelltenverhältnis an. Diese Quote wird sich gemäss momentaner Einschätzung der Studierenden zu Gunsten der selbständigen Erwerbstätigkeit auf rund 40% nach einigen Berufsjahren verschieben. 2,5% der befragten Studierenden in Deutschland dürfen bereits zum heutigen Zeitpunkt als UnternehmensgründerInnen bezeichnet werden. Weitere 40% können als potentielle UnternehmerInnen identifiziert werden. Auch wenn die Hälfte der ermittelten potentiellen GründerInnen noch keine konkreten unternehmerischen Aktivitäten getätigt haben, zeigen sie doch verschiedene Vorbereitungsmaßnahmen in Richtung einer beruflichen Selbständigkeit. Betrachtet man die häufigsten Hindernisse, die einer Gründung im Wege stehen, so sind dies die fehlenden finanziellen Mittel und die mangelnde Risikobereitschaft. Die Akteure der Aus- und Weiterbildung stehen deshalb vor der Frage, wie sie Studierende zu „mutigen und kreativen Machern mit Sachverstand“ hinführen können.

Wir bedanken uns an dieser Stelle bei der Firma Kultquartett ([www.kultquartett.de](http://www.kultquartett.de)) für das Sponsoring der Gewinne. Unser Dank geht weiter auch an die beiden Sponsoren des internationalen Gesamtprojektes: Information Factory GmbH und die Forschungskommission der Universität St. Gallen. Ohne die spezifische Unterstützung der drei Sponsoren könnte ein Projekt in der vorliegenden Form nicht realisiert werden. Abschließend hoffen wir, dass wir in Zukunft eine gesteigerte unternehmerische Kraft der Studierenden einerseits und eine höhere Risikobereitschaft andererseits nachweisen können. Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre sowie möglichst viele Anregungen für die Praxis und freuen uns auf Ihr Feedback.

Oestrich-Winkel, im November 2006

**Prof. Dr. Heinz Klandt**  
KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship  
European Business School

**Dipl.-Psych. Simone Chlosta**  
KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship  
European Business School

**Dipl.-Kfm. Tobias Johann**  
KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship  
European Business School

## Inhaltsverzeichnis

## Seite

1. Einleitung.....	5
1.1 Problemstellung und Ausgangslage.....	6
1.2 Zielsetzung und Vorgehen.....	6
1.3 Projektorganisation und methodische Hinweise.....	6
1.4 Aussagekraft der Studie.....	6
2. Unternehmerische Aktivitäten der Studierenden.....	9
2.1 Zukunftspläne der Studierenden im allgemeinen.....	9
2.2 Gelebtes und beabsichtigtes Unternehmertum im Überblick.....	10
2.3 Vollzogene Unternehmensgründungen von Studierenden.....	11
2.4 Beabsichtigte Unternehmensgründungen von Studierenden.....	12
2.4.1 Aktivitäten auf dem Weg zur Unternehmensgründung.....	12
2.4.2 Möglicher Gründungszeitpunkt und Beschäftigungsfeld.....	13
3. Hürden einer Unternehmensgründung.....	15
4. Motive einer Unternehmensgründung.....	16
5. Rahmenbedingungen an Universitäten und Fachhochschulen.....	17
5.1 Unternehmensgründungsklima.....	17
5.2 Unternehmensorientierte Lehrveranstaltungen.....	17
5.3 Gewünschtes Angebot an Universitäten und Fachhochschulen.....	18
6. Implikationen für die Praxis und Schlusswort.....	19
7. Anhang.....	21

## Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abbildung 1: Indexierte unternehmerische Kraft von Studierenden im internationalen Vergleich (Angaben in %)	5

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der Verteilung der Studenten auf die Universitäten/Hochschulen	7
Tabelle 2: Kurzbeschreibung der Stichprobe	7
Tabelle 3: Verteilung der Studienfächer	8
Tabelle 4: Berufswünsche nach dem Studium	9
Tabelle 5: Gründungsintention	11
Tabelle 6: Charakteristika der Unternehmen	11
Tabelle 7: Unternommene Schritte zur Unternehmensgründung	12
Tabelle 8: Geplanter Gründungszeitpunkt	13
Tabelle 9: Geplanter Bereich für die Gründung	14
Tabelle 10: Team- oder Einzelgründung	15
Tabelle 11: Bewertung der Hürden	16
Tabelle 12: Motive	17
Tabelle 13: Gründungsklima der Hochschulen	17
Tabelle 14: Entrepreneurship-Veranstaltungen	18
Tabelle 15: Gewünschte Unterstützung	18

# 1. Einleitung

## 1.1 Problemstellung und Ausgangslage

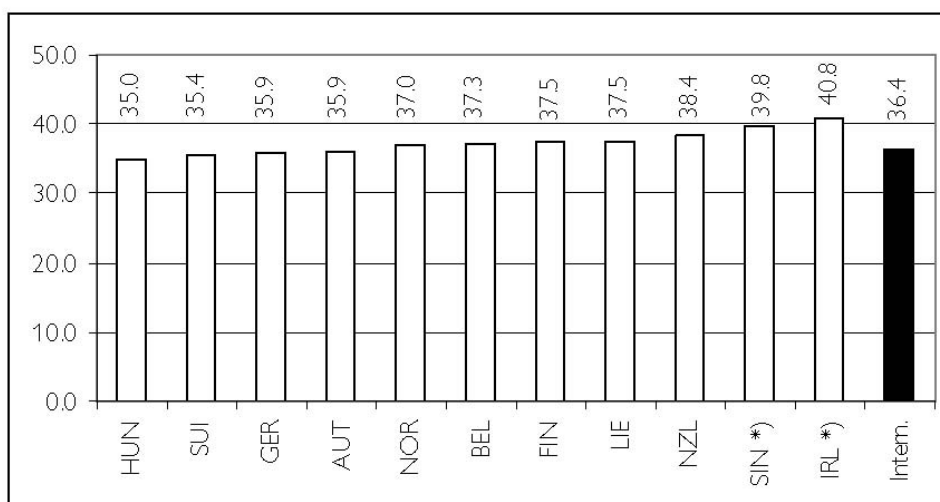
Unternehmertum und Entrepreneurship sind heute zwei Schlagworte, die in unserem Alltag zu einem festen Bestandteil geworden sind. Die Forderung nach mehr Unternehmertum wird vor allem in jenen Volkswirtschaften laut, in denen die Gefahr besteht, dass im Rahmen der Globalisierung wertvolles Know-how ins Ausland abfließt und wo die Produktionsstandorte im eigenen Land gefährdet sind.

Um die Entfaltung von unternehmerischen Aktivitäten in der Deutschland zu erhöhen, wurden auf Bundesebene verschiedene Maßnahmen und Projektförderungen eingeleitet. Ein erklärtes Ziel ist dabei die Förderung von innovativen Business-Ideen und damit verbunden von Unternehmensgründungen. Aus der Überzeugung, dass insbesondere in Universitäten und Fachhochschulen viel innovative Kraft vorhanden ist, wird der Versuch unternommen, den Transfer aus diesen Einrichtungen in die Praxis zu unterstützen. Das Ziel ist es, daraus Unternehmen mit Produkten und Dienstleistungen zu entwickeln, die langfristig die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland sichern. Neben der Forschungs- und Ideenförderung geht es auch um die Unterstützung der Studierenden mittels erleichtertem Zugang zu Wissen rund um das Unternehmertum.

Damit wird zum einen das Ziel verfolgt, potentielle Unternehmerinnen und Unternehmer zu unterstützen, damit Gründungen wirtschaftlich erfolgreich werden und nicht aus Unwissenheit schon vorzeitig zum Scheitern verurteilt sind. Zum anderen wird auch versucht, den Studierenden eine gründungswillige Grundstimmung zu vermitteln und Perspektiven aufzuzeigen.

Die internationale Studie ISCE 2006 hat gezeigt, dass sich die Gründungstätigkeit und -absicht von Studierenden - dargestellt als unternehmerische Kraft - im Ländervergleich unterdurchschnittlich verhält. Betrachtet man alle untersuchten Studierenden mit wirtschaftsnahen Studienrichtungen, steht Deutschland an drittletzter Stelle (vgl. Abbildung 1, S. 1).

Der vorliegende Bericht hat deshalb zum Ziel, die Gegebenheiten in Deutschland differenziert zu betrachten, um Handlungsempfehlungen für die Praxis ableiten zu können.



**Abbildung 1: Indexierte unternehmerische Kraft von Studierenden im internationalen Vergleich (Angaben in %)**

Anmerkung: N=37.412

## **1.2 Zielsetzung und Vorgehen**

Ein Ziel der vorliegenden Studie ist es, die unternehmerische Aktivität und die Gründungsabsichten von Studierenden ausgewählter Universitäten und Fachhochschulen deutschlandweit zu vergleichen. Im Anschluss an die Einleitung werden im zweiten Abschnitt die Ergebnisse der unternehmerischen Kraft von Studierenden im nationalen Vergleich vorgestellt.

Zuerst werden die beruflichen Präferenzen der befragten Studierenden diskutiert.

Anschließend wird darauf eingegangen, wie viele Studierende bereits ein Unternehmen gegründet haben, respektive ein entsprechendes Interesse haben, ein Unternehmen zu gründen. Ebenfalls wird die Qualität der gegründeten Unternehmen näher betrachtet.

Im dritten und vierten Teil gilt es, die von den Studierenden wahrgenommenen Gründungshürden sowie ihre Gründungsmotive zu analysieren. Der fünfte Teil widmet sich der Untersuchung von Voraussetzungen an den Universitäten und Fachhochschulen im nationalen Vergleich. Daraus werden abschließend Implikationen für die Praxis und die Forschung abgeleitet.

## **1.3 Projektorganisation und methodische Hinweise**

Der Fragebogen der vorliegenden Auswertung wurde vom Forschungsteam des ISCE erstellt und für die nationale Erhebung zur Verfügung gestellt. Für die Erschließung der Universitäten und Fachhochschulen in Deutschland ist das Projektteam der European Business School am KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship verantwortlich.

Die Studierenden wurden mit einem E-Mail auf den Fragebogen aufmerksam gemacht, wobei ein entsprechender Link dazu verschickt worden ist. Die Fragen konnten über eine Webseite beantwortet werden. Um einen guten Rücklauf sicherstellen zu können, haben wir attraktive Preise unter den Teilnehmenden verlost, die von unserem nationalen Sponsor [www.kultquartett.de](http://www.kultquartett.de) zur Verfügung gestellt wurden.

## **1.4 Aussagekraft der Studie**

Als anvisierte Grundgesamtheit verstehen wir nachfolgend die Summe aller eingeschriebenen Studierenden des Jahres 2006. Die Rücklaufquoten unter den Universitäten beträgt im Durchschnitt 2,9%.

Die der vorliegenden Studie zugrunde liegende Stichprobe setzt sich aus 3.189 auswertbaren Fragebogen zusammen, die von Studierenden aus 25 Universitäten und Fachhochschulen ausgefüllt wurden. Tabelle 1 zeigt die Verteilung der Studierenden auf die verschiedenen Institutionen.

Der Erfolg einer "webbasierten Umfrage" hängt von der Erreichbarkeit der Studierenden via e-Mail ab. Entscheidend war deshalb die Infrastruktur an den jeweiligen Institutionen (e-Accounts der Studierenden) und die Einwilligung des jeweiligen Rektorats, die Studierenden mit e-Mail anzuschreiben. Angefragt wurden Studierende aller Fachrichtungen. Vor diesem Hintergrund ist nachvollziehbar, dass die fachliche Verteilung zum einen und die Tiefe der Befragung (Anzahl von Studierenden) zum anderen zwischen den einzelnen

Fachhochschulen und Universitäten variiert. Hinzu kam, dass einige angesprochene Universitäten und Fachhochschulen sich am Forschungsprojekt grundsätzlich nicht beteiligen wollten.

**Tabelle 1: Übersicht der Verteilung der Studenten auf die Universitäten/Hochschulen**

<b>Teilnehmende Universitäten/Hochschulen</b>	<b>Anzahl</b>
Christian-Albrechts-Universität, Kiel (SH)	130
Eberhard-Karls-Universität Tübingen, Tübingen (BW)	486
European Business School (ebs), Oestrich-Winkel (HE)	103
Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg, Bonn (NW)	192
Fachhochschule Deggendorf, Deggendorf (BY)	166
Fachhochschule Frankfurt am Main (HE)	15
Fachhochschule Ingolstadt (BY)	151
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Eichstätt und Ingolstadt (BY)	39
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, Aachen (NW)	11
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, Heidelberg (BW)	24
Technische Universität Dresden, Dresden (SN)	1748
Universität Regensburg, Regensburg (BY)	62
Universität Witten/Herdecke, Witten (NW)	19
Andere	43
<b>GESAMT</b>	<b>3189</b>

Anmerkung: Universitäten mit weniger als 10 Teilnehmern sind unter Andere aufgelistet.  
N=3.189

### **Das Bild TeilnehmerInnen**

Teilgenommen haben Studierende des Grund-, Haupt-, und Doktorandenstudiums. Tabelle 2 beinhaltet eine kurze Beschreibung der Studierenden. Es sind folgende qualitative Merkmale enthalten: Durchschnittsstudienjahr, Stufe des Studiums (Grund-, Haupt-, Promotionsstudium), Voll- oder Teilzeitstudium, Durchschnittsalter, Geschlecht und Studienfach.

**Tabelle 2: Kurzbeschreibung der Stichprobe**

<b>Studienjahr (mean)</b>	<b>Grundstudium</b>	<b>Hauptstudium</b>	<b>Promotionsstufe</b>	<b>Vollzeit</b>	<b>Teilzeit</b>	<b>Alter (mean)</b>	<b>männlich</b>	<b>weiblich</b>
3,23	42,9	52,9	4,2	96,9	3,1	24,0	48,7	51,3

Anmerkung: Studienjahr und Alter beinhaltet die Mittelwerte. Die anderen Variablen stellen Prozentwerte dar.  
N=3.189

Über die Hälfte der Studenten befindet sich im Hauptstudium (52,9%), wobei fast alle ihr Studium in Vollzeit absolvieren (96,9%). Das Durchschnittsalter beträgt 24 Jahre, bei einer geschlechtlich sehr ausgeglichenen Stichprobe (48,7% männlich, 51,3% weiblich).

Die TeilnehmerInnen verteilen sich auf 15 verschiedene Studienfächer:

**Tabelle 3: Verteilung der Studienfächer**

<b>Fächer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Volkswirtschaftslehre	76	2,4
Betriebswirtschaftslehre	654	20,5
Betriebs- / Wirtschaftsinformatik	89	2,8
Jura	67	2,1
Mathematik, Informatik, Astronomie, Physik	318	10,0
Chemie, Biologie, Erdwissenschaften, Geographie	356	11,2
Medizin und Pharmazie	130	4,1
Bauwesen, Architektur	145	4,5
Maschinen- und Elektroingenieurwesen	530	16,6
Agrar- u. Forstwissenschaften	28	0,9
Theologie	26	0,8
Sprach- und Literaturwissenschaften	277	8,7
Historische und Kulturwissenschaften	115	3,6
Psychologie, Soziologie und ähnliche Fächer	371	11,6
Sportwissenschaften	7	0,2
<b>Gesamt</b>	<b>3189</b>	<b>100,0</b>

Anmerkung: N=3.189

Der größte Teil der Studierenden ist in dem Fach Betriebswirtschaftslehre wieder zu finden (20,5%), gefolgt von Maschinen- und Elektroingenieurwesen mit 16,6% und Psychologie/Soziologie mit 11,6%.

### **Repräsentative webbasierte Umfrage unter Studierenden**

Es darf davon ausgegangen werden, dass Studierende am einfachsten über einen webbasierten Fragebogen erreicht werden können. Die meisten Studierenden verfügen heute über einen Internetzugang an der Universität oder privat. Die Umfrage kann somit zeitunabhängig ausgefüllt werden und ist deshalb an keine Vorlesungs- oder Seminartermine gebunden. Auch die Rückfrage bei den Landesvertretern lässt den Schluss zu, dass heute die meisten Studierenden über eine E-Mail-Adresse verfügen.

Die eigentliche Herausforderung besteht im Zugang zu den E-Mail Adressen. An den meisten Universitäten und Fachhochschulen gibt es Mailverteiler, die als Grundlage dienen konnten. Aus organisatorischer Sicht ist es jedoch nicht selbstverständlich, dass diese Verteiler verwendet werden dürfen. Einige Verantwortungsträger haben dem Zugang zu den Adressen nicht zugestimmt, was es zu respektieren gilt. Bei einzelnen Fachhochschulen konnte der Bewilligungsprozess für Massenversände nicht rechtzeitig abgeschlossen werden. Trotz der leichten Unterschieden zwischen den verschiedenen Institutionen bezüglich Struktur der Samples sowie den Risiken bezüglich webbasierten Umfragen darf festgehalten werden, dass die Aussagekraft der vorliegenden Studie zweifelsfrei als repräsentativ bezeichnet werden darf.

In der vorliegenden Studie werden primär Aussagen auf aggregierter Ebene vorgenommen. Dies bedeutet, dass auf einzelne Universitäten/Hochschulen nicht explizit eingegangen wird.



## 2. Unternehmerische Aktivitäten der Studierenden

Dieses Kapitel bildet den Kern des vorliegenden Berichtes und befasst sich mit der unternehmerischen Aktivität von Studierenden als solches. Zum einen geht es um die generellen beruflichen Ziele der Studierenden für die Zeit nach dem Studium. Andererseits wollen wir die eigentliche unternehmerische Aktivität der Studierenden bereits während des Studiums als auch das unternehmerische Potential näher betrachten.

### 2.1 Zukunftspläne der Studierenden im allgemeinen

Die Ziele von Studierenden bezüglich Berufswünsche können sehr unterschiedlich ausfallen. Der Berufseinstieg direkt nach dem Studium entspricht nicht zwingend dem Berufsbild nach einigen Jahren in der Praxis. Es darf davon ausgegangen werden, dass viele Studierende die Erstanstellung quasi als Berufs- und Wanderjahre respektive als einen wichtigen weiteren Schritt der Ausbildung betrachten. Vor diesem Hintergrund differenzieren wir nachstehend zwischen zwei Befragungskategorien. Zum einen haben wir die Studierenden nach ihren beruflichen Wünschen für die ersten 5 Jahre direkt nach dem Studium befragt (< 5 Jahre). Die zweite Kategorie bildet die Zeit nach den ersten Berufsjahren (> 5 Jahre nach dem Studium) ab. Dadurch sollten auch die Personen erfasst werden, die an einer Selbständigkeit interessiert sind, aber erst Berufs- und/oder Branchenerfahrung sammeln wollen.

**Tabelle 4: Berufswünsche unmittelbar und 5 Jahre nach dem Studium**

Berufswunsch	direkt nach Studium		5 Jahre nach Studium	
	Anzahl	%	Anzahl	%
<b>Abhängig beschäftigt:</b>				
Arbeiten in einem Kleinstunternehmen	84	2,6	30	0,9
Arbeiten in einem Kleinunternehmen	285	8,9	108	3,4
Arbeiten in einem Mittelunternehmen	517	16,2	255	8,0
Arbeiten in Grossunternehmen	676	21,2	495	15,5
Arbeiten an Universität/Hochschule	476	14,9	253	7,9
Arbeiten im Öffentlicher Dienst	258	8,1	239	7,5
<b>GESAMT abhängig:</b>	<b>2296</b>	<b>72,0</b>	<b>1380</b>	<b>43,3</b>
<b>Selbständig:</b>				
Fortführung des elterlichen Unternehmens	17	0,5	41	1,3
Übernahme eines bestehenden Unternehmens	14	0,4	51	1,6
Gründung eines Franchiseunternehmens	3	0,1	16	0,5
Beteiligung an einem bestehenden Unternehmen	73	2,3	137	4,3
Fortführung des von mir gegründeten Unternehmens	13	0,4	38	1,2
Gründung eines Unternehmens	38	1,2	317	9,9
Aufnahme einer freiberuflichen Tätigkeit	97	3,0	255	8,0
<b>GESAMT selbständig:</b>	<b>255</b>	<b>8,0</b>	<b>855</b>	<b>26,8</b>
<b>Sonstiges:</b>				
Konzentration auf Familie	221	6,9	424	13,3
Weiss noch nicht	417	13,1	530	16,6

Anmerkung: N= 3.189

Wie aus Tabelle 4 ersichtlich ist, wünscht sich der Grossteil der Studierenden ihren Berufseinstieg direkt in ein Grossunternehmen (21,2%) oder Mittelunternehmen (16,2%), gefolgt von Arbeit an der Universität (14,9%). Diese Darstellung zeigt deutlich, dass fast drei Viertel (72,0%) aller Studierenden den Berufseinstieg primär über ein Angestelltenverhältnis suchen. 13% der Studierenden können noch keine Präferenzen angeben, fast 7% denken eher über die private Familienplanung nach.

Über einen längeren Zeithorizont gesehen (hier: 5 Jahre) verlieren Gross- und Mittelunternehmen an Bedeutung. Stärker noch nehmen die Prozentanteile bei Klein- und Kleinstunternehmen ab, da diese meist nur als Sprungbrett gesehen werden.

Die Anzahl derer, die Interesse an einer selbständigen Beschäftigung haben, hat sich zu einem späteren Zeitpunkt (5 Jahre nach dem Studium) erhöht: es ist ein Anstieg von 8,0% auf 26,8% zu verzeichnen. Jedoch ist Deutschland mit diesen Zahlen im internationalen Vergleich auf dem letzten Platz gelandet.

Die Zahl derer, die auch nach 5 Jahren in einem Angestelltenverhältnis bleiben wollen, sinkt von 72,0% auf 43,3%. Eine Sonderstellung nimmt der Öffentliche Dienst ein. Hier ist der Rückgang über den 5-Jahreszeitraum am geringsten (von 8,1% auf 7,5%). Davon abgesehen gewinnt der Weg in die Selbstständigkeit respektive in eine unabhängige Erwerbstätigkeit bei allen anderen möglichen Optionen. Der stärkste Anstieg im Bereich der Selbstständigkeit nach 5 Jahren ist bei Franchise- und Eigengründungen zu finden. Bei den beliebtesten Arten der Selbstständigkeit fällt auf, dass neben der Eigengründung auch die Beteiligung und die freiberufliche Tätigkeit sehr gefragt sind.

Außerhalb der unternehmerischen Betätigung wächst der Anteil der Studierenden, welche eine Familie gründen möchten, über die Zeit von 6,9 (> 5 Jahre) auf 13,3 % nach einigen Berufsjahren an. Die Gruppe der Studierenden, die noch keine spezifischen Wünsche haben für die Tätigkeit nach den ersten Berufsjahren steigt um 3 Prozentpunkte auf 16,6% für die Zeit nach einigen Berufsjahren

## **2.2 Gelebtes und beabsichtigtes Unternehmertum im Überblick**

Die bisherigen Ausführungen befassten sich mit den allgemeinen Berufszielen von Studierenden. Dieser nun folgende Abschnitt des German Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006 beschäftigt sich mit dem aktuellen Stand auf dem Kontinuum zwischen Gründungsabsichten (Intentionen) und Gründungsaktivitäten. Dazu wurde den Teilnehmern die folgende zentrale Frage gestellt: „Haben Sie persönlich schon einmal konkret dran gedacht, sich eine selbständige unternehmerische Existenz aufzubauen?“

Die Ergebnisse der deutschlandweiten Stichprobe sind der Tabelle 5 zu entnehmen. Es zeigt sich, dass sich knapp 48% aller Studierenden bezüglich einer möglichen Unternehmensgründung mindestens flüchtig Gedanken gemacht haben. Relativ konkret haben sich demgegenüber bereits 8,5% aller Studierenden mit der unternehmerischen Selbstständigkeit beschäftigt. Ein gleich hoher Anteil ist jedoch bereits wieder von der geplanten Unternehmensgründung abgekommen.

Hervorzuheben ist auch der Teil der Studierenden, der den festen Entschluss verfolgt, sich selbständig zu machen (5,4%). 1% der Teilnehmer hat sogar schon während des Studiums begonnen, eine Firma aufzubauen und 1,5% sind schon selbständig. Ein weiteres Prozent der Befragten war bereits selbständig, hat das Unternehmen jedoch bereits wieder geschlossen. Im internationalen Vergleich rangiert Deutschland mit diesen Ausprägungen in Gründungsaktivität und Gründungsintention am unteren Ende der Rangliste.

**Tabelle 5: Gründungsintention**

	Häufigkeit	Prozent
Nein, noch nie	828	26,0
Ja, flüchtig	1527	47,9
Ja, relativ konkret	270	8,5
Ja, bin aber davon wieder abgekommen	275	8,6
Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen	173	5,4
Ja, habe schon mit der Realisation begonnen	32	1,0
Ja, bin schon selbständig	47	1,5
Ja, war selbständig, bin es aber nicht mehr	37	1,2

Anmerkung: N= 3.189

### 2.3 Vollzogene Unternehmensgründungen von Studierenden

Aus den bisherigen Ausführungen wird ersichtlich, dass von den 3.189 befragten Studierenden in Deutschland 84 selbständig sind. Davon sind 37 ehemalige Gründer und 47 aktuelle Gründer. Interessant ist in diesem Kontext die Frage, wie diese Unternehmen bezüglich der Kriterien **Dauer des Bestehens, Unternehmensgröße, Größe des Gründungsteams, Durchschnittsalter des Gründers**, etc. aussehen.

Diese Kriterien sollen der Beschreibung der Unternehmen dienen und auch den Mehrwert von Unternehmensgründungen für die Wirtschaft darstellen. Da es sich um teilweise sensible Daten handelt, schwankt die Antwortbereitschaft bei den Fragen stark. Insbesondere solche Fragen, die Informationen über mögliche Umsätze oder Mitarbeiterzahlen thematisieren, werden oftmals gemieden.

Wie aus der Tabelle 6 ersichtlich ist, ist die Anzahl der gegründeten Unternehmen mit 84% und somit einer Gründungsquote von 2.7% nicht sehr hoch. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland mit diesem Ergebnis im letzten Drittel.

Der Gründungszeitpunkt der meisten Unternehmen liegt in dieser Stichprobe nicht weit zurück. Dies erstaunt nicht, da die Gruppe der Befragten selbst auch noch sehr jung (=Studierende) ist. Die meisten Unternehmen befinden sich mit 3,3 Jahren noch in der Wachstums- und Etablierungsphase. Auch die Mitarbeiterzahlen mit im Durchschnitt 1,9 spiegeln das geringe Wachstum der Unternehmen wider.

**Tabelle 6: Charakteristika der Unternehmen**

Beschreibung der gegründeten Unternehmen	
Anzahl	84
Gründungsquote in %	2,7
Gründung vor .... Jahren	3,3
Durchschnittsalter der Gründer (heute)	26,0
Mitarbeiterzahl	1,9
Größe Gründungsteam	1,8

Anmerkung: N= 84

Interessant wäre für die Bewertung der Zahlen in Tabelle 6 auch sicherlich die Art der Unternehmensgründung (Voll-/Neben-/Zuerwerb), was aus den Daten dieser Erhebung leider

nicht geklärt werden kann. Jedoch sprechen die geringe Anzahl an Mitarbeitern und auch die Größe des Gründungsteams dafür, dass es sich zumindest teilweise um Nebenerwerbsgründungen handelt.

## 2.4 Beabsichtigte Unternehmensgründungen von Studierenden

### 2.4.1 Aktivitäten auf dem Weg zur Unternehmensgründung

Die bisherigen Betrachtungen bezogen sich auf schon vollzogene Unternehmensgründungen. In diesem Abschnitt sollen die Studierenden untersucht werden, die als potentielle Gründer gewertet werden können. Dazu gehören Personen, die sowohl ein Interesse an einer selbständigen beruflichen Existenz haben als auch schon erste Schritte in diese Richtung unternommen haben. Knapp 62% der Studierenden der deutschen Stichprobe können zu dieser Gruppe gezählt werden. Wie die Tabelle 7 zeigt, haben lediglich 38,3% noch nichts in Richtung einer Existenzgründung unternommen.

Als nächsten Schritt sollen die konkreten Schritte beleuchtet werden, die die Studierenden schon umgesetzt haben. Eine grobe zeitliche Unterscheidung kann hier zwischen Informationsbeschaffung und konkreten Umsetzungsschritten gemacht werden. Zu der ersten Kategorie zählen eher unverbindliche Schritte wie z.B. gründungsspezifische Informationen besorgen, gründungsspezifische Veranstaltungen besuchen und erste Geschäftsideen durchdenken und schriftlich festhalten. Deutschlandweit liegt der Anteil Studierender diesbezüglich bei 50,2%.

Neben der eher unverbindlichen Informationsbeschaffung gibt es auch Schritte, die als sehr zielgerichtet und umsetzungsorientiert gewertet werden können. Dazu zählen Tätigkeiten wie das Formulieren eines Business Plans (2,9%), Gespräche mit Kreditinstituten (1,5%), das Vorhandensein von Prototypen (2,5%) sowie das Festlegen des Gründungszeitpunkts (0,8%). Die Personen, die einige oder alle dieser Schritte vollzogen haben, befinden sich der Unternehmensgründung ein wesentliches Stück näher als die vorherige Gruppe.

**Tabelle 7: Unternommene Schritte zur Unternehmensgründung**

<b>Unternommene Schritte für Unternehmensgründung</b>		
	<b>Fälle</b>	<b>Prozent</b>
Nichts unternommen	1221	38,3
Erste Geschäftsideen durchgedacht	987	31,0
Erste Geschäftsideen schriftlich festgehalten	229	7,2
Einen Businessplan formuliert	93	2,9
Gründungsspezifische Informationen besorgt	223	7,0
Gründungsspezifische Veranstaltungen besucht	161	5,0
Gespräche mit Finanzierungsquellen geführt	47	1,5
Gründungszeitpunkt festgelegt	25	0,8
Prototyp von Produkt / Dienstleistung vorhanden	79	2,5

Anmerkung: N= 2.328 (Mehrfachnennungen möglich)

Verglichen mit der reinen Informationsbeschaffung muss festgehalten werden, dass relativ wenig Studierende bereits konkrete Schritte unternommen haben, um die vorgesehene Unternehmensgründung zu ermöglichen.

## 2.4.2 Möglicher Gründungszeitpunkt, Beschäftigungsfeld und Teamzusammenstellung

Nach der Betrachtung der vorgenommenen Schritte in Richtung einer Unternehmensgründung soll nun der gewünschte bzw. mögliche Gründungszeitpunkt und die Branche untersucht werden.

Im deutschlandweiten Durchschnitt kommt für fast 10% der Studierenden eine Unternehmensgründung noch während oder direkt nach dem Abschluss des Studiums in Frage. Die Mehrheit der gründungsinteressierten Studenten möchte jedoch noch ein paar Jahre Berufserfahrung gewinnen, bevor sie in die selbständige Beschäftigung wechseln (57,6%). Dieser Befund unterstützt bisherige Untersuchungen, dass die Gründungsquote nach einigen Jahren Berufserfahrung ansteigt. Zudem zeigt sich oftmals, dass sich die Berufserfahrung positiv auf den Gründungserfolg auswirkt. Oftmals werden die Jahre der Berufserfahrung auch für „Networking“, d.h. das Sammeln von Kontakten genutzt sowie dafür, sich finanzielle Rücklagen für die Finanzierung der eigenen Gründung zu schaffen. Ein Drittel der Befragten ist sich bezüglich des Gründungszeitpunktes noch nicht im klaren.

**Tabelle 8: Geplanter Gründungszeitpunkt**

<b>Wann kommt für Sie eine Unternehmensgründung in Frage?</b>		
	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Noch während des Studiums	121	5,3
Direkt nach Abschluss des Studiums	87	3,8
Nach dem Studium u. einigen Jahren Berufserfahrung	1326	57,6
Weiss es noch nicht	768	33,4
<b>Gesamt</b>	<b>2302</b>	<b>100,0</b>

Anmerkung: N=2.302

Abschließend wurden die Studierenden gefragt, in welcher Branche sie ihr Unternehmen errichten würden. Erwartungsgemäß dominiert in dieser Stichprobe der Dienstleistungsbereich (knapp 40%). In Tabelle 9 sind die einzelnen Branchen und die Präferenzen der Studierenden aufgelistet. Neben dem Dienstleistungsbereich (unternehmensbezogene Dienstleistungen, Gesundheits- und Sozialwesen, persönliche Dienstleistungen) ist auch großes Interesse im Maschinen- und Anlagenbau (knapp 8%) zu verzeichnen. Dies lässt sich auf die relativ große Anzahl Studierender aus dieser Fachrichtung erklären (Tabelle 3: 16,6%).

**Tabelle 9: Geplanter Bereich für die Gründung**

<b>In welchem Bereich haben oder möchten Sie Ihr Unternehmen errichtet/errichten?</b>		
	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Landwirtschaft, Jagd-, Forst- oder Fischwirtschaft	29	1,2
Bergbau	2	0,1
Nahrungsmittel oder Tabakwaren	32	1,3
Textilien, Textilprodukten, Leder oder Schuhwerk	33	1,4
Holz und Holz- oder Korkprodukte	16	0,7
Papier, Papierprodukte, Druck- oder Verlagswesen	11	0,5
Chemie-, Gummi-, Plastik- oder Brennstoffprodukte	55	2,3
Andere Nichtmetallische mineralische Produkte	8	0,3
Metalle und Metallprodukte	25	1,1
<b>Maschinen und Anlagenbau</b>	<b>190</b>	<b>8,0</b>
Transportgeräte	18	0,8
andere Produkte, Recycling	57	2,4
Elektrizitäts-, Gas- und Wasserversorgung	48	2,0
Baugewerbe	102	4,3
Gross- und Einzelhandel	69	2,9
Restauration und Hotel	125	5,3
Transport und Lagerwesen	72	3,0
<b>Kommunikation</b>	<b>253</b>	<b>10,6</b>
Finanzen, Versicherung, Immobilienverwaltung,	109	4,6
<b>Unternehmensbezogene Dienstleistungen</b>	<b>426</b>	<b>17,9</b>
Öffentliche Verwaltung, Verteidigung und Sozialversicherung	38	1,6
Aus- und Weiterbildungsbereich	176	7,4
Gesundheits- und Sozialwesen	205	8,6
Andere Soziale und persönliche Dienstleistungen	279	11,7
<b>Gesamt</b>	<b>2378</b>	<b>100,0</b>

Anmerkung: N= 2.378

Eine weitere wichtige Frage für potentielle Gründer ist, ob sie alleine oder Team gründen würden. Es zeigt sich, dass die Mehrzahl der Studierenden an einer Teamgründung interessiert ist (nur 15% alleine). Diejenigen die sich für die Teamgründung entscheiden, haben wir gefragt, woher sie ihr Team rekrutieren würden (Tabelle 10).

Die Daten spiegeln eine Dominanz von „Freundeskreis und eigener Hochschule“ als Rekrutierungsorte wider. Somit scheinen von den Teilnehmern die zwischenmenschlichen Werte („die Chemie stimmt“) höher bewertet zu werden als die Fachkenntnisse oder Qualifikationen. Zudem geben die Ergebnisse wenig Hinweise auf mögliche generationenübergreifende Gründungen. Der Trend bei den Studenten scheint die Gründung mit Kommilitonen oder Freunden zu sein.

**Tabelle 10: Team- oder Einzelgründung**

<b>Partnerrekrutierung für Gründung:</b>		
	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Alleine gründen	365	15,5
Von der eigenen Hochschule	989	41,9
Von anderen Hochschulen	430	18,2
Aus meiner direkten Verwandtschaft	364	15,4
Aus meinem persönlichen Freundeskreis	1386	58,7
Ausserhalb von Hochschule	251	10,6
Sonstige	815	10,7

Anmerkung: N= 3.189 (Mehrfachnennungen möglich)

### **3. Hürden für eine Unternehmensgründung**

Eine Unternehmensgründung stellt nicht nur Chancen sondern auch Risiken dar. Die wahrgenommenen Risiken oder Hürden werden von verschiedenen Variablen beeinflusst: der Persönlichkeit des potentiellen Gründers, seinem Elternhaus, dem Gründungsklima der Gesellschaft und auch der Universität. Um die Wahrnehmung der Studierenden besser verstehen zu können, wurden diese nach möglichen Hürden befragt. Zudem mussten sie die Hürden auf einer Skala bewerten (1= sehr kleine Hürde, 6 = sehr große Hürde).

Wie aus Tabelle 11 zu ersehen ist, rangieren finanzielle Hürden an erster Stelle: finanzielles Risiko, fehlendes Eigen- oder Fremdkapital. Bezogen auf die eigentliche Gründung wird deutlich, dass das Fehlen der richtigen Business-Idee wie auch der aufwendige Behördenweg und Know-how-Defizite zentrale Probleme darstellen. Die Unterstützung durch das familiäre Umfeld und auch Freunde wird erfreulicherweise als gesichert wahrgenommen.

**Tabelle 11: Bewertung der Hürden**

	Mittelwert	Standardabweichung
Fehlen der richtigen Business-Idee	4,30	1,4
Aufwendiger Behördenweg	4,14	1,3
Eigenes finanzielles Risiko	4,74	1,1
Fehlender Mut	3,94	1,4
Nicht die richtigen Gründungspartner	3,78	1,2
Fehlendes Eigenkapital	4,68	1,2
Fehlendes Fremdkapital	4,43	1,2
Know-how-Defizit (rechtlich, steuerlich)	4,12	1,3
Fehlende Kundenkontakte	4,06	1,2
Konjunkturelle Lage	3,72	1,2
Wirtschaftspolitisches Umfeld	3,63	1,2
Angst vor dem Scheitern	3,80	1,4
Support von Familie und Freunden	2,51	1,2
Fehlende Zeit	3,16	1,3
Fehlende unternehmerische Qualifikation	3,79	1,4

Anmerkung: N=3.189

Für Ausbilder zeigen die Ergebnisse, dass einige der Hürden leicht behebbar sind, z.B. die der fehlenden Business-Idee, die sogar als zentrales Hindernis gesehen wird. Es wäre eine Möglichkeit, Brainstorming-Konzepte wie ein „Gründungs Ideen-Jam“ oder ähnliches in das Lehrangebot der Universitäten zu integrieren bzw. die Nähe zu Förderangeboten von Bund und Ländern zu suchen.

#### **4. Motive einer Unternehmensgründung**

Neben den Hürden, die die Studierenden von einer möglichen Unternehmensgründung abhalten, ist es sinnvoll, auch die Motive, die sie in Richtung einer Gründung bewegen, zu erfassen. Die Motive lassen sich grob in fünf verschiedene Gruppen einsortieren, die in dem nächsten Auswertungsschritt auch faktorenanalytisch untermauert wurden.

Diese Motivgruppen sind Unabhängigkeitsstreben, Freizeitorientierung, Streben nach Kreativität, nach Lösungsorientierung und nach Sicherheitsorientierung, die mittels 21 Items abgefragt wurden. Die vollständige Itemliste ist im Anhang zu finden. Auf einer Skala von 1(wenig) bis 6 (hoch) wurden die verschiedenen Motive bewertet.

Die Teilnehmer teilen sich etwa in drei Gruppen: ein Teil zeichnet sich durch hohes Unabhängigkeitsstreben aus. Diese Gruppe bringt somit gute Voraussetzungen für die berufliche Selbständigkeit mit. Ein weiterer Teil strebt nach Kreativität bzw. der Auslebung ihres kreativen Potentials und könnte somit in einer freiberuflichen Tätigkeit gut aufgehoben sein. Die größte Gruppe jedoch zeichnet sich durch eine starke Sicherheitsorientierung aus. Dieser Teil der Stichprobe wird wahrscheinlich eher in die abhängige Beschäftigung tendieren, möglicherweise sogar von dem öffentlichen Dienst angezogen sein.



**Tabelle 12: Motive**

	<b>Mittelwert</b>	<b>Standardabweichung</b>
Unabhängigkeitsstreben	4,50	0,7
Freizeitorientierung	3,42	0,8
Kreativität	4,54	0,8
Lösungsorientierung	3,81	1,0
Sicherheitsorientierung	4,94	1,0

Anmerkung: N= 3.189; die Auswahl der Items findet sich im Anhang.

## **5. Universitäre Rahmenbedingungen**

Im folgenden werden die Rahmenbedingungen der teilnehmenden Hochschulen näher beleuchtet. Von Interesse war die Einschätzung des Gründungsklimas an der jeweiligen Hochschule und das Angebot von gründungsbezogenen Veranstaltungen. Zu guter Letzt sollen die Studenten nochmals zu Wort kommen, indem sie ihre Unterstützungswünsche kundtun.

### **5.1 Unternehmensgründungsklima**

Die Studierenden sollten das Gründungsklima an ihrer Hochschule mittels einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 6 (sehr gut) bewerten. Der gesamtdeutsche Gründungsklima-Mittelwert liegt bei 4,1 und ist als eher gut anzusehen. Vermutlich bestehen deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Hochschulen, die an dieser Stelle jedoch nicht ausgewertet werden.

**Tabelle 13: Gründungsklima der Hochschulen**

	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Sehr schlecht	21	0,7
Ziemlich schlecht	85	2,7
Eher schlecht	639	20,0
Eher gut	1476	46,3
Ziemlich gut	756	23,7
Sehr gut	212	6,6
<b>Gesamt</b>	<b>3189</b>	<b>100,0</b>

Anmerkung: N= 3.189; der Mittelwert liegt bei 4,1.

### **5.2 Unternehmensorientierte Lehrveranstaltungen**

Um einen Überblick zu bekommen, wie sich das Gründungsklima bildet, soll in der folgenden Auswertung der Besuch von gründungsthematischen Veranstaltungen betrachtet werden. Je nach Universität und Studiengang haben die Studierende mehr oder weniger Möglichkeiten, derartige Veranstaltungen zu besuchen. Diese Vorbereitung hat einen nicht unerheblichen Einfluss auf die mögliche Gründungsintention und auf lange Sicht auch auf den Gründungserfolg.

**Tabelle 14: Entrepreneurship-Veranstaltungen**

	Anzahl	Prozent
Nein	2379	74,6
Ja	696	21,8
Wurde nicht angeboten	114	3,6
<b>Gesamt</b>	<b>3189</b>	<b>100,0</b>

Anmerkung: N= 3.189

Knapp 22% der Teilnehmer haben schon Entrepreneurship-Veranstaltungen besucht, der Großteil der Stichprobe jedoch noch nicht (75%). Dies kann u.U. auch am Zeitpunkt des Studiums liegen, z.B. das diese Veranstaltungen erst gegen Ende des Studiums stattfinden.

### 5.3 Gewünschtes Angebot an Universitäten und Fachhochschulen

Abschließend wurde die Frage gestellt, welches Angebot die Studierenden sich wünschen, respektive welche Unterstützungen, die eine mögliche Unternehmensgründung noch während oder direkt nach dem Studium positiv beeinflussen würden.

**Tabelle 15: Gewünschte Unterstützung**

	Anzahl	Prozent
Business-Plan-Seminare	1191	38,6
Coaching für die eigene Gründung	1512	48,9
Allgemeine Seminare und Vorlesungen zum Thema Gründung	1455	47,1
Planspiel Unternehmensgründung	1094	35,4
Treffen und Diskussionen mit anderen Jungunternehmern	1042	33,7
Symposien, Gründertage, Kontaktbörsen	880	28,5
Anlaufstelle für allgemeine Fragen zu Gründung	1499	48,5
Anstossfinanzierung durch Hochschule/Universität	760	24,6
Inkubator (Dienstleistungszentrum für die Frühphase)	402	13,0
keine weiteren Angebote	334	10,8
Sonstige	93	3,0

Anmerkung: N=3.089 (Mehrfachnennungen möglich)

Deutschlandweit liegt der größte Wunsch in einem Coaching für die eigenen Gründung (knapp 50%), d.h. einer Begleitung von den ersten Schritten in Richtung Gründung bis zum erfolgten Markteintritt. Betrachtet man die nächsten Rangplätze so folgen die Anlaufstelle für allgemeine Fragen mit 48,5% und allgemeine Seminare zum Thema Gründung. Diese Wünsche spiegeln wider, dass sich die meisten Teilnehmer möglicherweise noch in einer sehr ungenauen Phase bzgl. einer eigenen Gründung befinden. Das bedeutet, dass die meisten Gründungen noch nicht ausgereift zu sein scheinen sondern eher als eine „vage Idee“ existieren. Demzufolge sind auch mögliche Unterstützungen wie Anstoßfinanzierung durch die Hochschule nicht stark gefragt (25%), da es für solchen Support noch zu früh zu sein scheint. Interessant ist dieser Befund ruft man sich die wahrgenommenen Hürden auf. Hier wurden finanzielle Hindernisse als größtmögliche Hürde angesehen. Möglicherweise deutet

dieses Ergebnis auf ein mangelndes Bewusstsein möglicher finanzieller Unterstützungen durch die Studierenden hin.

## **6. Implikationen für die Praxis und Schlusswort**

Das unternehmerische Potential, das sich aus diesen interessanten Ergebnissen der GSCE-Befragung 2006 ableiten lässt, stimmt nur bedingt optimistisch, und zeigt im besonderen, dass auf verschiedenen Ebenen noch erhebliche Verbesserung im Rahmen der Unternehmergebung, -forschung und -förderung möglich ist. Unternehmensgründungen durch Studenten liefern einen wichtigen Input für das wirtschaftliche Wohlbefinden eines Landes und sollten daher soweit wie möglich unterstützt werden.

Klar ersichtlich ist das Verbesserungspotential in der Unternehmergebung im Punkt des Angebotes an relevanten Lehrveranstaltungen, insbesondere auch für Studenten nicht-wirtschaftsnaher Fächerkombinationen. Der hier teilweise herrschende Mangel wird ebenso evident wie der große Bedarf seitens der Studenten an spezifischem Coaching zum Thema Unternehmensgründung.

Die Studie zeigt weiter, dass die Gründung eines eigenen Unternehmens für Studenten eine interessante Berufswahl ist, jedoch noch nicht direkt nach ihrem Studium angestrebt wird. Viele möchten erst einige Jahre Berufserfahrung sammeln bevor sie den Schritt in die Selbstständigkeit wagen. Diese zeitliche Dimension bei den Gründungsabsichten sollte ebenfalls neben der Gründungsforschung und -förderung insbesondere in der Gründergebung verstärkt Beachtung finden. Hochschulen sollten darüber nachdenken wie sich der Kontakt zu Gründungswilligen Studenten über diese Phase der angestellten Tätigkeit nach Studienabschluss halten lässt, so dass diese zu dem Zeitpunkt an dem Ihr Gründungsprojekt konkret wird, einen Ansprechpartner haben. Des Weiteren ist darüber nachzudenken, ob Ausbildungskurse für potentielle Unternehmensgründer auch erfolgreich noch zu einem späteren Zeitpunkt nach dem Studium angeboten werden können. Dieser Aspekt ist eng verbunden mit dem wichtigen Punkt der Bereitstellung Gründungsbezogener Informationen und Infrastruktur.

So ist ein wichtiger Punkt, den die Studie herausgearbeitet hat, dass zwar viele junge Menschen an der Gründung eines Unternehmens interessiert sind, es aber allgemein an konkreten Schritten und gezielter Informationsbeschaffung hapert. Hier sind ebenfalls die Universitäten gefragt. Durch spezielle Vorlesungen, an die Universität angegliederte Gründungsinstitute oder andere Stellen und Maßnahmen, sollte der Zugang zu notwendigen Informationen für die Studenten während und nach Ihrem Studium erleichtert werden.

Der Kontakt zu den Gründungswilligen Studenten ermöglicht die Universitäten und andere Gründungsforschungsinstitute ebenfalls Ihr Augenmerk in der Forschung auf einige Aspekte zu lenken, die in dieser Studie interessante Ergebnisse lieferten. Die Wirkung von Lehrveranstaltungen, und die Korrelation von dem Angebot an Entrepreneurship-Kursen und Gründungsquote bzw. Gründungspotential kann bspw. als Ausgangsbasis zur Beantwortung der Frage dienen, inwieweit Unternehmer „gemacht werden können“. Die Antwort darauf wiederum hat einen großen Einfluss auf die Konzeptionsgestaltung in der Ausbildungslandschaft.

An die Förderlandschaft geht aus dieser Studie das klare Signal, dass ein großer Bedarf an neuen Ideen und Förderkonzepten besteht, der Studenten den Schritt in die Selbstständigkeit erleichtert. Für einen Grossteil der befragten Studierenden stellen das eigene finanzielle Risiko, sowie der Zugang zu Fremd- und Eigenkapital die größten und bedeutendsten Hürden für die Gründung eines Unternehmens dar.

Gemäß der Zielsetzung der vorliegenden GSCE-Studie 2006, stellen die erhobenen Daten und illustrierten Auswertungen eine gute Ausgangsbasis dar, um die unternehmerische Aktivität und Gründungsabsicht von Studierenden zu vergleichen.

Unser Ziel ist es mit der Studie beizutragen, den entrepreneurial spirit im akademischen Bereich zu fördern, und Studenten, Ausbilder, Forscher und andere interessierte Dienstleister interessante Anregungen zur weiteren Betrachtung des Themas 'Collegiate Entrepreneurship' zu bieten. So begrüßen wir jede Diskussion über die vorgestellten Inhalte, weitere vertiefende Untersuchungen und sind schon jetzt gespannt auf die nächste Erhebung im Jahr 2008.

# Anhang

## Motive

Was verbinden Sie mit dem Berufsleben nach Ihrem Studium? Bewerten Sie die Aspekte nach Ihrer Wichtigkeit.

	sehr wichtig (6)	ziemlich wichtig (5)	eher wichtig (4)	eher unwichtig (3)	ziemlich unwichtig (2)	sehr unwichtig (1)
<b>Unabhängigkeit / Independence</b>						
1) Freiheit						
2) Ihren eigenen Traum verwirklichen						
3) Ihr eigener Chef sein						
4) Unabhängigkeit						
5) Entscheidungsfreiheit haben						
6) Die Höhe des Einkommens selbst beeinflussen						
<b>Freizeitorientierung / Leisure time</b>						
7) Genügend Freizeit						
8) Eine weniger aufreibende Arbeitsstelle						
9) Nicht zu viele Überstunden						
10) Feste und geregelte Arbeitszeiten						
(11) Einfache Aufgaben						
<b>Kreativität / Creativity</b>						
(12) Etwas kreieren						
(13) Vorteile aus Ihrem kreativen Potenzial ziehen						
(14) Herausforderung im Job						
<b>Lösungsorientierung</b>						
(15) Detaillierungsgrad bestehender Lösungen verbessern						
(16) Bestehende Produkte / Dienstleistungen optimieren						
<b>Safety Orientation</b>						
(17) Sicherheit des Arbeitsplatzes						
(18) Stabile Verhältnisse am Arbeitsplatz						