



## **Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden an der Universität Liechtenstein**

Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University  
Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2011)

Urs Baldegger, Simon Zäch, Daniel Müller



Zitierweise:

Baldegger, U., Zäch, S. & Müller, D. (2012). *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden an der Universität Liechtenstein. Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2011)*. Vaduz: Institut für Entrepreneurship an der Universität Liechtenstein.

Titelfoto:

Studierende des Masterstudiengangs Entrepreneurship der Universität Liechtenstein

## **Institut für Entrepreneurship**

Universität Liechtenstein

Fürst-Franz-Josef-Strasse

FL - 9490 Vaduz

+423 (0) 265 12 72 (Telefon)

+423 (0) 265 12 71 (Fax)

[www.uni.li/entrepreneurship](http://www.uni.li/entrepreneurship)

Das *Institut für Entrepreneurship der Universität Liechtenstein* konzentriert sich auf unternehmerisches Denken und Handeln. Im Kern geht es darum, innovative Geschäftsideen zu entwickeln und in internationalen Märkten umzusetzen. Die kreative Realisierung dieser Vision durchzieht alle Leistungsbereiche des Instituts für Entrepreneurship - die Lehre, die Weiterbildung, die Forschung und den Wissens- und Technologietransfer.

Das Projekt wird von folgenden Institutionen unterstützt:



**KMU-HSG**

Schweizerisches Institut für Klein- und  
Mittelunternehmen an der Universität  
St. Gallen

[www.kmu-unisg.ch](http://www.kmu-unisg.ch)



**Ernst & Young**

[www.ey.com](http://www.ey.com)



**Information Factory GmbH**

[www.information-factory.com](http://www.information-factory.com)

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Vorwort

1. Einleitung.....	1
1.1. Untersuchungshintergrund und Ausgangslage.....	1
1.2. Theoretischer Bezugsrahmen .....	2
1.3. Stichprobenbeschreibung.....	3
2. Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden.....	5
2.1. Entrepreneurship Index .....	5
2.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen.....	6
2.3. Motive und Ziele für den zukünftigen Berufsweg.....	9
2.4. Stärke der Gründungsabsichten.....	10
2.5. Ausgestaltung der potenziellen Gründungen .....	11
3. Vollzogene Unternehmensgründungen.....	16
4. Kontext Familienunternehmen.....	18
4.1. Studierende aus Familienunternehmen (FU).....	18
4.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen.....	19
4.3. Studierende ohne vs. Studierende mit Familienunternehmen.....	21
5. Rahmenbedingungen und Unterstützungsangebote .....	23
5.1. Gründungsbarrieren.....	23
5.2. Rahmenbedingungen .....	24
5.3. Unterstützungsangebote .....	24
6. Fazit .....	31
7. Literatur .....	34
8. Anhang.....	35

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen .....	2
Abbildung 2: Alter und Geschlecht der Studierenden in Liechtenstein.....	4
Abbildung 3: Entrepreneurship Index .....	5
Abbildung 4: Entrepreneurship Index aufgeteilt nach Geschlecht und Alter .....	6
Abbildung 5: Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach .....	7
Abbildung 6: Detaillierte Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach.....	8
Abbildung 7: Karrieremotive.....	9
Abbildung 8: Gründertypen in Liechtenstein im internationalen Vergleich.....	10
Abbildung 9: Bereits unternommene Schritte bei der Unternehmensgründung.....	11
Abbildung 10: Anzahl Gründungspartner .....	12
Abbildung 11: Herkunft der Gründungspartner .....	12
Abbildung 12: Branchen der geplanten Unternehmen .....	13
Abbildung 13: Herkunft der Geschäftsidee .....	13
Abbildung 14: Finanzierungsquellen .....	14
Abbildung 15: Existenz eines elterlichen Unternehmens .....	18
Abbildung 16: Unternehmensnachfolge im Familienunternehmen (FU) .....	19
Abbildung 17: Berufsabsichten Studierende aus FU nach dem Studium .....	20
Abbildung 18: Berufsabsichten Studierende aus FU 5 Jahre nach dem Studium .....	20
Abbildung 19: Entrepreneurship Index FU vs. kein FU .....	21
Abbildung 20: Karrieremotive Studierende mit FU vs. Studierende ohne FU.....	22
Abbildung 21: Wahrgenommene Hindernisse bei der Unternehmensgründung .....	23
Abbildung 22: Bewertung des unternehmerischen Klimas.....	24
Abbildung 23: Existenz von Angeboten an der Universität Liechtenstein .....	25
Abbildung 24: Bedürfnisse von Angeboten zur Unternehmensgründungsförderung.....	26
Abbildung 25: Nutzung von Angeboten zur Unternehmensgründungsförderung.....	27
Abbildung 26: Int. Vergleich der Angebote zur Unternehmensgründungsförderung .....	28
Abbildung 27: Evaluierung der Angebote zur Unternehmensgründungsförderung .....	29
Abbildung 28: Nutzen der Universitätsangebote .....	30
Abbildung 29: Gründungsabsichten im Zeitverlauf .....	31

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Stichprobenbeschreibung .....	3
Tabelle 2: Gründungsquote im internationalen Vergleich .....	16
Tabelle 3: Eigenschaften der Familienunternehmen (FU) .....	19
Tabelle 4: Indexgewichtung Frage 1 .....	35
Tabelle 5: Indexgewichtung Frage 2 .....	35

## Vorwort

Welche individuellen, gesellschaftlichen und universitätsbezogenen Faktoren bringen Studierende dazu, ein Unternehmen gründen zu wollen? Und wie wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass aus einer Gründung auch langfristig ein erfolgreiches Unternehmen wird? Diese Punkte bedürfen der weiteren Klärung. Dies zu erforschen ist das übergeordnete Ziel des internationalen Forschungsprojekts GUESSS.

GUESSS steht für „*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*“. Die erste Durchführung erfolgte 1993. Im Jahr 2011 wurde bereits die dritte Datenerhebung in Liechtenstein durchgeführt. Der vorliegende Bericht zeigt die zentralen Erkenntnisse bezüglich der Absichten der Studierenden ein Unternehmen zu gründen. Die Universität Liechtenstein konnte ihre Spitzenposition aus den vergangenen Durchführungen behaupten. So weist die Universität Liechtenstein einen hohen Wert von 13.3 Punkten beim Entrepreneurship Index auf, welcher die unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden misst. Damit liegt Liechtenstein klar über dem internationalen Durchschnitt von 12.4 Punkten und schneidet auch im Jahr 2011 im Vergleich mit den deutschsprachigen Ländern am besten ab.

Hervorzuheben ist auch der hohe Anteil an Studierenden, die aus Familienunternehmen stammen. Insgesamt haben 36 Prozent aller Studierenden in Liechtenstein einen Elternteil, der ein Unternehmen besitzt. Damit weist Liechtenstein die höchste Quote potenzieller Unternehmensnachfolger aller deutschsprachigen Länder auf und liegt um 6 Prozent über dem internationalen Durchschnitt. Dieser auffallend hohe Anteil an Studierenden aus Familienunternehmen bringt spezifische Anforderungen an das Umfeld als auch an die Ausgestaltung der Studienpläne und Studieninhalte mit sich.

Auch wenn die hohen Gründungsabsichten und positiven Bewertungen der Studierenden optimistisch stimmen, finden sich in der Studie wichtige Hinweise zur Verbesserung. Die Universität Liechtenstein muss sich auch in Zukunft den sich schnell ändernden Bedürfnissen einer globalisierten Welt anpassen. Wer heute stehen bleibt, wird am nächsten Tag von den Anderen überholt. Doch genau hier können die Stärken der Universität Liechtenstein liegen, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Kurze Informationswege, schnelle Beschlussfassung und kleine Gremien sind Stärken, die eine kleine und überschaubare Universität auszeichnen. Weitere Informationen zum Gesamtprojekt sowie der internationale Schlussbericht können unter [www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org) gefunden werden.

Vaduz, im Juli 2012

Urs Baldegger, Simon Zäch und Daniel Müller



## 1. Einleitung

### 1.1. Untersuchungshintergrund und Ausgangslage

Das internationale Projekt GUESSS ist eine wissenschaftliche Untersuchung der Gründerkompetenz und des Unternehmertums mit Fokus auf Studierende an Universitäten und Hochschulen. Kern der Studie ist die Analyse von unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden. Die erfassten Daten beruhen auf den individuellen, subjektiven Einschätzungen der Studierenden. Objektive Daten wie die realen Förderungsangebote der Hochschulen wurden nicht in die Analyse aufgenommen.

Die Ziele von GUESSS lassen sich wie folgt zusammenfassen. GUESSS soll einen langfristigen Überblick über die unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden geben. Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen betreffend den Unternehmensgründungen und der Wahl einer unternehmerischen Laufbahn sollen identifiziert werden. Zudem werden die Aktivitäten der Hochschulen bezüglich der unternehmerischen Ausbildung ihrer Studierenden erfasst und durch die Studierenden beurteilt.

Die daraus gewonnen Erkenntnisse sollen den teilnehmenden Ländern einen Einblick in die unternehmerischen Rahmenbedingungen und die unternehmerische Kraft ihrer Studierenden geben. Dies kann den Hochschulen in einem ersten Schritt als Instrument dienen, die Quantität und Qualität ihrer Angebote in Bezug auf Unternehmertum einzuschätzen. In einem zweiten Schritt können die Hochschulen daraus konkrete Handlungsempfehlungen und Vorgehensweisen ableiten, um die unternehmerischen Absichten und Aktivitäten der Studierenden zu steigern. Drittens können durch die Veröffentlichung der Ergebnisse Politik und Öffentlichkeit für Unternehmertum und Unternehmensgründungen sensibilisiert werden. Die Studierenden profitieren mittel- bis langfristig von der Umsetzung von Massnahmen seitens der Universitäten, Hochschulen und Politik.

Ein weiterer Schwerpunkt von GUESSS 2011 liegt auf Familienunternehmen. In vielen Familienunternehmen steht aktuell oder in den kommenden Jahren ein Generationenwechsel an (Baldegger & Pock, 2009). Es stellt sich die Frage der Ausgestaltung der Nachfolge. Zum Beispiel übernimmt ein Familienmitglied das Unternehmen, ein externer Manager kommt neu in das Unternehmen oder es wird ein Management-Buy-Out durchgeführt. Die Studie soll Studierende aus Familienunternehmen identifizieren und beschreiben. Die Darstellung ihrer Berufsabsichten und Motive soll eine Bewertung der Problematik der Unternehmensnachfolge ermöglichen.

## 1.2. Theoretischer Bezugsrahmen

Das Ziel von GUESSS ist es, einen Überblick über die Berufsabsichten von Studierenden zu geben. Verschiedene Einflussfaktoren können identifiziert werden, welche die Berufswahl direkt oder indirekt beeinflussen. In der Studie werden der persönliche Hintergrund, die Motive und der familiäre Hintergrund der Studierenden erfasst und dargestellt. Hinsichtlich dem persönlichen Hintergrund wurden Fragen zum Alter, Geschlecht und Studium erfasst. Die Motive sollen Auskunft über den Beweggrund für einen gewählten Beruf geben und wurden mit 15 Items abgefragt. Verschiedene Fragen wurden zum familiären Hintergrund gestellt. Diese geben Auskunft über den Familienzusammenhalt und die Unterstützungsleistungen durch die Familie bei der Gründung.

Als mögliche Moderatoren sind der Universitätskontext und Gründungsbarrieren zu nennen. Der Universitätskontext wurde in die drei übergeordneten Kategorien Vorlesungen und Seminare, Netzwerke und Coaching und Bereitstellung von Ressourcen gegliedert. Die Studierenden mussten das Angebot der Hochschulen quantitativ und qualitativ beurteilen. Mögliche Gründungsbarrieren wurden mit 9 Fragen erhoben, die sich auf die Rahmenbedingungen zur „Gründungsfreundlichkeit“ ausserhalb des universitären Kontextes beziehen.

Die Berufsabsichten und Gründungsabsichten der Studierenden werden durch den persönlichen Hintergrund, die Motive und den familiären Hintergrund beeinflusst. Der Universitätskontext als auch die Gründungsbarrieren können einen Einfluss auf diese Entscheidung ausüben. Dies führt zu einem konkreten Handeln der Studierenden. Der Bezugsrahmen ist in der Abbildung 1 zusammengefasst.

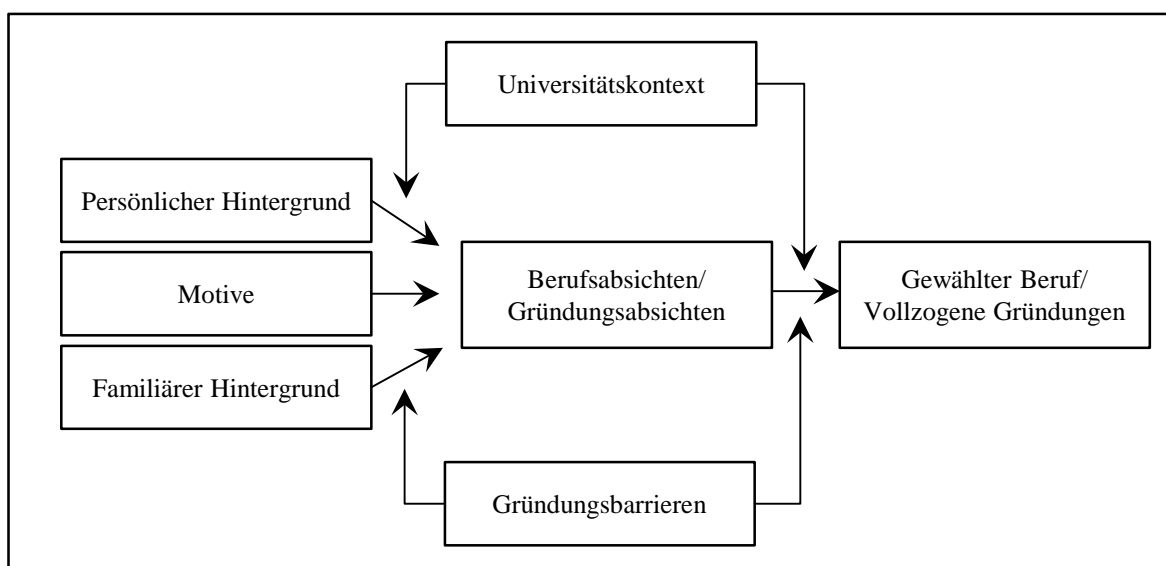


Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen

### 1.3. Stichprobenbeschreibung

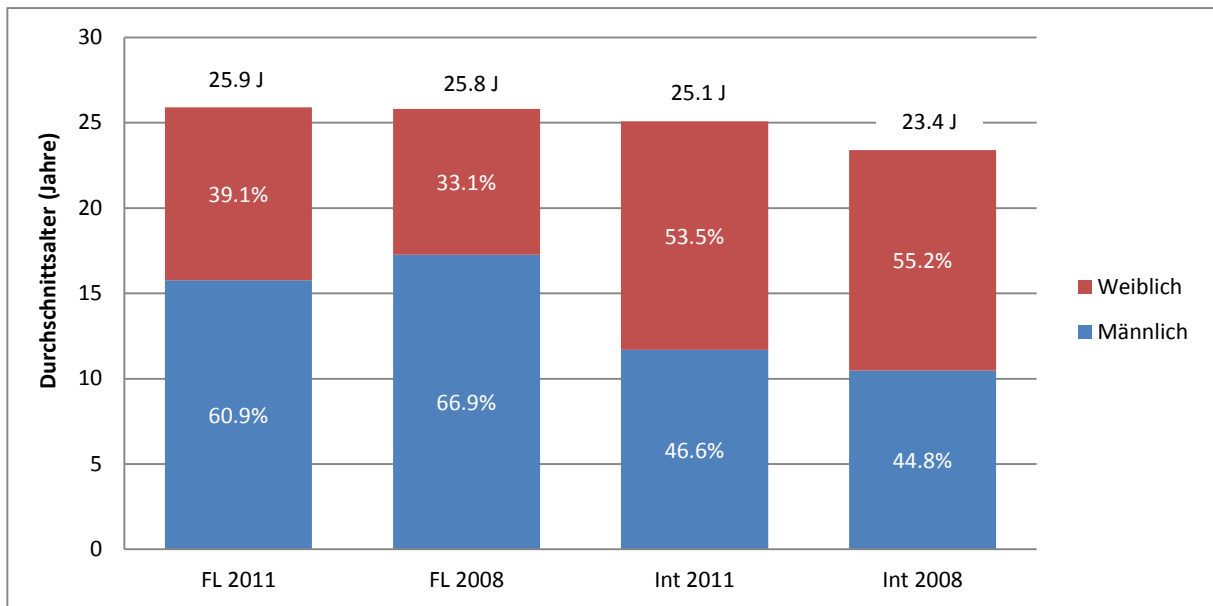
Im Frühling 2011 wurde in 26 verschiedenen Ländern eine grossangelegte, quantitative Erhebung durchgeführt. Mehr als 1 Million Studenten von 489 Hochschulen wurden kontaktiert, was zu einem Rücklauf von über 93'000 Fragebogen führte (n = 93'265). Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Länder, die Anzahl Universitäten, die angeschriebenen Studierenden, die erhaltenen Rückantworten und die Rücklaufquote.

	Land	Anzahl Universitäten	Angeschriebene Studierende	Erhaltene Rückantworten	Rücklaufquote
1	Argentinien	23	n. a.	1'660	n. a.
2	Österreich (AT)	17	144'700	4'553	3.1
3	Belgien	11	n. a.	188	n. a.
4	Brasilien	43	250'000	29'186	11.7
5	Chile	5	15'544	1'244	8.0
6	China	22	26'950	868	3.2
7	Estland	21	34'070	1'874	5.5
8	Finnland	12	29'313	1'437	4.9
9	Frankreich	17	15'930	1'498	9.4
10	Deutschland (D)	46	297'373	12'469	4.2
11	Griechenland	7	14'000	454	3.2
12	Ungarn	23	70'717	5'677	8.0
13	Irland	8	9'705	332	3.4
14	Japan	4	4'200	561	13.4
15	Liechtenstein (FL)	1	580	220	37.9
16	Luxemburg	2	4'948	444	9.0
17	Mexico	3	2'400	556	23.2
18	Niederlande	56	227'568	13'121	5.8
19	Pakistan	12	n. a.	321	n. a.
20	Portugal	14	n. a.	1'020	n. a.
21	Rumänien	33	n. a.	849	n. a.
22	Russland	23	7'840	2'882	36.8
23	Singapur	8	66'000	2'391	3.6
24	Südafrika	15	16'670	697	4.2
25	Schweiz (CH)	44	92'738	8'115	8.8
26	United Kingdom	19	43'432	648	1.5
	TOTAL	489	1'374'678	93'265	-
	Ø International	18.8	52'872	3'587	6.3

**Tabelle 1: Stichprobenbeschreibung**

In Liechtenstein nahmen 220 Studierende an der Umfrage teil, was einer Rücklaufquote von 37.9 Prozent entspricht. Dies ist die höchste Rücklaufquote im Vergleich aller teilnehmenden Länder. Von den 220 Teilnehmern waren 39.1 Prozent Frauen (86) und 60.9 Prozent Männer

(134). Damit liegt der Anteil der männlichen Umfrageteilnehmer über alle Länder hinweg um 16.1 Prozent höher. Im Vergleich zur Umfrage 2008 ist die Anzahl männlicher Umfrageteilnehmer um 6 Prozent gesunken, womit sich Liechtenstein dem Internationalen Durchschnitt angenähert hat.



**Abbildung 2: Alter und Geschlecht der Studierenden in Liechtenstein**

Das Durchschnittsalter der Umfrageteilnehmer betrug 25.9 Jahre (19-44 Jahre; SD = 4.5). Damit entspricht die Altersstruktur der Stichprobe ungefähr jener der GUESSS Studie 2008 über alle 26 Länder hinweg. Von den 220 Personen waren 58.6 Prozent (129) als Bachelor, 35.9 Prozent (97) als Master und 5.5 Prozent (12) als PhD Studierende eingeschrieben. Der Anteil an Bachelorstudierenden liegt damit in Liechtenstein um 21.4 Prozent tiefer als im internationalen Vergleich. Dies wird durch die grössere Anzahl der Teilnehmer auf Masterstufe kompensiert (FL = 36 %; Int. = 17 %). Die Studierenden teilen sich wie folgt in die einzelnen Fachbereiche auf: 69.9 Prozent (153) Management/Business Administration, 8.6 Prozent (18) Computerwissenschaften/Informatik und 21.8 Prozent (48) Architektur.

## 2. Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden

### 2.1. Entrepreneurship Index

Als eines der zentralen Erhebungsinstrumente wird der Entrepreneurship Index der Studierenden erhoben. Der Index soll über die unternehmerischen Intentionen und Aktivitäten der Studierenden Auskunft geben. Die Berechnung der indexierten, unternehmerischen Kraft wird im Anhang auf Seite 35 eingehend erläutert. Die Ergebnisse sind in der Abbildung 3 dargestellt. Die Studierenden weisen mit einem Wert von 13.3 eine starke Ausprägung auf dem Entrepreneurship Index auf. Damit liegt Liechtenstein klar über dem internationalen Durchschnitt von 12.4. Die anderen deutschsprachigen Länder haben tiefere Werte und liegen in Deutschland bei 10.5, Österreich 10.6 und der Schweiz bei 11.4. Damit werden die Ergebnisse der GUESSS Studien aus den Jahren 2008 und 2006 bestätigt, in denen Liechtenstein bereits die höchsten Werte der deutschsprachigen Länder aufweisen konnte.

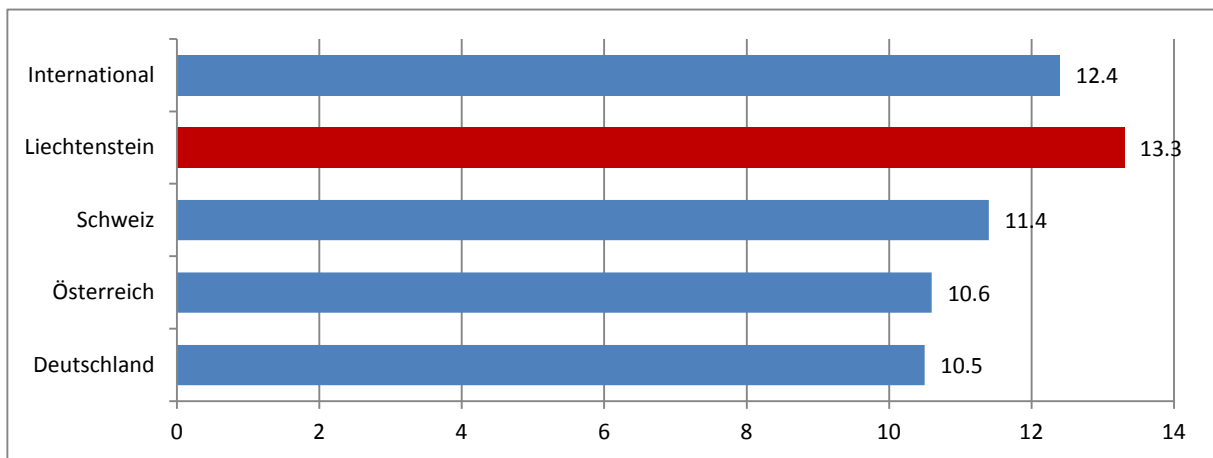
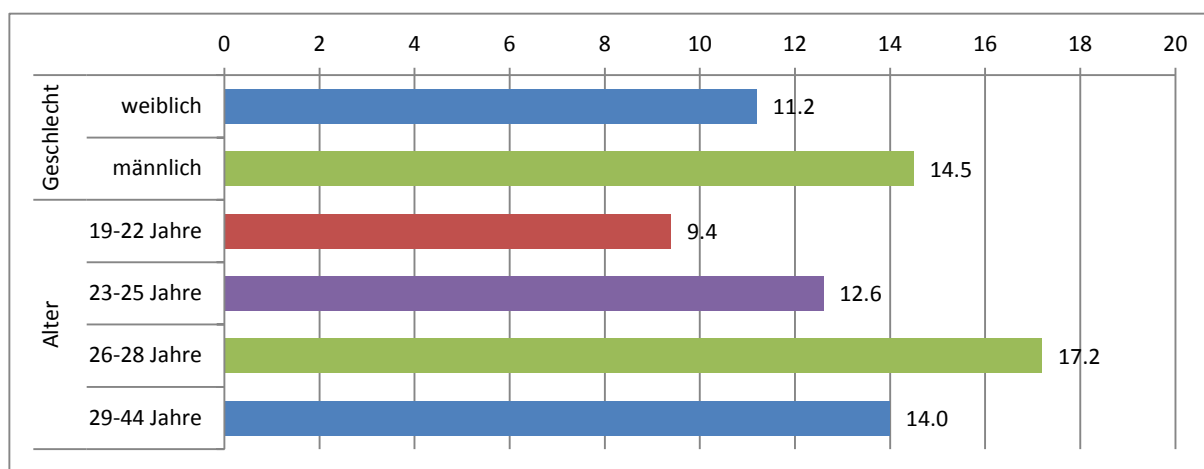


Abbildung 3: Entrepreneurship Index

In Abbildung 4 wird der Entrepreneurship Index im Detail bezüglich des Geschlechtes und dem Alter dargestellt. Interessante Ergebnisse können dem Vergleich von männlichen und weiblichen Umfrageteilnehmern entnommen werden. Männliche Studierende (14.5) weisen einen um 3.3 Punkte höheren Entrepreneurship Index auf als weibliche Studierende (11.2). Studenten haben demnach eine stärkere Intention, ein Unternehmen zu gründen und haben diesbezüglich auch bereits vermehrt Aktivitäten unternommen als Studentinnen.



**Abbildung 4: Entrepreneurship Index aufgeteilt nach Geschlecht und Alter**

In einem weiteren Schritt wurde das Alter der Studierenden analysiert und in ähnlich grosse Gruppen eingeteilt. Die Einteilung gliedert sich wie folgt: 19 bis 22 Jahre ( $n = 27$ ), 23 bis 25 Jahre ( $n = 39$ ), 26 bis 28 Jahre ( $n = 29$ ) und 29 bis 44 Jahre ( $n = 34$ ). Interessanterweise nimmt die Intention, ein Unternehmen zu gründen, bis zum 28. Lebensjahr von 9.4 auf 17.2 Punkte zu, was einen Anstieg von 7.8 Punkten bedeutet. Bei den Personen im Alter von 29 bis 44 Jahren nimmt diese wieder um 3.2 Punkte auf 14.0 Punkte ab. Mögliche Gründe für die abnehmende Gründungsintention können in der veränderten sozialen Situation der Studierenden zu finden sein. Während Studierende von 19 bis 28 Jahren oft ungebunden sind und über keine Familie oder ein Haus verfügen, ändert sich dieser Umstand mit zunehmendem Alter. Eine Familie zu gründen oder ein eigenes Haus zu bauen tritt vermehrt in den Vordergrund und bringt damit andere Bedürfnisse und Anforderungen mit sich. Eine Festanstellung verbunden mit einem geregelten Einkommen ist in dieser Lebensphase für viele Personen ein erstrebenswertes Ziel.

## 2.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen

In einem ersten Schritt sollen die Berufswünsche der Studierenden in Liechtenstein vorgestellt und im internationalen Vergleich analysiert werden. In einem zweiten Schritt sollen diese detailliert aufgeschlüsselt werden, um einen vertiefenden Einblick in die Berufsabsichten der Studierenden zu erhalten.

Die Studierenden wurden konkret nach ihren beruflichen Absichten befragt, die Fragestellung lautete „Welchen beruflichen Werdegang beabsichtigen Sie direkt nach Abschluss Ihres Studiums einzuschlagen, und wo sehen Sie sich 5 Jahre nach Abschluss Ihres Studiums?“. Die Antwortmöglichkeiten können in die vier Hauptkategorien (1) „Angestellter“, (2) „Gründer“, (3) „Nachfolger“ und (4) „Andere“ unterteilt werden. Direkt nach dem Studium präferieren 81 Prozent der Studierenden ein Angestelltenverhältnis, 7 Prozent den Gründerstatus, 5 Prozent

die Unternehmensnachfolge und 7 Prozent einen anderen beruflichen Werdegang (Abbildung 5). Unter „Andere“ sind Tätigkeiten wie Mutter sein oder ein Sabbatical zusammengefasst. Dieses Bild verändert sich 5 Jahre nach dem Studium markant. Der Berufswunsch als Angestellter tätig zu sein nimmt stark ab (direkt 81 %; > 5 Jahre 23 %), dies zugunsten von „Selbst ein Unternehmen zu gründen“ (direkt 7 %; > 5 Jahre 36 %) oder „Die Nachfolge in einem Unternehmen anzutreten“ (direkt 5 %; > 5 Jahre 30 %). „Andere Berufsabsichten“ nehmen leicht von 7 Prozent auf 10 Prozent zu.

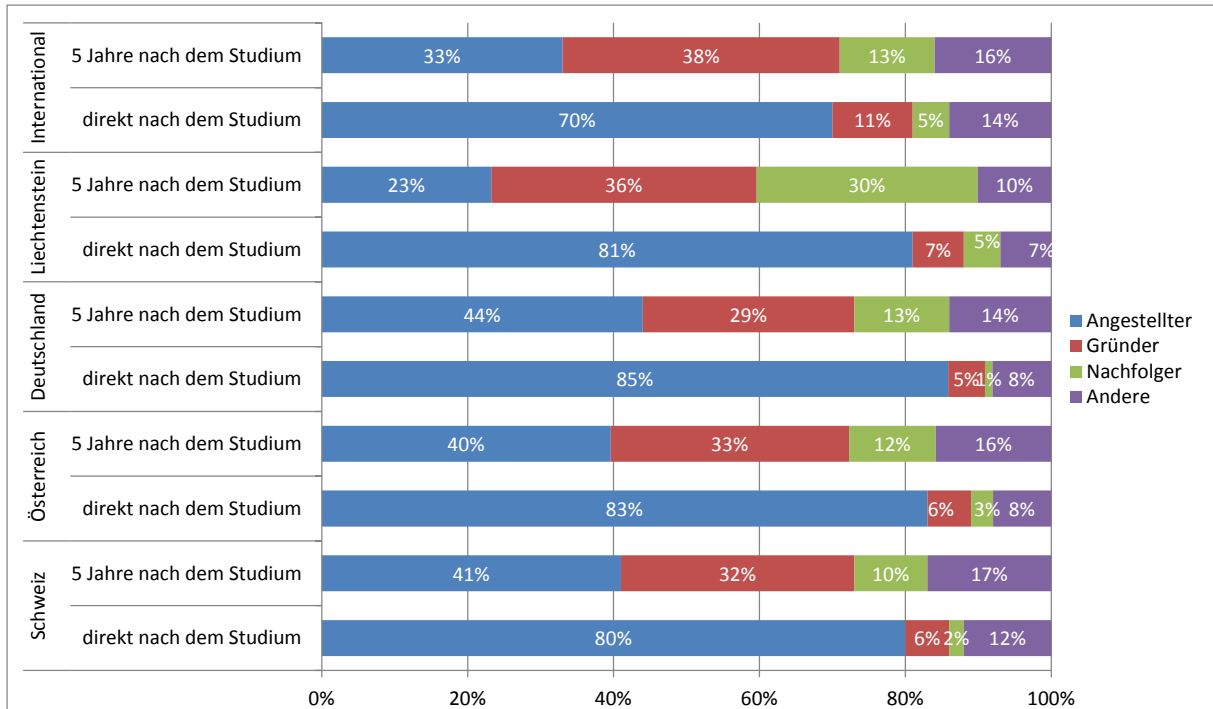
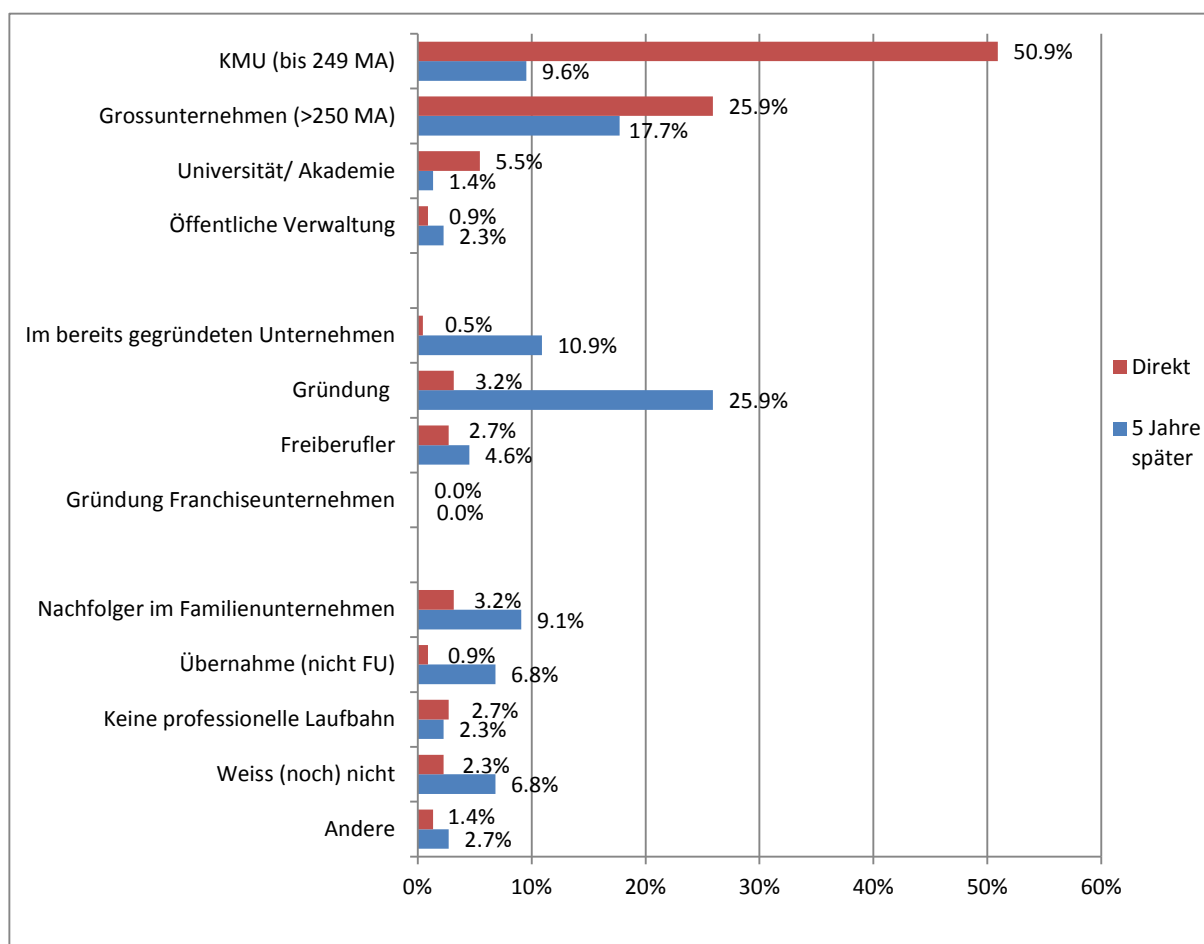


Abbildung 5: Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach

Interessant ist der Vergleich von Liechtenstein mit dem internationalen Durchschnitt. Während Liechtenstein direkt nach dem Studium eine hohe Angestelltenquote von 81 Prozent aufweist, liegt der internationale Durchschnitt bei 70 Prozent und somit um 11 Prozent tiefer. Dies ändert sich aber, wenn der Zeitraum 5 Jahre nach dem Studium betrachtet wird. Liechtenstein liegt mit 23 Prozent rund 10 Prozent unter dem internationalen Durchschnitt. Die Verschiebung der Berufsabsichten 5 Jahre nach dem Studium hat zugunsten einer Unternehmensgründung oder Unternehmensnachfolge abgenommen. Während die Anzahl potenzieller Gründungen von Liechtenstein (36 %) im internationalen Vergleich (38 %) kaum Unterschiede aufweist, können bei der Nachfolge erhebliche Unterschiede ausgemacht werden. Liechtenstein weist eine Nachfolgequote von 30 Prozent auf, während diese international bei 13 Prozent liegt.



**Abbildung 6: Detaillierte Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach**

In Abbildung 6 sind die Berufswünsche der Studierenden aus Liechtenstein detailliert dargestellt. Damit soll ein vertiefter Einblick in die beruflichen Intentionen der Studierenden gegeben werden. Ein Grossteil der Studierenden bevorzugt nach dem Studium den Einstieg in ein KMU (50.9 %) oder in ein Grossunternehmen (25.9 %). Aus der Grafik ersichtlich ist die Abnahme der Attraktivität eines Anstellungsverhältnisses in Kleinunternehmen, KMU wie auch in Grossunternehmen. Der Wunsch in Kleinunternehmen angestellt zu sein, geht um 12.3 Prozent zurück, während die Attraktivität von Mittelunternehmen um 13.6 Prozent abnimmt. Dafür steigt der Wunsch einer Unternehmensgründung um 22.7 Prozent auf 25.9 Prozent an. Damit wäre die Gründung eines eigenen Unternehmens fünf Jahre nach dem Studium der Wunsch der meisten Studierenden. Es ist davon auszugehen, dass viele Studierende die Erstanstellung quasi als Berufs- oder Wanderjahre beziehungsweise als einen weiteren Schritt der Ausbildung betrachten. Die Studierenden wollen sich weitere Kompetenzen aneignen, bevor sie sich selbstständig machen. Obwohl der Berufswunsch in einem Grossunternehmen zu arbeiten fünf Jahre nach dem Studium um 7.9 Prozent abnimmt, sind Grossunternehmen noch immer ein attraktiver Arbeitsplatz für die Studierenden und werden von 17.7 Prozent der Studierenden als erste Wahl genannt. Ein anderes Bild ergibt sich bei den



KMUs, welche einen starken Attraktivitätsrückgang zu verzeichnen haben. Der Berufswunsch in einem KMU zu arbeiten nimmt um 41.3 Prozent ab. KMUs sind fünf Jahre nach dem Studium für 9.6 Prozent der präferierte Arbeitsort. Eine Fortführung des elterlichen Unternehmens sowie des eigenen Unternehmens bevorzugen 9 Prozent, während die Übernahme eines Unternehmens für 6.8 Prozent ein erstrebenswertes Ziel ist.

### 2.3. Motive und Ziele für den zukünftigen Berufsweg

In der GUESSS Studie 2011 wurden die Studierenden nach ihren Motiven bezüglich ihrer geplanten beruflichen Laufbahn befragt. Die Studierenden mussten ihre Motive auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht wichtig) bis 7 (sehr wichtig) gewichten. In Abbildung 7 sind die Ergebnisse der Studierenden von Liechtenstein dargestellt.

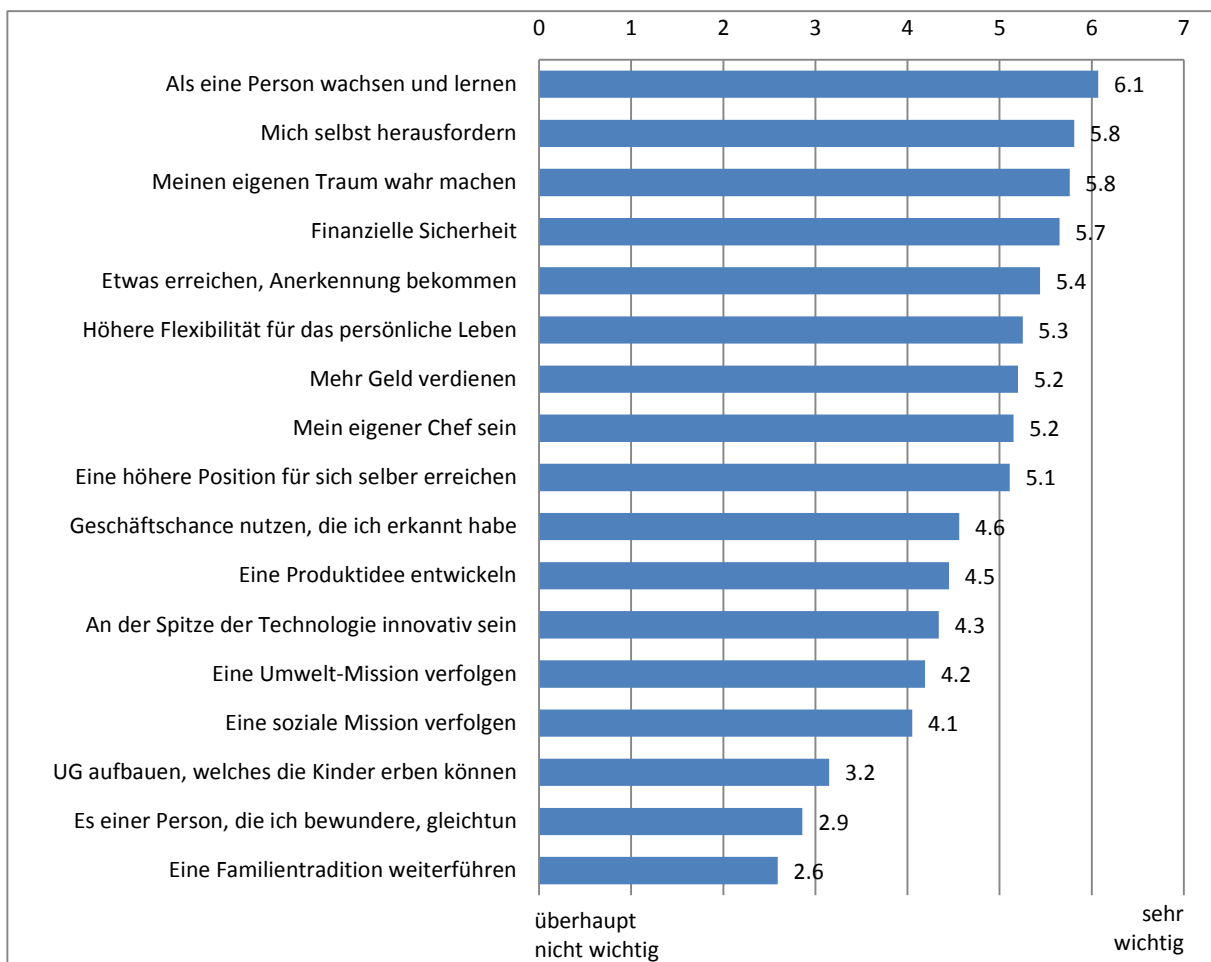


Abbildung 7: Karrieremotive

„Als eine Person wachsen und lernen“ und „Mich selbst herausfordern“ wurden von den Studierenden als wichtigste Motive bezüglich der Karrierewahl angegeben. Eine mögliche Begründung lässt sich darin finden, dass die Umfrageteilnehmer an einer Universität studieren. Sie wollen sich weiterentwickeln und sich selbst herausfordern. An dritter Stelle wird die „Fi-

„nanzielle Sicherheit“ aufgeführt. Viele Studierende verfügen über ein bescheidenes oder kein Einkommen. Oftmals helfen die Eltern bei der Finanzierung des Studiums mit. Die finanzielle Sicherheit und die damit verbundenen Freiheiten und Unabhängigkeiten werden von den Studierenden als wichtig angesehen.

Generell lässt sich bei den Karrieremotiven eine individuelle Orientierung feststellen. Soziale als auch gesellschaftliche Motive werden als weniger wichtig eingestuft. Bezüglich der Gründungsabsichten der Studierenden ist die Betrachtung einer Korrelationsanalyse mit dem Entrepreneurship Index und den verschiedenen Motiven interessant. Signifikante, hohe Korrelationen konnten bei „Eine Produktidee entwickeln“ ( $p = .360$ ), „Mein eigener Chef sein“ ( $p = .346$ ) und „Eine spezifische Geschäftschance nutzen, die ich entdeckt habe“ ( $p = .337$ ) festgehalten werden. Neben der Selbstverwirklichung besteht demnach eine wichtige Triebfeder bei der Unternehmensgründung darin, sein eigener Chef zu sein. Finanzielle Motive korrelieren mit dem Index negativ. Demnach sind Geldmotive kein zentraler Beweggrund für eine Unternehmensgründung.

#### 2.4. Stärke der Gründungsabsichten

Ausgehend von der Frage nach der Unternehmensgründung wurden die Studierenden in „Keine Gründer“, „Potenzielle Gründer“ und „Aktive Gründer“ eingeteilt. Die Antworten sind in Abbildung 8 dargestellt.

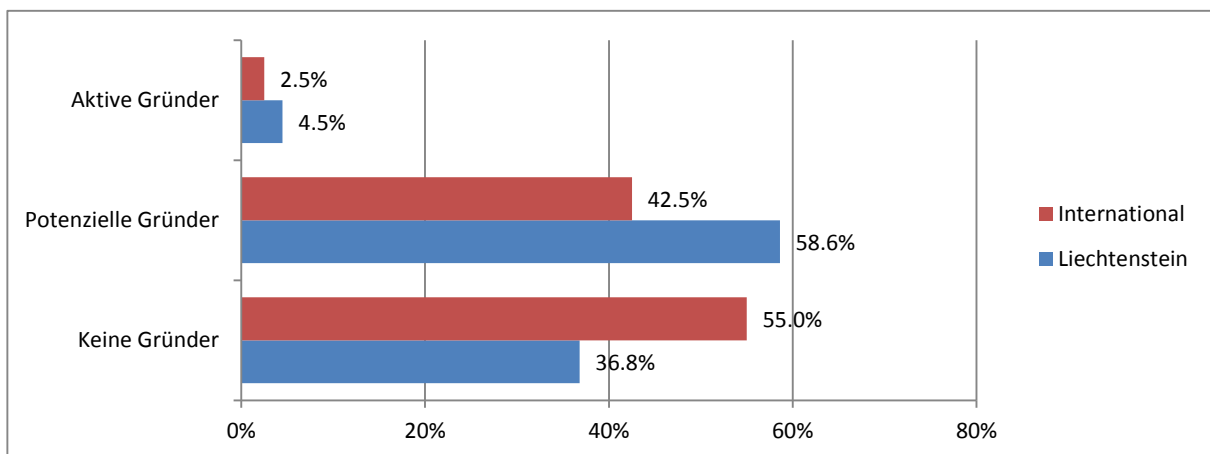
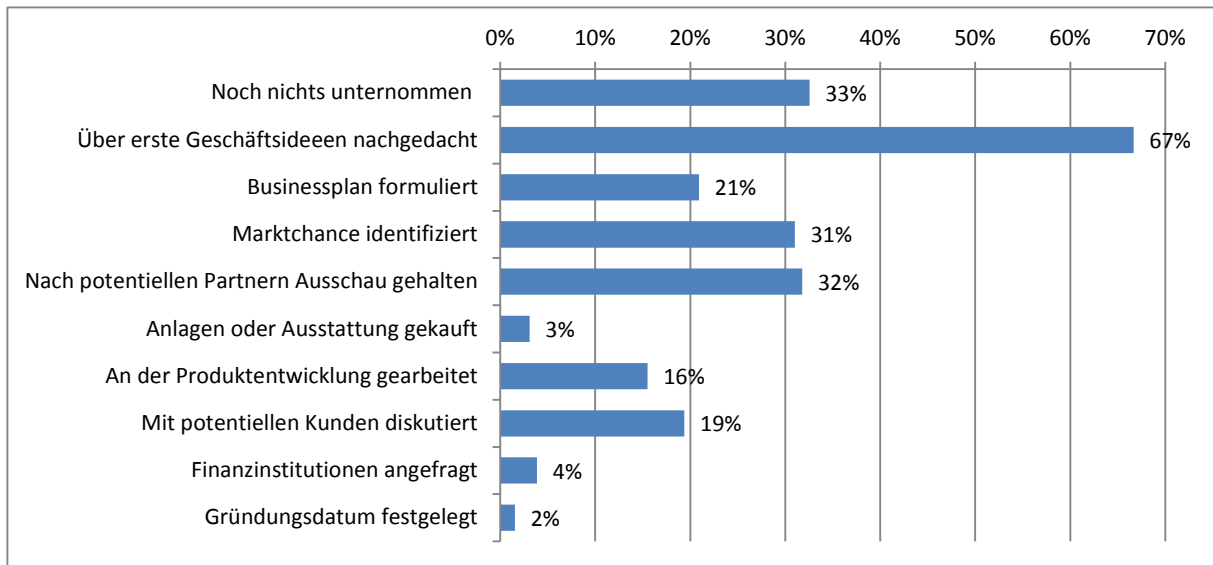


Abbildung 8: Gründertypen in Liechtenstein im internationalen Vergleich

Von 220 Studierenden haben demnach 36.8 Prozent nicht die Absicht ein Unternehmen zu gründen. 58.6 Prozent bezeichnen sich als potenzielle Gründer und 4.5 Prozent geben an, bereits ein oder mehrere Unternehmen gegründet zu haben. Damit belegt Liechtenstein im internationalen Vergleich einen der vordersten Plätze. Der internationale Durchschnitt liegt bei 42.5 Prozent, womit Liechtenstein 16.5 Prozent mehr potenzielle Gründer aufweist.

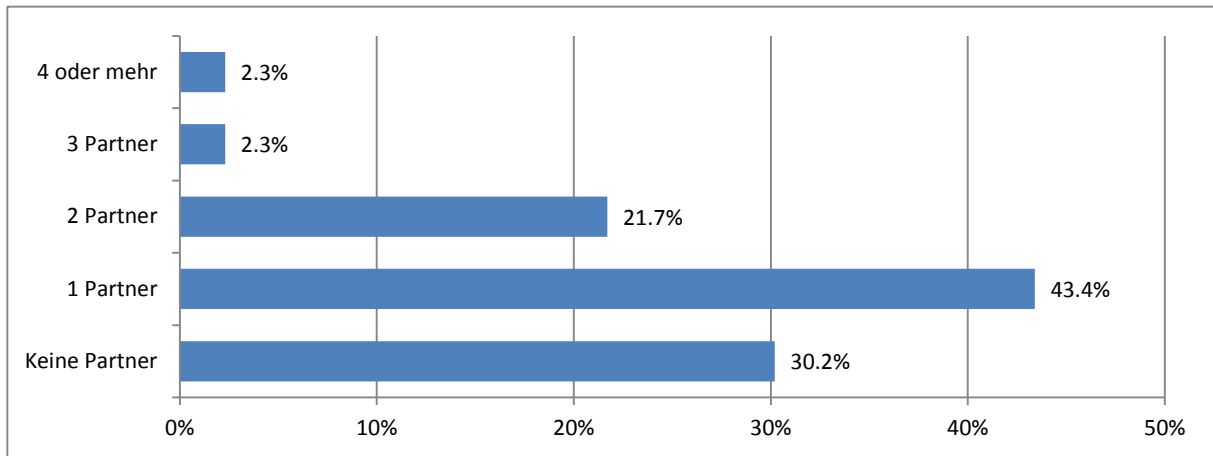
In einem weiteren Schritt wurden die potenziellen Gründer betreffend ihren bereits unternommenen Schritten zur Unternehmensrealisierung befragt. Hier zeigt sich, dass die Studierenden unterschiedlich weit fortgeschritten sind (Abbildung 9). Rund ein Drittel hat angegeben, bisher noch nichts unternommen zu haben, während zwei Drittel über erste Geschäftsideen nachgedacht haben. „Marktchancen identifiziert“ und „Nach potenziellen Partnern Ausschau gehalten“ hat jeweils ein Drittel, während in 21 Prozent der Fälle dies in einem Businessplan niedergeschrieben wurde.



**Abbildung 9: Bereits unternommene Schritte bei der Unternehmensgründung**

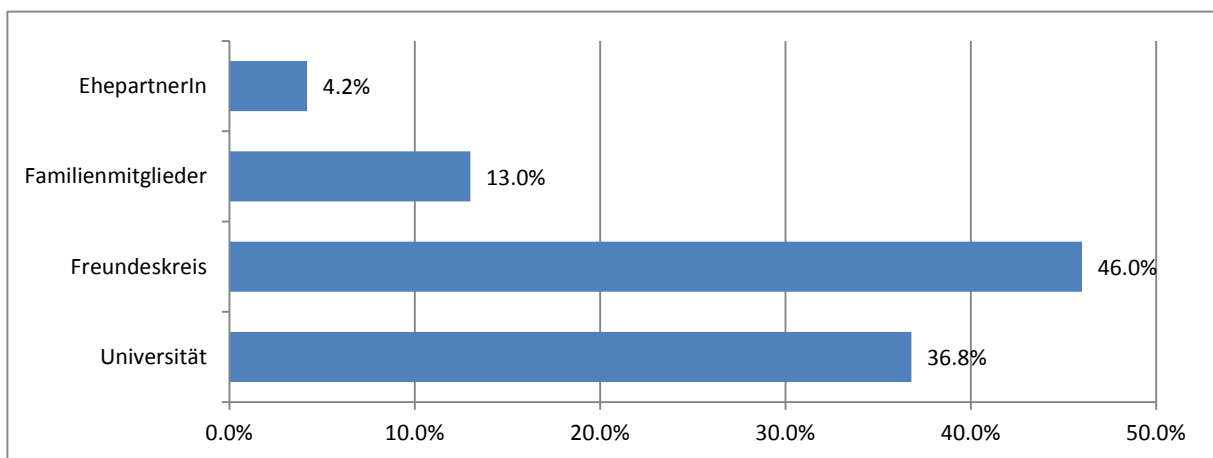
## 2.5. Ausgestaltung der potenziellen Gründungen

Werden die potenziellen Gründer an der Universität Liechtenstein nach der Grösse des Unternehmerteams befragt, ergibt sich ein erstaunliches Bild (Abbildung 10). Knapp ein Drittel möchte ohne Partner die Gründung vollziehen. Dies ist insofern überraschend, dass eine Gründung viele Talente und Fähigkeiten verlangt, die selten in einer Person vereint sind. Insbesondere Geldgeber messen dem Gründerteam grosse Bedeutung bei, da bei neuen Unternehmen noch nicht auf vergangene unternehmerische Leistungen zurückgeblickt werden kann. Ein Gründerteam kann durch das Zusammenwirken viele Vorteile generieren, darunter fallen grössere Problemlösungskapazitäten, einen breiteren Erfahrungshorizont und ein grösseres Wissensspektrum. Zudem kann ab drei oder mehr Gründern der Ausfall eines Teammitglieds besser verkraftet werden (Fueglistaller, Müller, Müller, & Volery, 2012, S. 106).



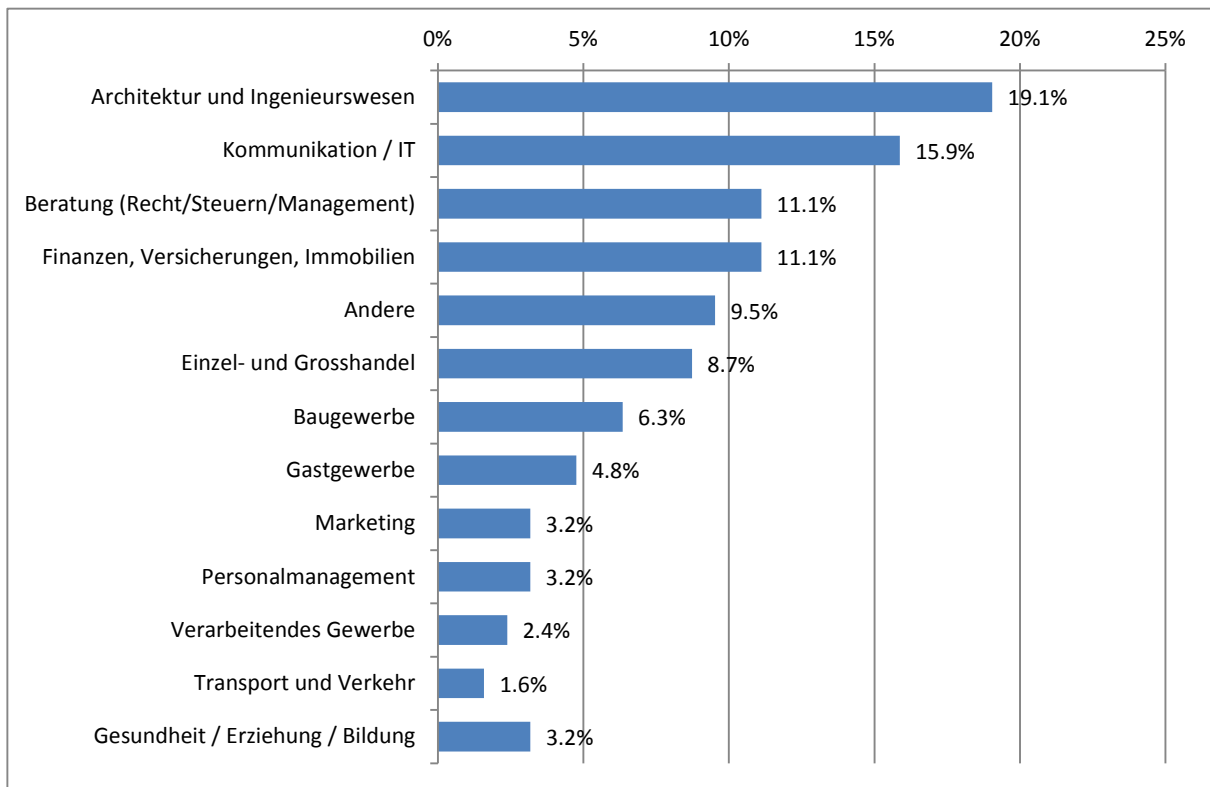
**Abbildung 10: Anzahl Gründungspartner**

In einer weiteren Frage wurden die potenziellen Gründer zur Herkunft der Partner befragt. Knapp die Hälfte (46.0 %) rekrutiert diese ausserhalb der Universität, 36.8 Prozent aus der Universität, 13.0 Prozent aus der Familie und 4 Prozent möchten mit dem Ehepartner ein Unternehmen aufbauen (Abbildung 11). Eine Gründung zusammen mit bekannten Personen hat den Vorteil, dass die gegenseitigen Erwartungen eher bekannt sind und der Teambildungsprozess häufig bereits durchlaufen ist.



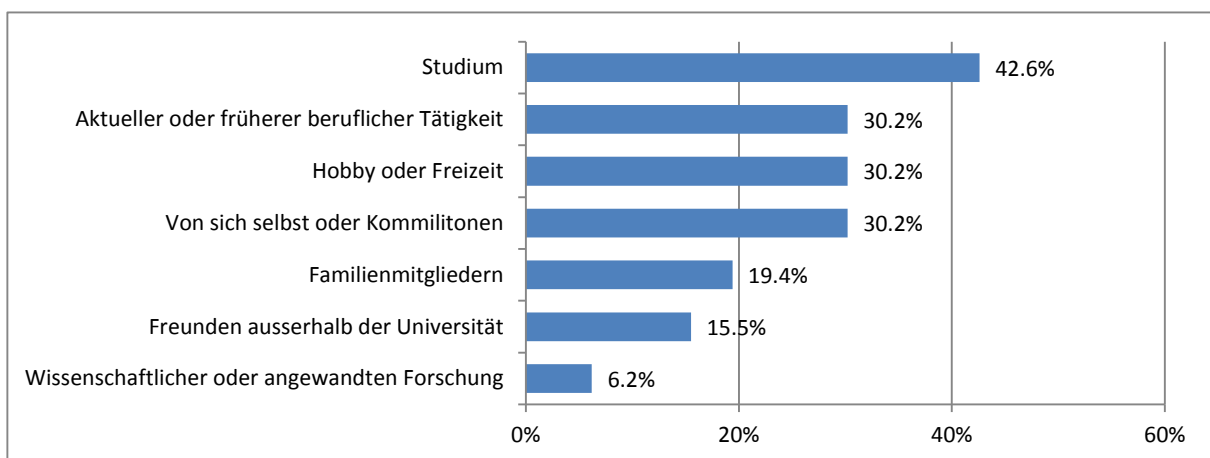
**Abbildung 11: Herkunft der Gründungspartner**

Die Universität Liechtenstein ist in die vier Institute Architektur & Raumplanung, Entrepreneurship, Finanzdienstleistungen und Wirtschaftsinformatik gegliedert. Dies widerspiegelt sich auch in der Frage nach der Branche, in der die Unternehmensgründung angesiedelt ist. 19.1 Prozent der Neugründungen können dem Bereich Architektur und Ingenieurwesen, 15.9 Prozent der Kommunikations-/Informationstechnologie und 11.1 Prozent der Beratung (Recht, Steuern & Management) zugeordnet werden (Abbildung 12).



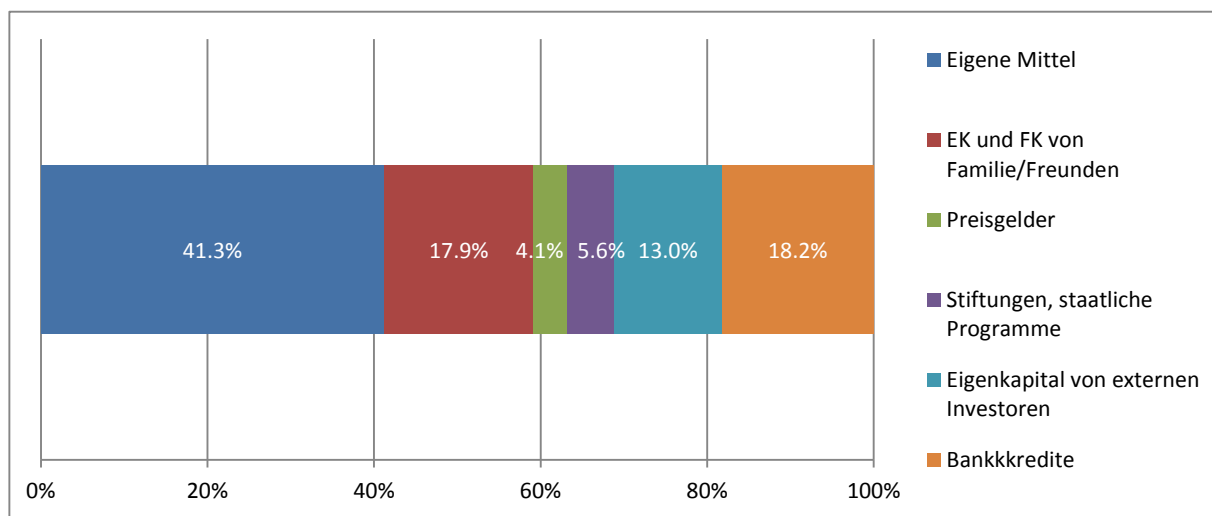
**Abbildung 12: Branchen der geplanten Unternehmen**

Des Weiteren wurde nach der Herkunft der Gründungsidee gefragt, wobei Mehrfachantworten möglich waren. Es zeigte sich, dass eine Mehrheit ihre Ideen aus dem Studium mitbringen (42.6 %). 30.2 Prozent gaben jeweils an, Ideen aus „Aktueller oder früher beruflicher Tätigkeit“, aus „Hobby oder Freizeit“ oder „Von sich selbst oder Kommilitonen“ stammt. „Familienmitglieder“, „Freunde ausserhalb der Universität“ oder „Wissenschaftlicher oder angewandte Forschung“ sind weitere Ideengeber für eine Unternehmensgründung.



**Abbildung 13: Herkunft der Geschäftsidee**

Der Finanzierungsbedarf und die Finanzierungsstruktur von Neugründungen lassen sich nach Art der Gründung und des damit verbundenen Gründungs- und Unternehmenstypus unterscheiden. Eine Gründung im High-Tech Bereich ist meistens mit hohen Investitionen verbunden und hat demnach einen grossen Finanzierungsbedarf. Dagegen weisen Existenzgründungen wie die Eröffnung eines Coiffeur Salons eher kleine Investitionsvolumen auf. Die potenziellen Unternehmensgründer wurden zum benötigten Kapital befragt, wobei die Antwortmöglichkeiten „weiss nicht“ oder der geschätzte Finanzierungsbedarf in CHF angegeben wurde. Der durchschnittliche Finanzierungsbedarf wurde mit 265'285 CHF (n = 33) angegeben, wobei 13 Personen zwischen 10'000 und 100'000 CHF, 18 Personen zwischen 100'000 bis 500'000 CHF und 8 Personen einen Finanzierungsbedarf zwischen 500'000 und 1 Million CHF angegeben haben. In einem weiteren Schritt wurde nach den Quellen der Finanzierung (Abbildung 14) gefragt.



**Abbildung 14: Finanzierungsquellen**

Die Mehrheit (41.3 %) der Befragten deckt ihren Finanzierungsbedarf durch eigene Mittel. An zweiter Stelle folgen Familie und Freunde (17.9 %), als dritte Möglichkeit Bankkredite (18.2 %) und als vierte Option werden externe Investoren wie Business Angels (13 %) in Betracht gezogen. Weniger häufig wurden Unterstützungsleistungen von Stiftungen und staatlichen Programmen (5.6 %) sowie Preisgelder von Ideen- und Businessplanwettbewerben (4.1 %) genannt. Interessant ist dabei die Analyse der Höhe des Finanzierungsbedarfs und der Finanzierungsquelle. Je höher der Finanzierungsbedarf ausfällt, desto mehr Personen beschaffen sich das benötigte Kapital von externen Investoren. Dafür nimmt der Anteil an eigenen Mitteln signifikant ab. Bei der nächsten Frage wurde nach dem ungefähren Anteil an Eigenkapital am neuen Unternehmen gefragt. Die Studierenden wollen durchschnittlich rund 43 Prozent des Eigenkapitals besitzen.

In einem weiteren Schritt wurde nach der subjektiven Einschätzung des Zugangs zu Kapital gefragt. Die Frage lautete: „*In welchem Ausmass stellen der Zugang zu Kapital (Fremd- und Eigenkapital) für Sie eine Hürde bei der geplanten Unternehmensgründung dar?*“. Die Antwortmöglichkeiten reichten von 1 (überhaupt nicht) bis 7 (sehr stark). Die Studierenden stufen demnach das Finanzierungsrisiko als mittelmässige Hürde ein ( $d = 4.43$ ;  $SD = 1.8$ ). Interessant ist hierzu auch der Vergleich mit der Höhe des Finanzbedarfs und der wahrgenommenen Schwierigkeit, das benötigte Geld zu beschaffen. Es zeigt sich ein signifikant positiver Zusammenhang zwischen dem Investitionsvolumen und der wahrgenommenen Hürde bei der Finanzbeschaffung ( $p = .410$ ). Je höher die benötigte Kapitalsumme, umso grösser wird die Schwierigkeit bei der Beschaffung der Finanzen eingeschätzt.

### 3. Vollzogene Unternehmensgründungen

Die Intention ein Unternehmen zu gründen kann sich erheblich von der tatsächlichen Gründungsquote unterscheiden. Aufgrund dessen wurde in der Umfrage auch nach den real gegründeten Unternehmen gefragt. Nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Gründungsquote der teilnehmenden Länder. Es gilt anzumerken, dass die Aussagekraft der Resultate aufgrund der teilweise kleinen Stichproben eingeschränkt ist. Die Daten zeigen, dass Liechtenstein einen der vordersten Ränge bei der Gründungsquote einnimmt. Direkt hinter Estland weist Liechtenstein im internationalen Vergleich die zweithöchste Gründungsquote auf. Werden die deutschsprachigen Länder betrachtet, zeigt sich ein ähnliches Bild. Liechtenstein zeigt eine hohe Gründungsquote von 3.6 Prozent, während Österreich mit 2.8 Prozent und Deutschland mit 2.0 Prozent noch im vorderen Drittel zu finden sind. Die Schweiz dagegen weist eine tiefe Gründungsquote von 1.1 Prozent auf.

	Land	n =	Gründungen	Gründungsquote
1	Estland	1'874	86	4.6 %
2	Liechtenstein	220	8	3.6 %
3	Vereinigtes Königreich	648	23	3.5 %
4	Rumänien	849	28	3.3 %
5	Österreich	4'553	126	2.8 %
6	Griechenland	454	12	2.6 %
7	Mexiko	556	13	2.3 %
8	Niederlande	13'121	293	2.2 %
9	Portugal	1020	22	2.2 %
10	Deutschland	12'469	254	2.0 %
11	Finnland	1'437	27	1.9 %
12	Brasilien	29'186	546	1.9 %
13	Pakistan	321	6	1.9 %
14	Ungarn	5'677	96	1.7 %
15	Argentinien	1'660	28	1.7 %
16	Belgien	188	3	1.6 %
17	Irland	332	5	1.5 %
18	Südafrika	697	10	1.4 %
19	Chile	1'244	14	1.1 %
20	Schweiz	8'115	87	1.1 %
21	Russland	2'882	30	1.0 %
22	Frankreich	1'498	15	1.0 %
23	Singapur	2'391	21	0.9 %
24	Luxemburg	444	3	0.7 %
25	China	868	5	0.6 %
26	Japan	561	0	0.0 %
	TOTAL	93'265	1'761	-
	Ø International	3'587	67.7	1.9 %

Tabelle 2: Gründungsquote im internationalen Vergleich



Im Zusammenhang mit der effektiven Quote ist der Vergleich mit den Fragen „*Ich habe den festen Entschluss mich selbstständig zu machen*“ und „*Ich habe einen konkreten Zeitplan für die Gründung eines Unternehmens*“ von besonderem Interesse. Demnach beabsichtigen 24 Studierende (10.9 %) in Liechtenstein sich selbstständig zu machen.

## 4. Kontext Familienunternehmen

### 4.1. Studierende aus Familienunternehmen (FU)

Neben der Gründungsabsicht von Studierenden liegt ein zweiter Schwerpunkt der GUESSS Studie 2011 auf der Analyse von Studierenden aus Familienunternehmen. Charakteristisch für Familienunternehmen im Vergleich mit Nicht-Familienunternehmen ist die besonders enge Verzahnung zwischen Unternehmen und Familie. Die Mehrheit aller Unternehmen im deutschsprachigen Raum stellen Familienunternehmen dar und sind das Rückgrat einer florierenden Wirtschaft. Familienunternehmen werden mit Attributen wie einer starken Unternehmenskultur, einem ausgeprägten Qualitätsbewusstsein und Kontinuität assoziiert (Nötzli, 2006).

Insgesamt haben 36 Prozent aller Studierenden in Liechtenstein einen Elternteil, der ein Unternehmen besitzt und stammen demnach aus einem Familienunternehmen (Abbildung 15). Weltweit belegt Liechtenstein mit diesem hohen Anteil an Studierenden aus Familienunternehmen den 8. Platz. Damit weist Liechtenstein die höchste Quote potenzieller Unternehmensnachfolger aller deutschsprachigen Länder auf und liegt um 6 Prozent über dem internationalen Durchschnitt.

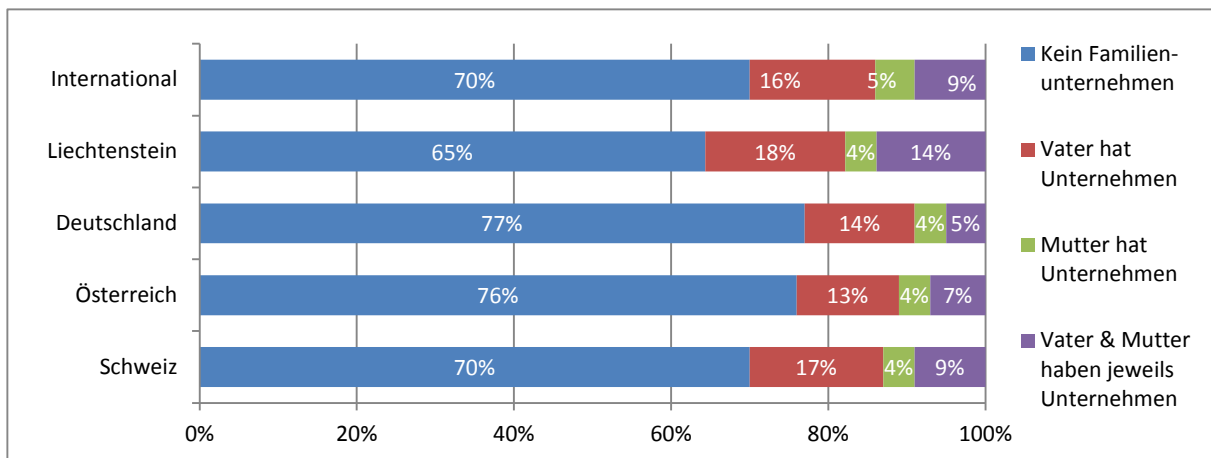


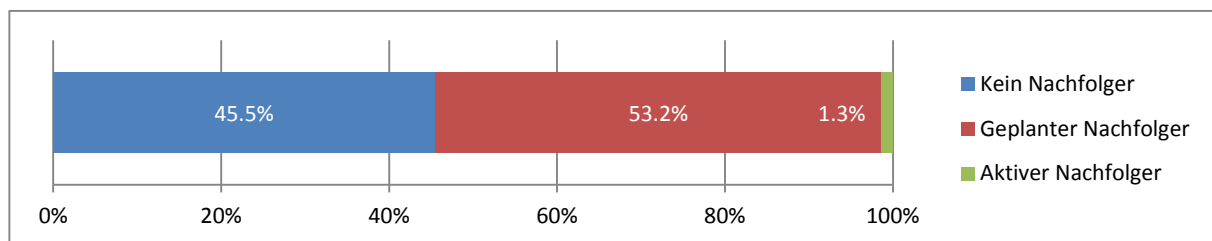
Abbildung 15: Existenz eines elterlichen Unternehmens

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die wesentlichen Eigenschaften der Familienunternehmen der Studierenden aus Liechtenstein. Demnach existieren die Unternehmen durchschnittlich seit 36 Jahren und beschäftigen 36.1 Angestellte, was sie als KMU qualifiziert. Durchschnittlich sind 2.1 Personen der Familie im Familienunternehmen angestellt und 80.5 Prozent der Studierenden hat mindestens einmal im eigenen Unternehmen gearbeitet. Durchschnittlich hält die Familie 82.6 Prozent der Aktienanteile am Unternehmen.

Beschreibung	Durchschnittswerte
Seit wann existiert das Unternehmen?	36 Jahre
Gesamte Anzahl Angestellte (Vollzeitäquivalente)	36.1 Angestellte
Wie viele Familienmitglieder arbeiten im Unternehmen?	2.1 Personen
Bereits im Familienunternehmen gearbeitet	80.5 %
Welcher Anteil des Eigenkapitals wird von der Familie gehalten?	82.6 %

**Tabelle 3: Eigenschaften der Familienunternehmen (FU)**

In einer weiteren Frage wurden die Studierenden aus Familienunternehmen nach ihrer Intention, die Nachfolge im familieneigenen Unternehmen anzutreten, befragt. Von den 77 Studierenden aus Familienunternehmen möchten 53.2 Prozent einmal die Unternehmensnachfolge antreten, während sich 45.5 Prozent nicht in dieser Rolle sehen. 1.3 Prozent gibt an, bereits die Nachfolge im elterlichen Betrieb angetreten zu haben.



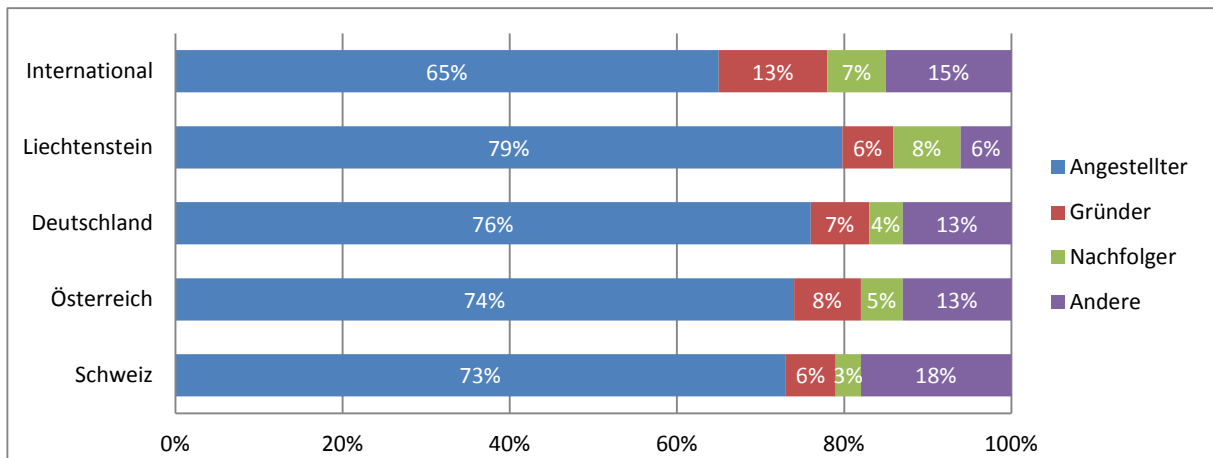
**Abbildung 16: Unternehmensnachfolge im Familienunternehmen (FU)**

#### 4.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen

Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen wurde in den letzten Jahren zu einem zentralen Thema im deutschsprachigen Raum. Untersuchungen von Baldegger und Pock (2007; 2009) haben sich mit der Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen in Liechtenstein beschäftigt und konnten aufzeigen, dass in vielen Unternehmen in den kommenden Jahren die Geschäftsleitung abgegeben wird. Um die Nachfolge erfolgreich zu regeln, stehen den Übergebern verschiedene Optionen zur Verfügung. So kann die Nachfolge familienintern oder extern gestaltet werden, beispielsweise durch das Einsetzen eines externen Geschäftsführers.

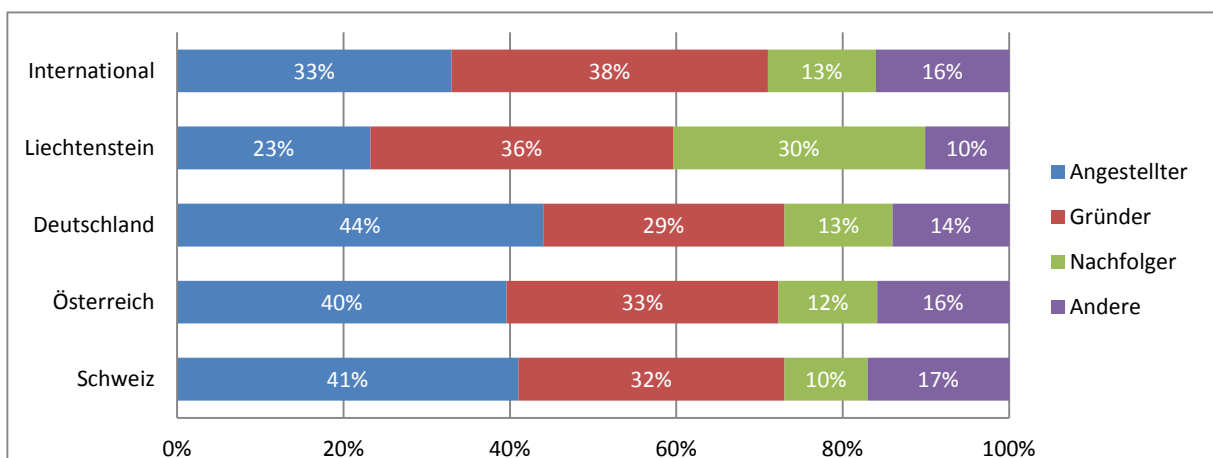
In diesem Zusammenhang ist es von besonderem Interesse zu wissen, wie Studierende aus Familienunternehmen ihre Absichten bezüglich der Karrierewahl angeben. Es zeigt sich, dass 8 Prozent der Studierenden direkt nach dem Studium die Nachfolge im elterlichen Betrieb antreten möchten, während der Grossteil (79 %) zuerst als Angestellter arbeiten möchte. Die weiteren Karriereabsichten verteilen sich gleichmässig auf die Gründung eines eigenen Unternehmens (6 %) und auf andere Tätigkeiten (6 %). Diese tiefe Quote erscheint auf den ersten Blick als wenig erfolgsversprechend für eine erfolgreiche Fortführung der vielen Familienunternehmen. Allerdings gilt es in Betracht zu ziehen, dass die Nachfolge auch fami-

lienextern geregelt werden kann. Zudem zeigt eine Analyse der Karriereabsichten 5 Jahre nach dem Studium ein anderes, positiveres Bild für die Unternehmensnachfolge.



**Abbildung 17: Berufsabsichten Studierende aus FU nach dem Studium**

Fünf Jahre nach dem Studium wollen 30 Prozent der Studierenden aus Familienunternehmen die Nachfolge im Familienunternehmen antreten. Damit wäre für ein Drittel der Familienunternehmen ein potenzieller Nachfolger vorhanden. Ob dieser die erforderlichen Kompetenzen für eine erfolgreiche Unternehmensnachfolge mitbringt, lässt sich aufgrund der Befragung allerdings nicht beantworten. Demnach würden immer noch zwei Drittel der Studierenden nicht die Nachfolge im Familienunternehmen antreten. Mögliche Gründe sind, dass die Studierenden erst später die Nachfolge antreten möchten oder andere Familienmitglieder dies beabsichtigen. Die Abbildung 18 bestätigt die Annahme, dass die Studierenden erst später die Leitung des Familienunternehmens übernehmen möchten. Es zeigt sich, dass 30 Prozent der Studierenden aus Familienunternehmen fünf Jahre nach dem Studium die Nachfolge antreten möchten.



**Abbildung 18: Berufsabsichten Studierende aus FU 5 Jahre nach dem Studium**

Damit belegt Liechtenstein im internationalen Vergleich einen Spitzenplatz und liegt 17 Prozent über dem internationalen Durchschnitt. Deutschland mit 13 Prozent, Österreich mit 12 Prozent und die Schweiz mit 10 Prozent weisen deutlich tiefere Werte auf.

#### 4.3. Studierende ohne vs. Studierende mit Familienunternehmen

Nachfolgend werden Studierende aus Familienunternehmen mit Studierenden ohne Familienunternehmen verglichen. Als das zentrale Konstrukt der Erhebung soll zu Beginn der Entrepreneurship Index verglichen werden. Aufgrund dessen, dass sich bei der dezidierten Betrachtung von Frauen und Männern erhebliche Unterschiede gezeigt haben, wird dies bei der Analyse berücksichtigt (Seite 6). In einem weiteren Schritt werden die detaillierten Karrieremotive und Ziele aufgezeigt und diskutiert.

Der Entrepreneurship Index variiert sowohl zwischen Studierenden aus Familienunternehmen im Vergleich zu Studierende ohne Familienunternehmen als auch zwischen den Geschlechtern (Abbildung 19). Es wird somit bestätigt, dass die Studenten einen höheren Entrepreneurship Index aufweisen als Studentinnen.

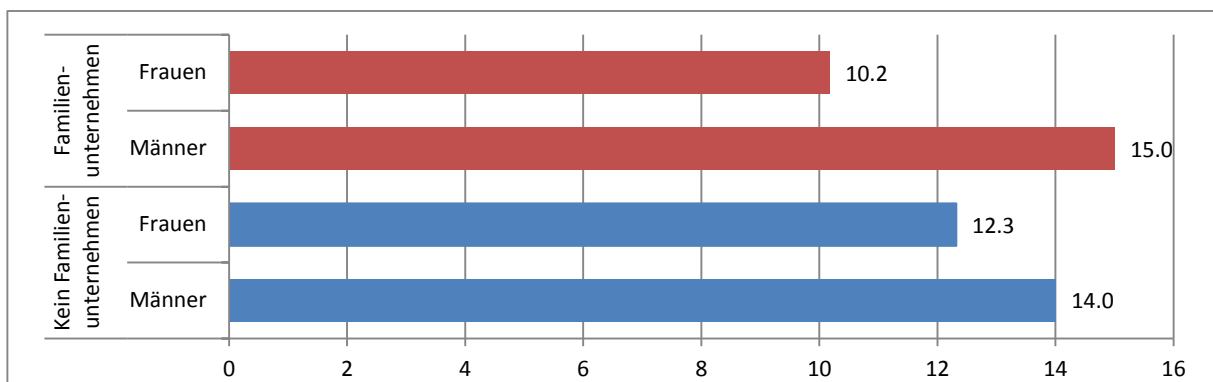
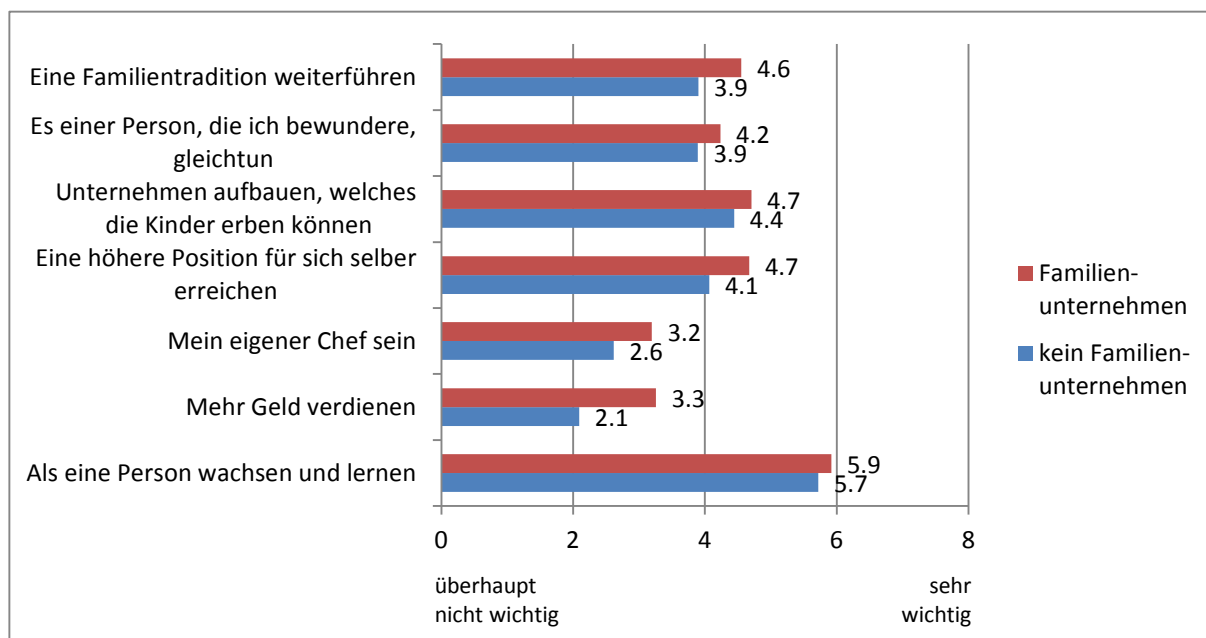


Abbildung 19: Entrepreneurship Index FU vs. kein FU

Bei den Karrieremotiven zeigt sich ein differenziertes Bild zwischen den beiden Vergleichsgruppen. Die einzelnen Ausprägungen sind in der Abbildung 20 dargestellt.



**Abbildung 20: Karrieremotive Studierende mit FU vs. Studierende ohne FU**

Bei beiden Vergleichsgruppen nimmt die Realisierung des persönlichen Traums den höchsten Stellenwert ein. Darauf folgen die beiden Motive „*Mich selbst herauszufordern*“ und „*Als eine Person wachsen und lernen*“. Grössere Unterschiede zeigen sich bei den Items betreffend „*Eine Familientradition weiterführen*“, welche bei den Studierenden aus Familienunternehmen um 0.7 Punkte höher ausfällt. Zudem zeigen sich Unterschiede bei den Fragen „*Mein eigener Chef sein*“, „*Mehr Geld verdienen*“ und „*Eine höhere Position für sich selber erreichen*“, welche Studierende aus Familienunternehmen 0.5 bis 1.2 Punkte wichtiger einschätzen.

## 5. Rahmenbedingungen und Unterstützungsangebote

### 5.1. Gründungsbarrieren

Faktoren, welche einer erfolgreichen Unternehmensgründung entgegenstehen, können potenzielle Handlungsfelder aufzeigen, um eine Region oder Hochschule „Gründerfreundlicher“ zu gestalten. Bei der Erhebung in Liechtenstein wurden die Studierenden konkret nach den wahrgenommenen Hürden bei der geplanten Unternehmensgründung befragt. Die detaillierten Ergebnisse sind in Abbildung 21 dargestellt. Liechtenstein liegt mit einem Wert von 3.6 Punkten deutlich unter dem internationalen Durchschnitt von 3.9 Punkten und weist demnach tiefere Gründungsbarrieren auf.

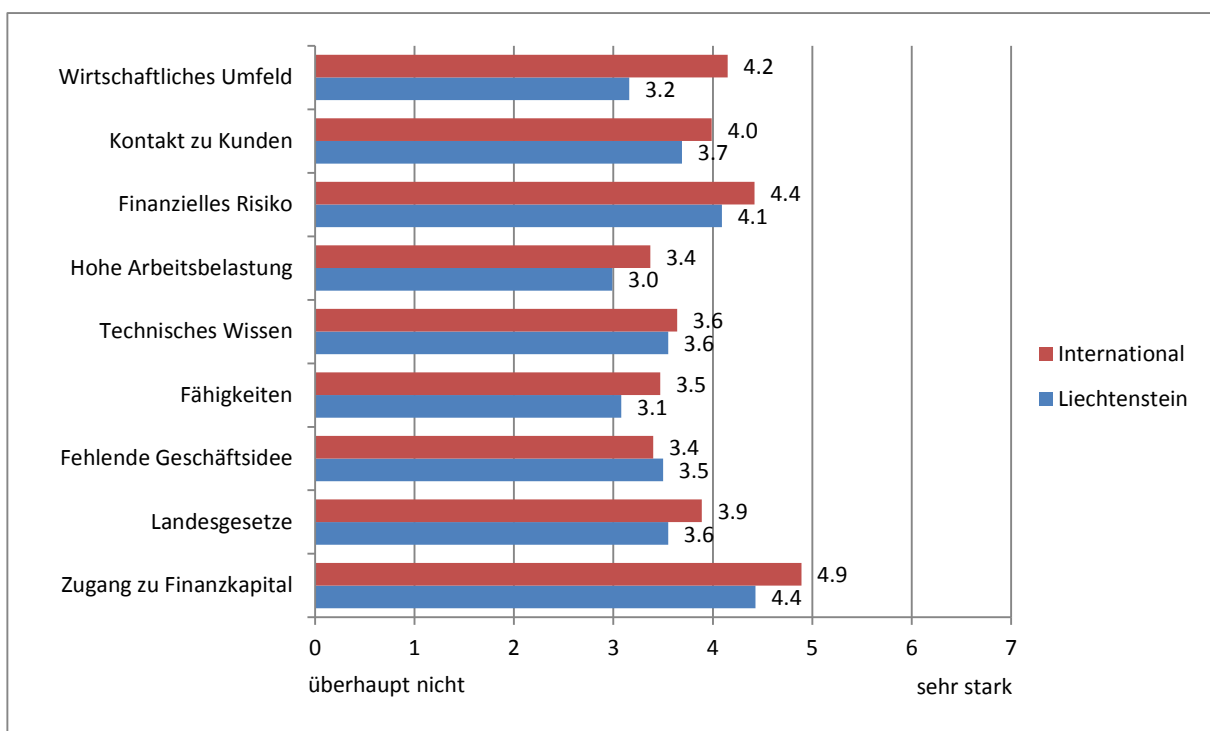


Abbildung 21: Wahrgenommene Hindernisse bei der Unternehmensgründung

Bei der detaillierten Interpretation der Werte sind vor allem Werte interessant, die grösser 3.5 Punkte sind. Während das finanzielle Risiko als grosse Hürde (4.1) wahrgenommen wird, weist der Kapitalzugang (4.4) die schlechteste Bewertung auf. Beim Zugang zum Finanzkapital scheint somit der grösste Handlungsbedarf zu bestehen.

Im Vergleich zur internationalen Untersuchung zeigt sich, dass an der Universität Liechtenstein alle Hindernisse als tiefer wahrgenommen werden. Einzig bei den Geschäftsideen schneidet Liechtenstein schlechter ab, allerdings nur um 0.1 Punkte. Die grössten Unterschiede zeigen sich bei der hohen Arbeitsbelastung von Unternehmern (FL = 3.0; Int = 3.4) und dem wirtschaftlichen Umfeld (FL = 3.2; Int = 4.2), welche in Liechtenstein als deutlich kleinere Hürden für eine Unternehmensgründung wahrgenommen wird.

## 5.2. Rahmenbedingungen

Um einen detaillierten Einblick in die wichtige Rolle der Hochschulen zur Unterstützung von Neugründungen zu bekommen, wurden den Studierenden verschiedene Fragen vorgelegt. Diese nehmen Bezug darauf, wie stark das Universitätsumfeld ihre unternehmerischen Bestrebungen unterstützt und welche Ressourcen bereitgestellt werden. Im Anhang auf Seite 36 sind die Fragen zur Messung des unternehmerischen Klimas detailliert dargestellt. Aus der Sicht der Studierenden hat Liechtenstein eine der ansprechendsten Umgebungen für Unternehmensgründungen (Abbildung 22).

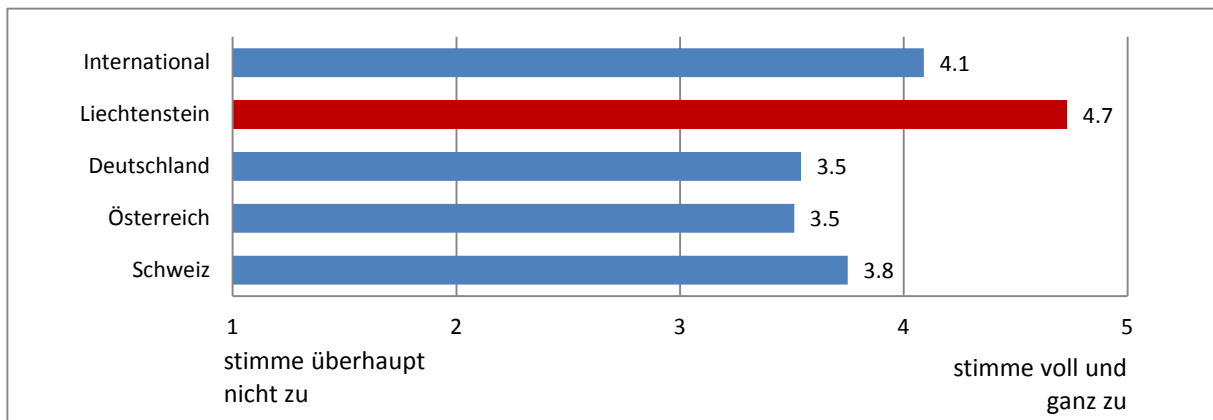


Abbildung 22: Bewertung des unternehmerischen Klimas

Unter allen teilnehmenden Ländern liegt Liechtenstein mit einem Wert von 4.7 auf dem vierten Rang und damit klar über dem internationalen Durchschnitt von 4.1. Die Werte für Deutschland mit 3.5, Österreich mit 3.5 und der Schweiz mit 3.8 sind deutlich tiefer als in Liechtenstein.

## 5.3. Unterstützungsangebote

Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden können durch spezifische Angebote und Aktivitäten verstärkt werden. Aufgrund dessen wurden verschiedene Fragen zu den Angeboten zur Unternehmensförderung an den Hochschulen erhoben. Die erste Frage befasst sich mit den Angeboten zur Unternehmensförderung, wie sie von Studierenden wahrgenommen werden und nicht etwa um das effektive Angebot an den Hochschulen. Die Abbildung 23 gibt die wahrgenommenen Angebote der Universität Liechtenstein wieder.



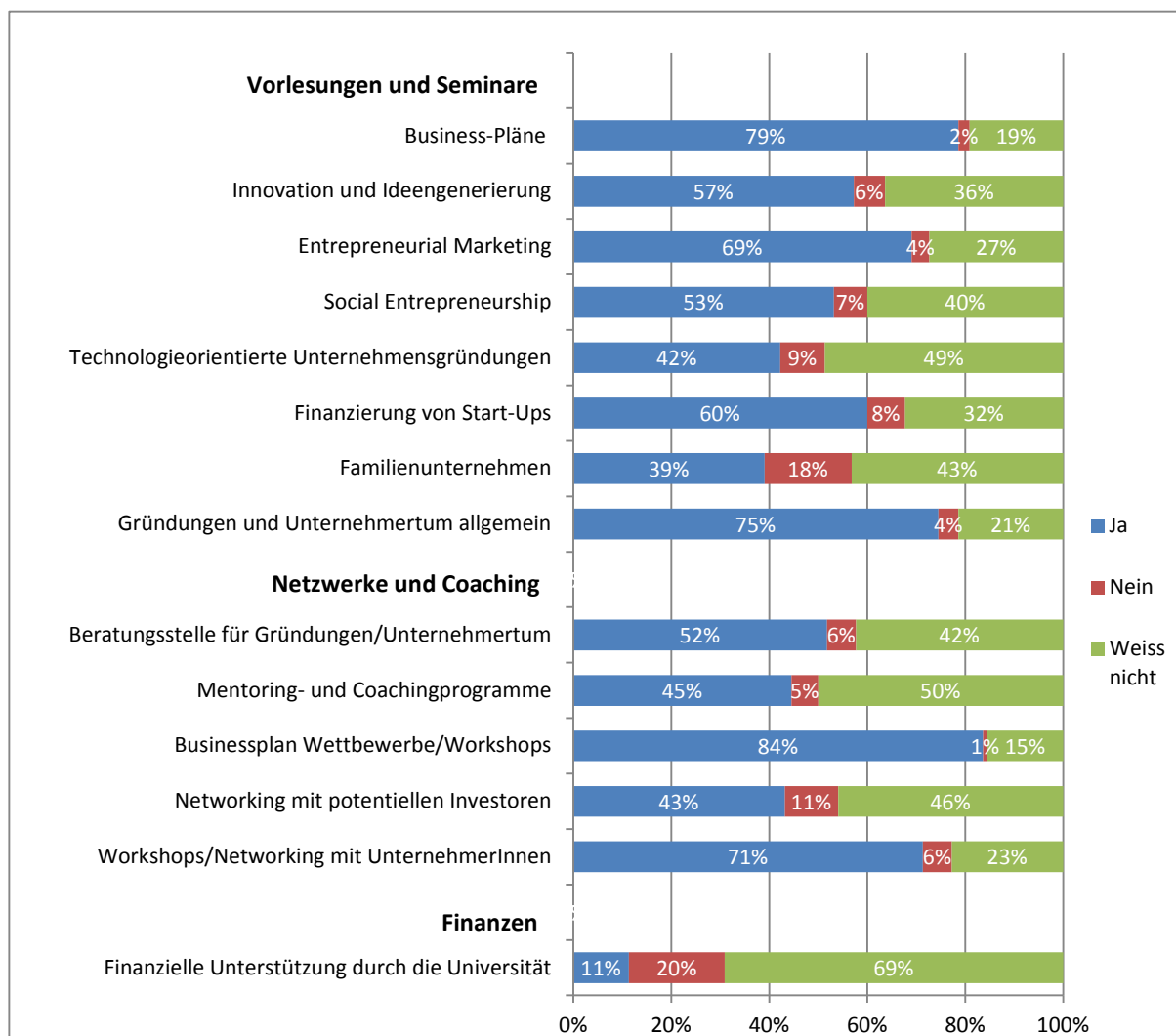
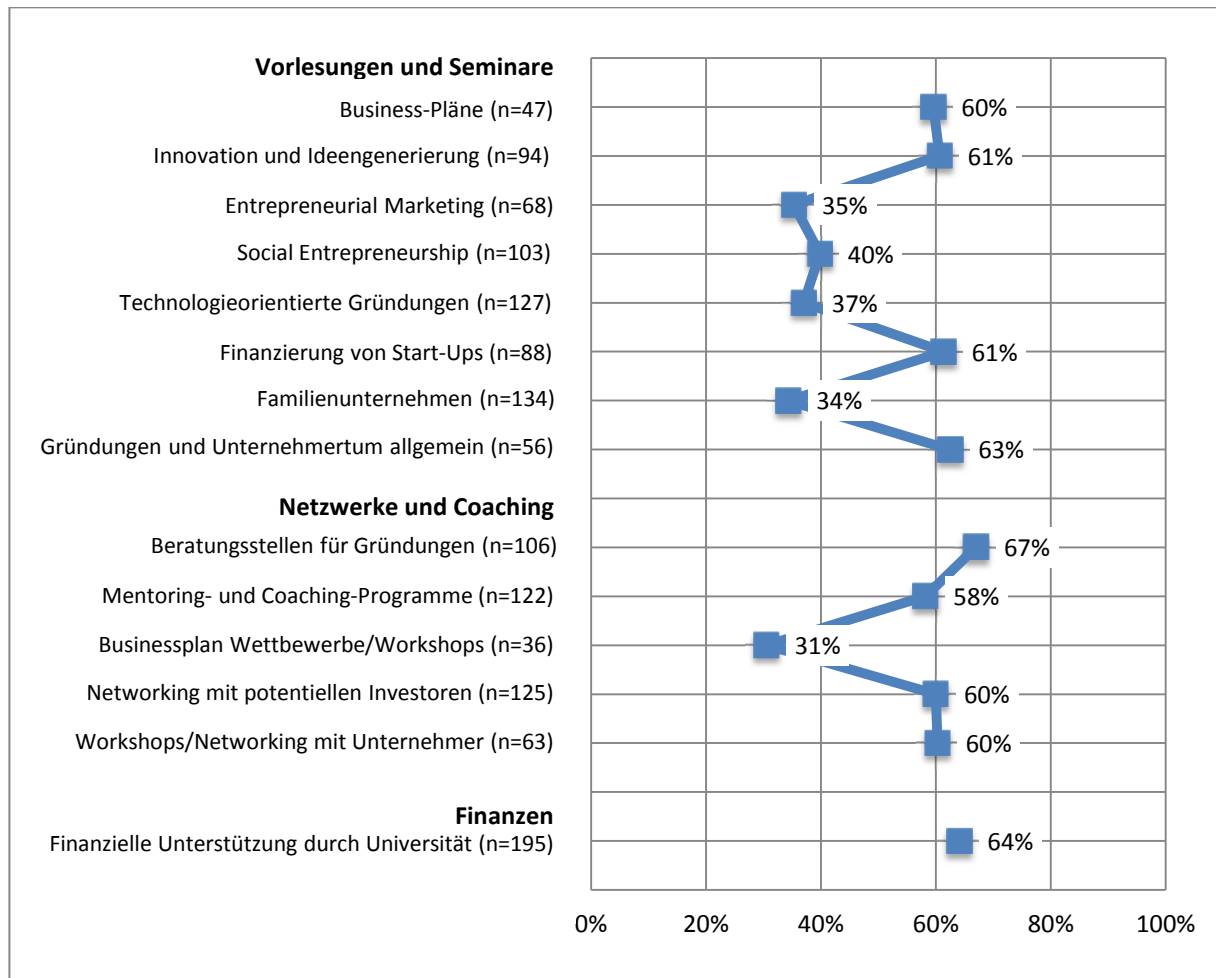


Abbildung 23: Existenz von Angeboten an der Universität Liechtenstein

Gemäss den Studierenden existieren alle abgefragten Angebote an der Universität Liechtenstein. Eine Ausnahme ist die finanzielle Unterstützung durch die Universität. Während 11 Prozent der Studierenden angaben, dass eine finanzielle Unterstützung durch die Universität existiert, gehen 20 Prozent davon aus, dass es kein solches Angebot gibt und 69 Prozent wissen nichts von einer finanziellen Unterstützung. Des Weiteren geben knapp die Hälfte der Studierenden an, nichts von einem Networking mit potenziellen Investoren, dem Mentoring- und Coachingprogramm, Angeboten für Familienunternehmen und technologieorientierten Unternehmensgründungen zu kennen. Als etabliert bezeichnet werden können „Workshops/Networking mit UnternehmernInnen“, „Businessplan Wettbewerbe/Workshops“, Vorlesungen und Seminare zu „Gründungen und Unternehmertum allgemein“, „Entrepreneurial Marketing“ und „Business-Pläne“. Die Universität Liechtenstein bietet den Studierenden eine grosse Fülle an Vorlesungen und Seminaren an. Einzig im Bereich der Familienunternehmen gibt es einen grossen Nachholbedarf.

Die Studierenden, die von den Angeboten keine Kenntnisse hatten, wurden gefragt, ob die Universität die Angebote in Zukunft bereitstellen sollte. Die Ergebnisse sind in Abbildung 24 dargestellt. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist auf die Anzahl der Rückantworten zu achten, welche von 36 bis 195 variiert. Am häufigsten wurde das Bedürfnis nach einer Beratungsstelle für Gründungen, einem Mentoring und Coaching-Programm sowie einem Networking mit potenziellen Investoren genannt. Interessanterweise beziehen sich drei konkrete Wünsche auf die finanzielle Ausgestaltung der Unternehmensgründung.



**Abbildung 24: Bedürfnisse von Angeboten zur Unternehmensgründungsförderung**

Neben der Existenz und dem Wunsch nach neuen Angeboten wurde nach der konkreten Nutzung der Angebote gefragt. Die Daten zeigen, dass die Angebote im Durchschnitt von knapp der Hälfte der Studierenden auch effektiv genutzt werden (Abbildung 25). Niedrige Werte zeigen sich bei den Angeboten zur „Gründungsberatung“ (29 %), „Mentoring- und Coaching-Programmen“ (23 %), „Finanzielle Unterstützung durch Universität“ (24 %) und „Businessplan-Wettbewerbe/Workshops“ (28%). Die geringen Werte bei „Beratungsstelle für Gründungen“, „Mentoring- und Coaching-Programme“ und „Finanzielle Unterstützung durch Universität“

lassen sich damit erklären, dass das entsprechende Angebot bei den Studierenden nicht bekannt ist. An der Universität können die Studierenden diese Angebote nicht nutzen, da sie nicht existent sind. Die geringe Teilnahme an Businessplan Wettbewerben lässt sich dadurch erklären, dass viele Studierende erst in der Phase der Ideenentwicklung und noch nicht in der konkreten Realisierungsphase der Geschäftsidee sind. Um an einem Businessplanwettbewerb teilzunehmen, ist ein ausgearbeiteter Businessplan erforderlich.

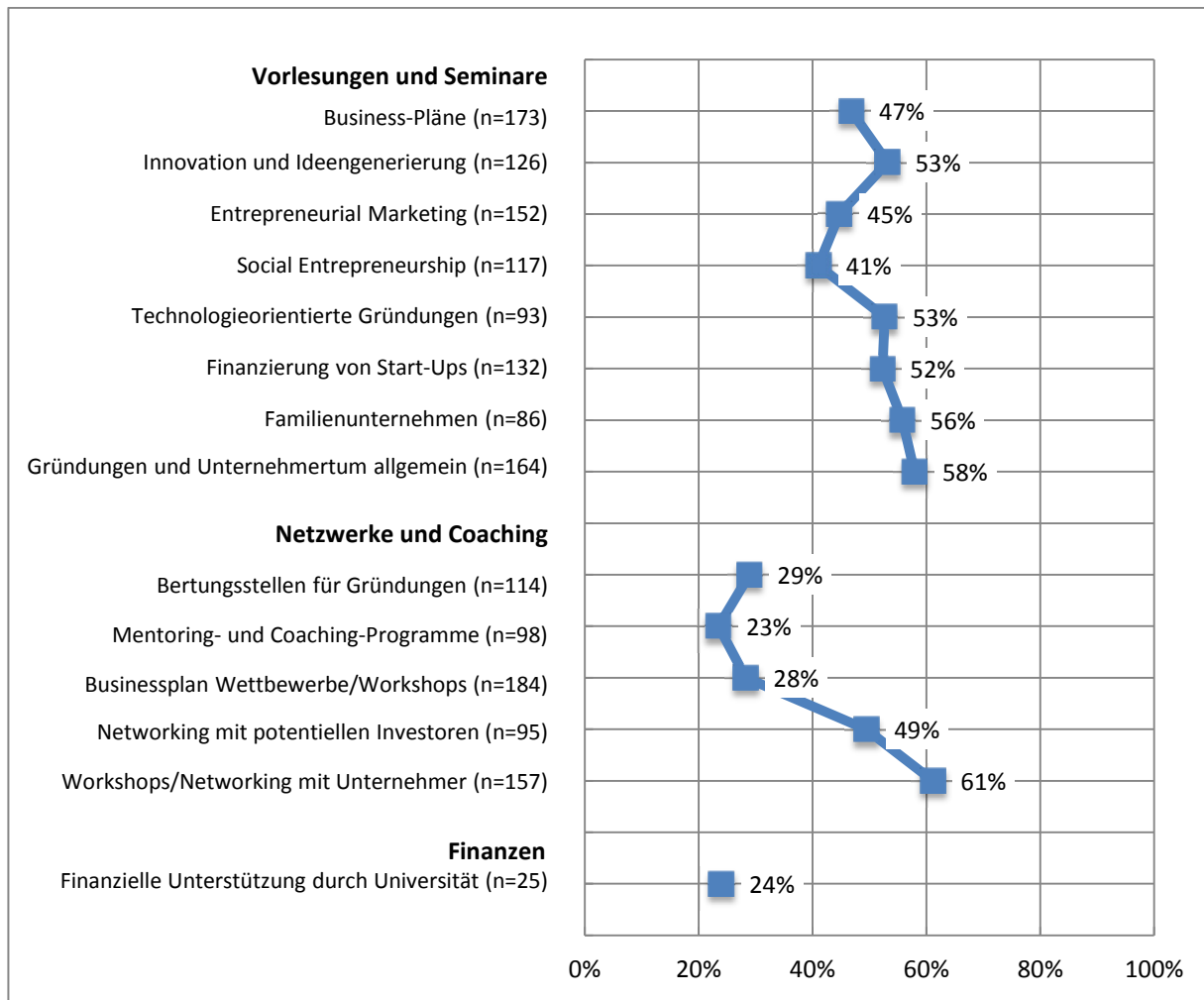
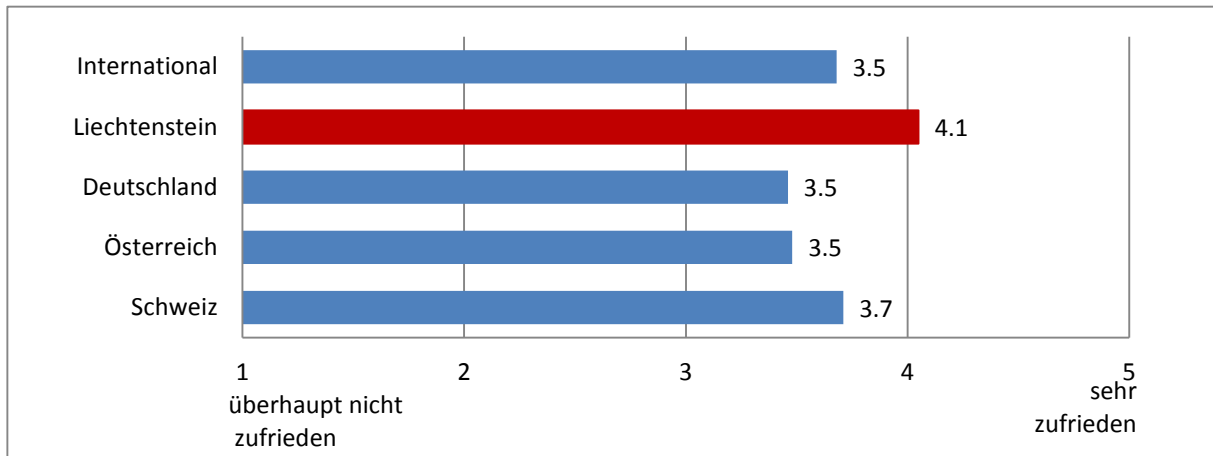


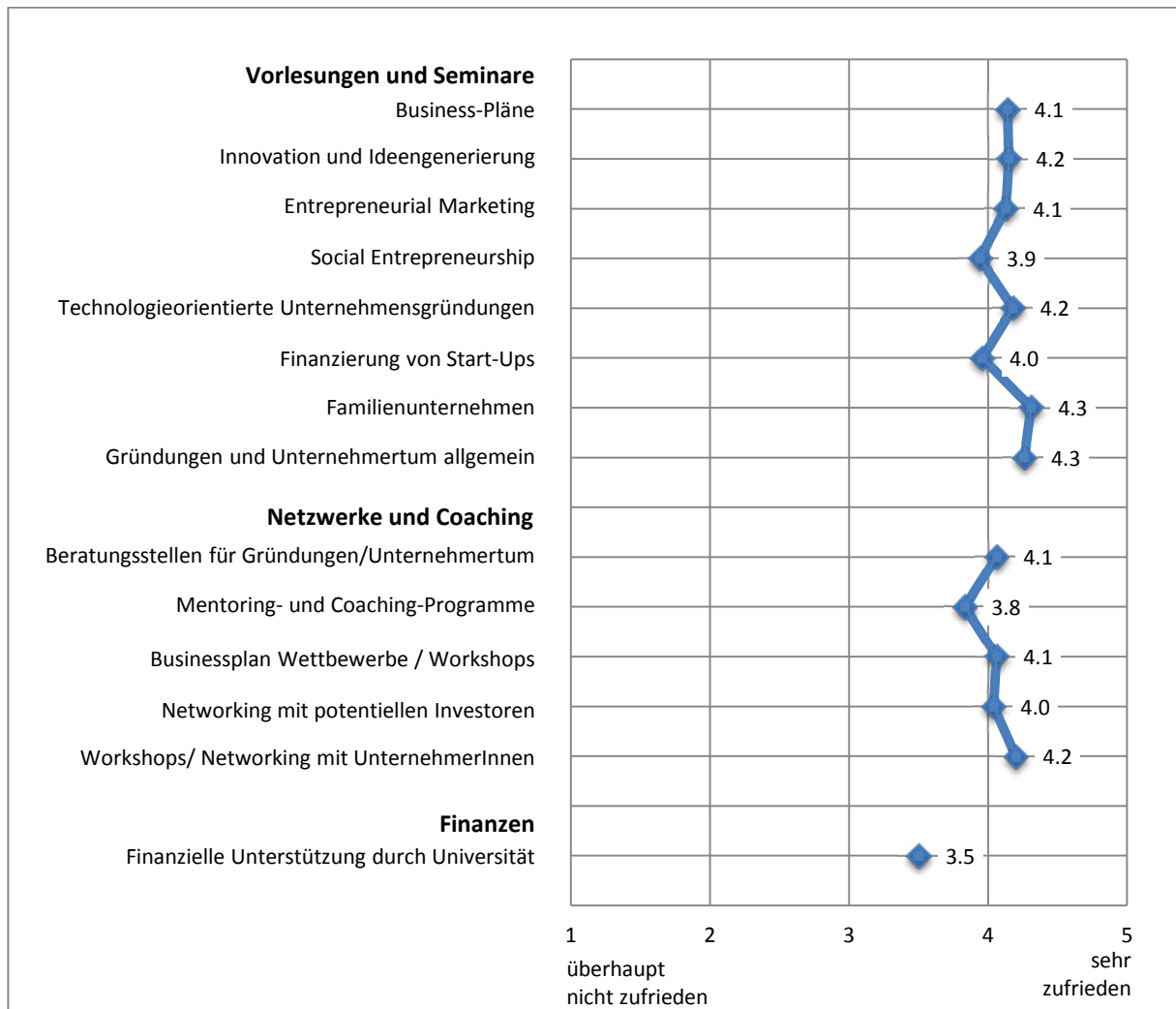
Abbildung 25: Nutzung von Angeboten zur Unternehmensgründungsförderung

Neben der Nutzung der Angebote ist die Qualität interessant und kann weitere Hinweise für eine Verbesserung eines unternehmerfreundlichen Klimas an einer Hochschule geben. Die Studierenden wurden zur Qualität des gebotenen Unterstützungsangebots befragt. Die Abbildung 26 gibt den Durchschnitt der Gesamtbeurteilung für alle unternehmerisch bezogenen Angebote aller Länder wieder. Die verwendete Skala geht von 1 (überhaupt nicht zufrieden) bis 5 (sehr zufrieden.). Die Abbildung verdeutlicht, dass die Angebote in Liechtenstein von allen deutschsprachigen Ländern am besten bewertet werden.



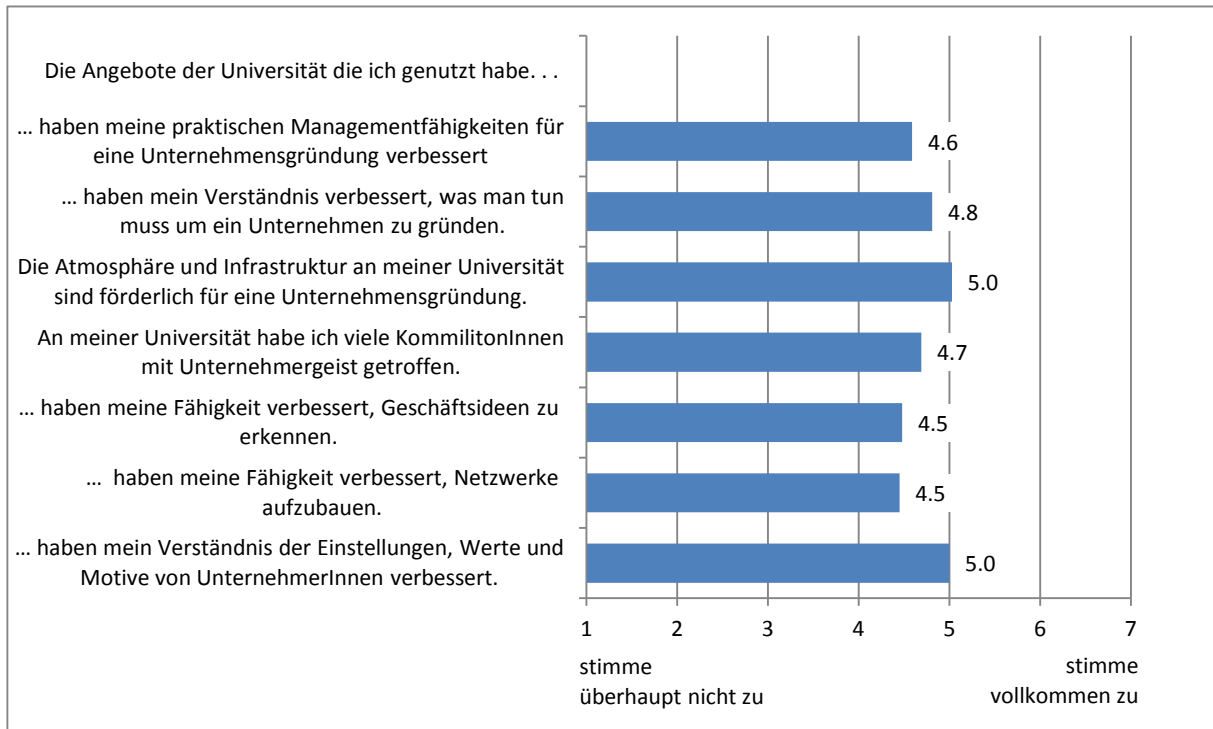
**Abbildung 26: Int. Vergleich der Angebote zur Unternehmensgründungsförderung**

Abbildung 27 stellt die Qualität der Angebote der Universität Liechtenstein detailliert dar. Es zeigt sich, dass kein Angebot als nicht zufriedenstellend wahrgenommen wird. Alle Angebote wurden mindestens mit zufrieden beurteilt, ausgenommen die finanzielle Unterstützungsleistungen durch die Universität. Die höchsten Bewertungen weisen „Familienunternehmen“ (4.3) und „Gründung und Unternehmertum allgemein“ (4.3) auf. Die weiteren Angebote bewegen sich im Bereich von 4.1 und 4.2. Am Schlechtesten wurde das Angebot zur finanziellen Unterstützung durch die Universität beurteilt (3.5). Dabei könnte ein Zusammenhang zwischen der Frage nach der Existenz der finanziellen Unterstützung und der befriedigenden Beurteilung des Angebots bestehen.



**Abbildung 27: Evaluierung der Angebote zur Unternehmensgründungsförderung**

Um den Universitätskontext noch besser zu verstehen, wurden die Studierenden zu spezifischen Angeboten der Universität bezüglich deren konkreten Nutzen befragt. Die Fragen wurden von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 7 (stimme vollkommen zu) bewertet. Die detaillierten Ergebnisse sind in Abbildung 28 dargestellt.



**Abbildung 28: Nutzen der Universitätsangebote**

Es zeigt sich, dass alle Universitätsangebote positiv beurteilt wurden. Am besten bewertet wurden die Fragen zur „Atmosphäre und die Infrastruktur“ (5.0) und dem „Verständnis der Einstellungen, Werte und Motive von Unternehmern“ (5.0). Allerdings wurde kein Angebot als sehr positiv beurteilt und es bleibt demnach Potenzial zur Verbesserung. Die tiefsten Werte weisen die Fragen zur „Fähigkeiten neue Geschäftsideen zu erkennen“ (4.5), „Netzwerke aufzubauen“ (4.5) und „Verbesserung der praktischen Managementfähigkeiten“ (4.6) auf. Damit werden die Ergebnisse der Abbildung 22 bestätigt, in denen die Bedürfnisse nach einer Beratungsstelle für Gründungen von 67 Prozent der Studierenden, ein Mentoring- und Coaching-Programm von 58 Prozent und Networking mit potenziellen Investoren von 60 Prozent geäußert wurden.

## 6. Fazit

Der GUESSS Bericht 2011 analysiert die unternehmerischen Aktivitäten und Absichten von Studierenden. Im Jahr 2011 haben Universitäten und Hochschulen aus 26 Ländern an der Umfrage teilgenommen. Gesamthaft konnte ein Rücklauf von über 93'000 Fragebogen verzeichnet werden, wovon 220 aus Liechtenstein stammen.

Als wichtigstes Konstrukt zur Bestimmung der unternehmerischen Kraft von Studierenden wurde der Entrepreneurship Index erhoben. Liechtenstein konnte seine guten Ergebnisse der Jahre 2006 und 2008 bestätigen und nimmt auch bei der Erhebung 2011 einen Spitzenplatz ein. Liechtenstein liegt mit 13.3 Indexpunkten über dem internationalen Durchschnitt und übertrifft deutlich alle deutschsprachigen Länder (Deutschland 10.5, Österreich 10.6 und die Schweiz 11.4).

Obwohl vier Fünftel der Studierenden direkt nach dem Studium einer Erwerbstätigkeit in einem Angestelltenverhältnis nachgehen möchten, verschiebt sich diese Quote fünf Jahre nach dem Studium zugunsten der selbstständigen Erwerbsarbeit. So streben fünf Jahre nach dem Studium 36 Prozent der Studierenden die Gründung eines eigenen Unternehmens an, während 30 Prozent die Unternehmensnachfolge im elterlichen Betrieb antreten möchten (Abbildung 29). Damit werden die Ergebnisse der Untersuchungen der Jahre 2006 und 2008 bestätigt, in denen die Gründung eines eigenen Unternehmens die am stärksten präferierte Berufsabsicht der Studierenden fünf Jahre nach dem Studium ist.

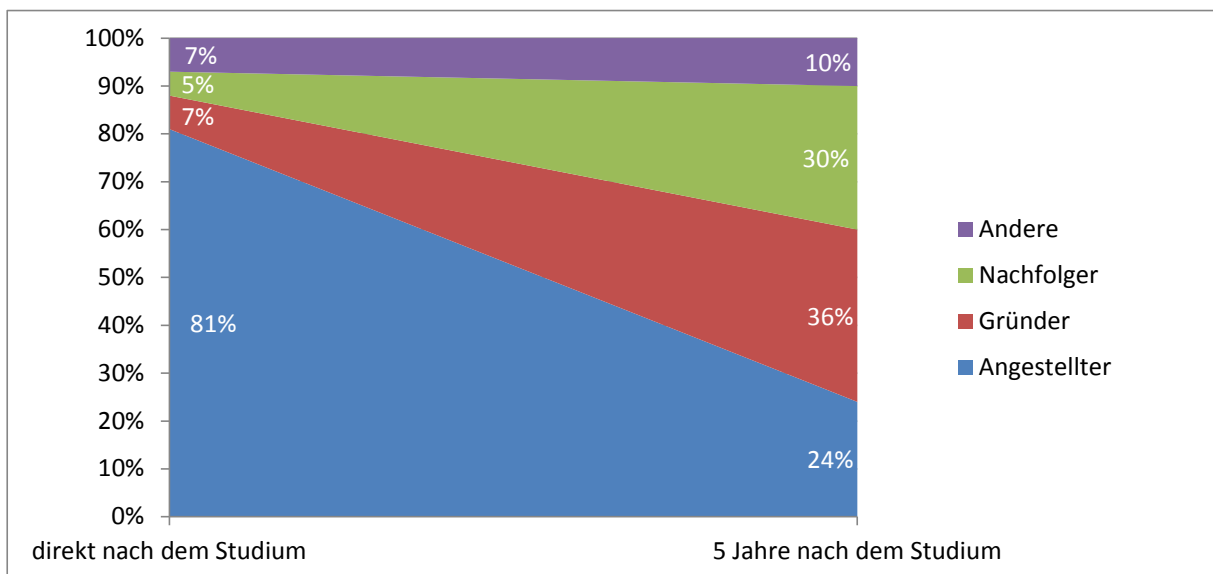


Abbildung 29: Gründungsabsichten im Zeitverlauf

Fünf Jahre nach dem Studium hat sich die Quote potenzieller Gründer verfünffacht. Ob dieses grosses Potenzial realisiert werden kann, hängt unter anderem von den Rahmenbedingungen und den Gründungsbarrieren ab. In beiden Bereichen schneidet die Universität

Liechtenstein sehr gut ab. Allerdings gilt es zu beachten, dass die Universitätsangebote von ehemaligen Studierenden nicht oder nur eingeschränkt genutzt werden können. Es empfiehlt sich somit die Gründungsförderung nicht nur auf das Studium oder die Zeit unmittelbar danach zu fokussieren, sondern spezifische Unterstützungsleistungen nach dem Studium anzubieten. Dies mit dem Ziel, möglichst viele Unternehmensgründungen und Unternehmensnachfolgen in der Zeit nach dem Studium erfolgreich zu realisieren.

Familienunternehmen und Unternehmensnachfolge gehen Hand in Hand. Insgesamt haben 35 Prozent aller Studierenden in Liechtenstein einen Elternteil, der mindestens ein eigenes Unternehmen besitzt. Damit liegt Liechtenstein um 6 Prozent über dem internationalen Durchschnitt und weist die höchste Quote der Studierenden aus Familienunternehmen aller deutschsprachigen Länder auf. Aufgrund der vielen anstehenden Unternehmensübergaben infolge des Rückzugs des Geschäftsführers ist die potenzielle Nachfolgeübernahme von besonderem Interesse. Von den Studierenden aus Familienunternehmen beabsichtigen 53.2 Prozent, die Nachfolge im Familienunternehmen anzutreten. Daraus ergibt sich ein zukünftiges Handlungsfeld für die Universität Liechtenstein um die spezifischen Bedürfnisse der Studierenden, die aus Familienunternehmen kommen, zu befriedigen. Erste Schritte wurden bereits unternommen. Im Frühjahr 2012 wurde ein Kompetenzzentrum für Familienunternehmen aufgebaut. Zudem wird seit dem Wintersemester 2012 ein neuer Major „*Family Business*“ im Rahmen des Masterstudiengangs (MSc) Entrepreneurship angeboten.

Die Studie gibt weitere Hinweise zur Verbesserung der Unterstützungsangebote. Das grösste Potenzial kann im Bereich der Finanzen sowie bei Netzwerken und Coachings ausgemacht werden. So wird der Zugang zu Finanzkapital von den Studierenden als grösste Gründungsbarriere wahrgenommen. Die Studierenden wünschen sich zudem mehr Vorlesungen und Seminare über die Finanzierung von Start-Ups, einen Ausbau des Netzwerks mit potenziellen Investoren und finanzielle Unterstützung bei der Unternehmensgründung durch die Universität. Zur Verbesserung der Unternehmensfinanzierung wurde der „*Liechtensteiner Investitions Markt*“ aufgebaut. Dieser stellt eine Plattform dar, auf der sich Start-Ups potenziellen Investoren präsentieren können. Eine Beratungsstelle für Gründungen sowie ein Mentoring- und Coaching-Programm sind weitere Bedürfnisse der Studierenden. Die Universität Liechtenstein verfügt zwar mit dem KMU Zentrum über eine Anlaufstelle für Coachings von kleinen und mittleren Unternehmungen, allerdings können die Studierenden dieses Angebot bisher nur eingeschränkt in Anspruch nehmen. Eine verstärkte Innenorientierung des KMU Zentrums würde dem Bedürfnis der Studierenden entgegenkommen.



Die überdurchschnittlichen Ergebnisse in der GUESS Studie 2011 können verschiedene Ursachen haben. Als erster Grund kann auf die Ausbildung an der Universität Liechtenstein hingewiesen werden, die einen Schwerpunkt im Bereich Entrepreneurship setzt. An der Universität Liechtenstein wird Entrepreneurship strategisch forciert und praktisch gelebt, wie auch in der Untersuchung mehrfach betont wird.

Der zweite Grund kann im Gründungsklima an der Universität Liechtenstein gefunden werden. Die Studierenden sind aktiv bestrebt, ein eigenes Unternehmen zu gründen, aufzubauen und zum Erfolg zu führen. Dies wird auch durch die Einschätzung der Studierenden bezüglich der Rahmenbedingungen und dem unternehmerischen Klima an der Universität Liechtenstein bestätigt. An der Universität Liechtenstein wird eine grosse Bandbreite an Unterstützungsleistungen angeboten. Diese werden von den Studierenden durchgehend als qualitativ hochstehend und nützlich bewertet. Ein weiterer Faktor ist das überdurchschnittliche unternehmerische Klima mit 4.7 Punkten, das an der Universität Liechtenstein herrscht und deutlich über dem internationalen Durchschnitt von 4.1 Punkten liegt. Hierfür lässt sich beispielhaft die Studentenorganisation START Liechtenstein aufführen, die sich zum Ziel gesetzt hat, Unternehmertum an der Universität Liechtenstein und in der Region zu fördern (START, 2012).

Das Gründungsklima im Alpenrheintal kann als dritter Grund aufgeführt werden. Entrepreneurship wird in einer Region angeboten, in der das Unternehmertum eine lange Tradition hat und in der unternehmerische Initiativen von der Wirtschaft und Politik unterstützt werden.

## 7. Literatur

- Baldegger, U. & Pock, M. (2007). *Unternehmensnachfolge im Fürstentum Liechtenstein 2008-2009. Empirische Ergebnisse und Handlungsempfehlungen*. Vaduz: Institut für Entrepreneurship.
- Baldegger, U., Menzer, A. & Halter, F. (2009). *Unternehmerisches Verhalten von Studierenden an der Hochschule Liechtenstein (2008). Ergebnisse für die Hochschule Liechtenstein aus dem Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS)*. Vaduz: Institut für Entrepreneurship an der Hochschule Liechtenstein.
- Fueglistaller, U., Müller, C., Müller, S. & Volery, T. (2012). *Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven*. Wiesbaden: Gabler.
- Nötzli, U. G. (2006). *Situative Corporate Governance: Ein Modell für kleine und mittelgrosse Familienunternehmen in der Schweiz*. Dissertation, Universität St. Gallen. St. Gallen.
- START (2012). *www.start.li*. Aufgerufen am 18.07.2012.

## 8. Anhang

### Entrepreneurship Index

Der Entrepreneurship Index erlaubt eine Aussage über die unternehmerische Kraft der Studierenden. Gegenüber der Umfrage 2008 wurden die Fragen und die Indexbildung angepasst. Der Index basiert auf zwei Fragen. Alle Studierenden wurden gefragt, ob sie bereits einmal daran gedacht haben, ein Unternehmen zu gründen. Die möglichen Antworten wurden wie folgt gewichtet:

Antwortmöglichkeiten	Gewichtung
Noch nichts unternommen bis jetzt	1
Über erste Geschäftsideen nachgedacht	3
Einen Business-Plan formuliert	5
Eine Marktchance identifiziert	5
Nach potenziellen Partnern Ausschau gehalten	5
Anlagen oder Ausstattung gekauft	7
An der Produktentwicklung gearbeitet	7
Mit potenziellen Kunden diskutiert	7
Finanzinstitutionen bezüglich einer Finanzierung angefragt	8
Das Gründungsdatum festgelegt	10

Tabelle 4: Indexgewichtung Frage 1

Diejenigen Studierenden, die der Kategorie "*potenzieller Gründer*" zugeordnet wurden, erhielten eine weitere Frage gestellt. Diese bezieht sich auf die bereits unternommenen Aktivitäten in Bezug auf die geplante Gründung, wobei Mehrfachantworten gegeben werden konnten. Die verschiedenen Antwortmöglichkeiten und deren Gewichtung sind in Tabelle 5 aufgelistet. Die Antworten der Tabelle 4 und Tabelle 5 ergeben zusammengefasst für jeden Studierenden einen individuellen Entrepreneurship Index.

Antwortmöglichkeiten	Gewichtung	Gründertyp
Nie	1	Kein Gründer
Flüchtig	1	Kein Gründer
Wiederholt	3	Pot. Gründer
Relativ konkret	3	Pot. Gründer
Ich habe den festen Entschluss mich selbständig zu machen	5	Pot. Gründer
Ich habe einen konkreten Zeitplan für die Gründung eines Unternehmens	7	Pot. Gründer
Ich habe bereits mit der Umsetzung begonnen	7	Pot. Gründer
Ich bin bereits selbständig	8	Akt. Gründer
Ich habe bereits mehr als ein Unternehmen gegründet und arbeite momentan in mindestens einem davon	10	Akt. Gründer

Tabelle 5: Indexgewichtung Frage 2

### **Unternehmerisches Klima an den Hochschulen und Universitäten:**

Die nachfolgenden Items wurden zu einer Skala zusammengefasst, die das Klima an den Hochschulen und Universitäten wiedergibt.

- Die Angebote der Universität die ich genutzt habe, haben mein Verständnis der Einstellungen, Werte und Motive von Unternehmern verbessert.
- Die Angebote der Universität die ich genutzt habe, haben mein Verständnis verbessert, was man tun muss um ein Unternehmen zu gründen.
- Die Angebote der Universität die ich genutzt habe, haben meine praktischen Managementfähigkeiten für eine Unternehmensgründung verbessert.
- Die Angebote der Universität die ich genutzt habe, haben meine Fähigkeit verbessert, Netzwerke aufzubauen.
- Die Angebote der Universität die ich genutzt habe, haben meine Fähigkeit verbessert, Geschäftsideen zu erkennen.
- Die Atmosphäre und die Infrastruktur an meiner Hochschule sind förderlich für eine Unternehmensgründung/Unternehmertum.
- An meiner Hochschule habe ich viele Kommilitonen mit Unternehmergeist getroffen.



**[www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org)**

**Institut für Entrepreneurship**  
Universität Liechtenstein

Fürst-Franz-Josef-Strasse  
FL-9490 Vaduz  
Telefon +423 (0) 265 12 72  
Fax +423 (0) 265 12 71

**[www.uni.li/entrepreneurship](http://www.uni.li/entrepreneurship)**