



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

www.uni.li



Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden an der Universität Liechtenstein

Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University
Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2016)

Urs Baldegger und Steffen Schröder

Zitierweise:

Baldegger, U. & Schröder, S. (2016). *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden an der Universität Liechtenstein. Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2016)*. Vaduz: Institut für Entrepreneurship an der Universität Liechtenstein.

Titelfoto:

Studierende des Masterstudiengangs Entrepreneurship der Universität Liechtenstein.

Close up AG, Roland Korner, FL-9495 Triesen.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Untersuchungshintergrund und Ausgangslage.....	1
1.2. Theoretischer Bezugsrahmen	2
1.3. Stichprobenbeschreibung.....	3
2. Berufliche Absichten von Studierenden.....	5
2.1. Unternehmerische Absichten	5
2.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen.....	7
3. Einflussfaktoren auf berufliche Absichten.....	11
3.1. Persönliches Umfeld	11
3.2. Persönlichkeitseigenschaften.....	12
3.3. Wahrgenommene Kompetenzen	14
3.4. Universitätskontext.....	16
4. Studierende im Gründungsprozess.....	21
5. Vollzogene Unternehmensgründungen.....	27
6. Nachfolge in Familienunternehmen	30
7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen	2
Abbildung 2: Alter und Geschlecht der Studierenden in Liechtenstein.....	3
Abbildung 3: Unternehmerische Absichten von Studierenden.....	6
Abbildung 4: Unternehmerische Absichten eingeteilt 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.....	9
Abbildung 7: Reaktion des persönlichen Umfelds auf Unternehmertum	12
Abbildung 8: Persönlichkeit und Unternehmertum	13
Abbildung 9: Kompetenzen zur unternehmerischen Aktivität.....	14
Abbildung 10: Bewertung des unternehmerischen Klimas.....	16
Abbildung 11: Unternehmerische Reputation und Hochschulwahl.....	17
Abbildung 12: Besuch von Kursen zu Gründungsaktivitäten.....	18
Abbildung 13: Erfolgreicher Einsatz des Kursangebots	19
Abbildung 14: Aktive Gründer und Studierende im Gründungsprozess	21
Abbildung 15: Bereits unternommene Schritte bei der Unternehmensgründung.....	22
Abbildung 16: Anzahl Gründungspartner	23
Abbildung 17: Herkunft der Geschäftsidee	25
Abbildung 18: Branchen der gegründeten Unternehmen	28
Abbildung 19: Zufriedenheit mit dem gegründeten Unternehmen	29
Abbildung 20: Unternehmertum der Eltern	30
Abbildung 21: Gründung direkt und fünf Jahre nach dem Studium	32

Vorwort

GUESSS steht für „*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*“, eine internationale Untersuchung zum unternehmerischen Denken und Handeln von Studierenden aller Fachbereiche. Im Jahr 2006 wurde die erste, im Jahr 2016 bereits die fünfte Datenerhebung in Liechtenstein durchgeführt. Der vorliegende Bericht zeigt die zentralen Erkenntnisse bezüglich der unternehmerischen Absichten und Aktivitäten der Studierenden sowie die Unterstützung durch die Universität.

Die Universität Liechtenstein konnte ihre Spitzenposition aus den vergangenen Durchführungen behaupten. So weist die Universität Liechtenstein einen hohen Mittelwert von 4.5 bei den unternehmerischen Absichten von Studierenden auf. Damit liegt Liechtenstein klar über dem internationalen Durchschnitt von 4.2 und schneidet wie auch in den Vorjahren im Vergleich mit den deutschsprachigen Ländern am besten ab.

15.7 Prozent der Studierenden sind bereits aktive Gründer. Dieser Anteil liegt weit über dem internationalen Durchschnitt von 8.8 Prozent und auch über dem Anteil der Gründer in den deutschsprachigen Ländern. Weitere 27.7 Prozent der Studierenden sehen sich als potentielle Gründer, sie haben bereits erste Schritte unternommen ein Unternehmen zu gründen oder haben dies in naher Zukunft vor. Das sind deutlich mehr Studierende, als der internationale Durchschnitt von 21.9 Prozent. Liechtensteiner Studierende sind somit unternehmerisch aktiver, als Studierende in anderen Ländern.

Hervorzuheben ist schliesslich, dass 28.5 Prozent der befragten Studierenden die Universität Liechtenstein auf Grund der guten unternehmerischen Reputation gewählt haben. Sie schätzen hier insbesondere das Kursangebot zum Thema Entrepreneurship. So haben 68.7 Prozent der Studierenden bereits einen Kurs oder ein Projekt an der Universität zur Unternehmensgründung absolviert. Insbesondere das Angebot zu Wahlmodulen innerhalb des Curriculums, aber auch die Studiengänge mit Fokus auf Entrepreneurship werden dabei gut angenommen. Weiterhin schätzen die Studierenden diese Möglichkeit der Kurse und Unterstützungsangebote sehr und sind in der Lage, sowohl ihre Fähigkeiten, als auch ihr grundlegendes Verständnis zum Thema Entrepreneurship weiter zu entwickeln.

Vaduz, im November 2016

Urs Baldegger und Steffen Schröder

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 Universitäten und 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 Universitäten und Hochschulen bezüglich der unternehmerischen Ausbildung ihrer Studierenden erfasst und durch die Studierenden beurteilt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sollen den teilnehmenden Ländern einen Einblick in die unternehmerischen Rahmenbedingungen und die unternehmerische Kraft ihrer Studierenden geben. Dies kann den Universitäten und 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 Universitäten und 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. So können die Bildungseinrichtungen beispielsweise Unterstützungsangebote oder Kurse zum Thema Neugründung zur Verfügung stellen und junge Menschen proaktiv auf dem Weg zum eigenen Unternehmen unterstützen.

1.2. Theoretischer Bezugsrahmen

Das Ziel von GUESSS 2016 ist es, einen Überblick über die Berufsabsichten von Studierenden zu geben. Verschiedene Einflussfaktoren können identifiziert werden, welche die Berufswahl direkt oder indirekt beeinflussen. Hinsichtlich dem persönlichen Hintergrund wurden Fragen zum Alter, Geschlecht, Herkunft und Studium erfasst. Weitere Einflussfaktoren sind Persönlichkeitseigenschaften und die wahrgenommenen Kompetenzen der Studierenden.

Als mögliche moderierende Einflussfaktoren sind der Universitätskontext und das unternehmerische Klima zu nennen. Innerhalb der Universität als auch ausserhalb können verschiedene Kurse und Angebote erstellt werden und dadurch die Gründungsabsichten der Studierenden positiv beeinflussen. Dies wiederum kann ein positives Gründungsklima schaffen und unterstützen als auch zu neuen oder einer Aufwertung der bestehenden Angebote führen. Beispielsweise können die Erfahrungen durch die Gründer weitergegeben werden und dadurch Studierende inspirieren, selbst zu gründen. Aus dieser Absicht zu gründen können dann in einem weiteren Schritt die konkrete Umsetzung und damit die Gründung des Unternehmens erfolgen. Es kann aber auch die Berufsabsicht bestehen, zunächst eine organisationale Karriere zu verfolgen und erst zeitversetzt als Unternehmer tätig zu werden. Die Einflussfaktoren auf die Berufsabsichten, sowie die Gründungsabsichten und der Zusammenhang mit dem gewählten Beruf sind in dem theoretischen Bezugsrahmen der Abbildung 1 zusammengefasst.

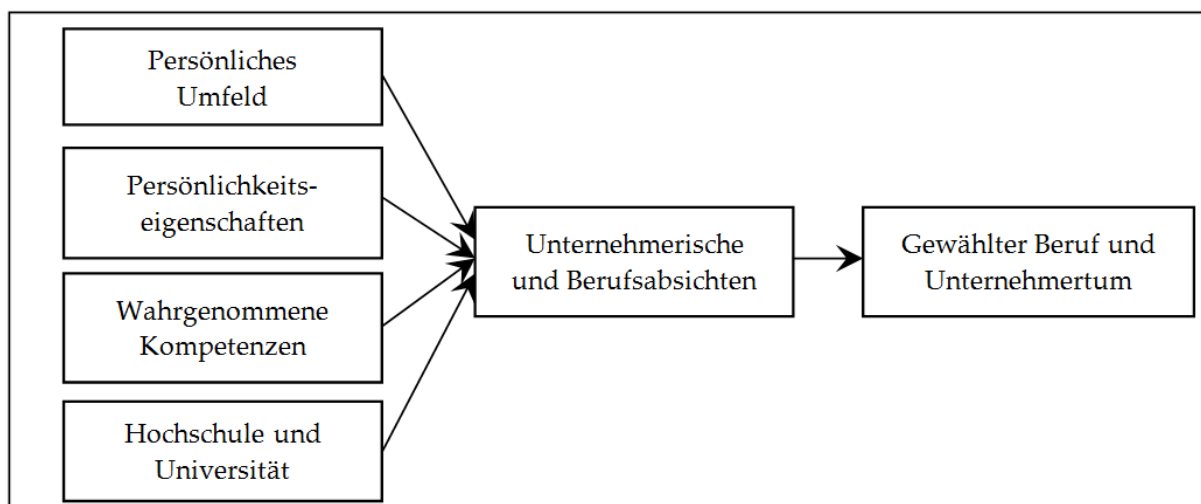


Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen

1.3. Stichprobenbeschreibung

Im Frühling 2016 wurde in 50 verschiedenen Ländern eine grossangelegte, quantitative Erhebung durchgeführt. Mehr als eine Million Studierende von unterschiedlichen Universitäten und Hochschulen wurden kontaktiert, was zu einem Rücklauf von 122'509 Fragebogen führte. In Liechtenstein nahmen 159 Studierende an der Umfrage teil, was einer Rücklaufquote von 37.8 Prozent entspricht. Damit kann die hohe Rücklaufquote der vergangenen Jahre beibehalten (2013 = 33.4 Prozent) und dies als Indikator für das Interesse an der Thematik ausgelegt werden.

Von den 159 Teilnehmern der Universität Liechtenstein waren 39.4 Prozent Frauen und 61.6 Prozent Männer. Die Werte bleiben im Vergleich zur Umfrage 2013 stabil und unterscheiden sich vom internationalen Durchschnitt. So liegt die Verteilung international bei 58.5 Prozent Frauen und 41.5 Prozent Männern. Liechtenstein weist damit einen überdurchschnittlichen Anteil an männlichen Umfrageteilnehmern auf.

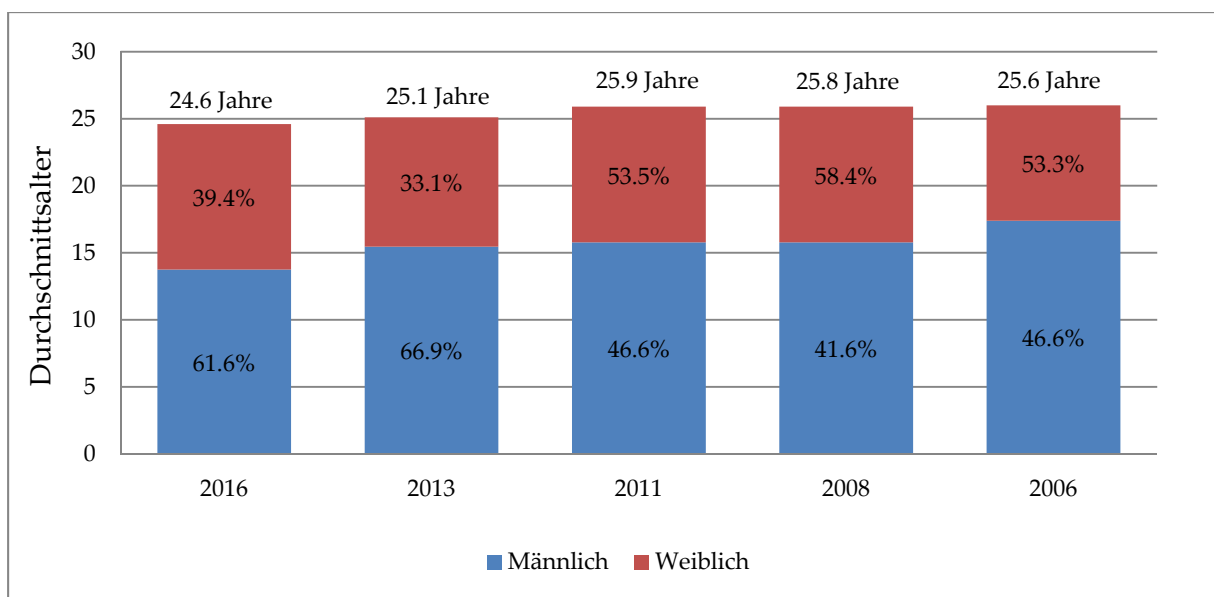


Abbildung 2: Alter und Geschlecht der Studierenden in Liechtenstein

Das Durchschnittsalter der Umfrageteilnehmer betrug 24.6 Jahre (19-35 Jahre; SD = 3.2). Damit entspricht die Altersstruktur der Stichprobe ungefähr jener der GUESSS Studie 2013 über alle Länder hinweg. Von den 159 Studierenden waren 52.3 Prozent (81) als Bachelor, 43.1 Prozent (68) als Master und 5.7 Prozent (9) als PhD Studierende eingeschrieben. Die Studierenden sind weiterhin zu 74.2 Prozent (118) in einem betriebswirtschaftlichen Studiengang, sowie zu 25.7 Prozent (41) in dem Studiengang Architektur eingeschrieben.

Der internationale Datensatz setzt sich zu 78.8 Prozent (96'524) aus Bachelor, 16.1 Prozent (19'728) aus Master und 4.5 Prozent (5'620) aus PhD-Studierenden zusammen. Die Verteilung im internationalen Datensatz hat sich somit im Vergleich zu der Durchführung in 2013 verändert, der Anteil der Bachelorstudierenden hat zu und der Anteil der Masterstudierenden abgenommen. Auch der Anteil an Promovierenden in der internationalen Befragung hat leicht zugenommen. Der Anteil an Bachelorstudierenden liegt damit in Liechtenstein um 26.5 Prozent tiefer als im internationalen Vergleich. Umgekehrt liegt der Anteil an Studierenden auf der Masterstufe um 27.0 Prozent höher als international. Der Anteil der PhD Studierenden ist in beiden Erhebungen tief ausgeprägt.

2. Berufliche Absichten von Studierenden

Die beruflichen Absichten von Studierenden sind von zentraler Bedeutung für deren Berufseinstieg, aber auch für die Karriereentwicklung der Studierenden. So besteht ein Unterschied in der Karriere- und Lebensentwicklung, ob die Studierenden nach dem Studium gründen oder eher eine organisationale Karriere verfolgen wollen. Die Studierenden wurden deshalb bezüglich ihrer unternehmerischen Absichten befragt, aber auch welchen Berufseinstieg sie nach dem Studium wählen wollen.

2.1. Unternehmerische Absichten

Einer der zentralen Inhalte der GUESSS Untersuchung ist die Erfassung der unternehmerischen Absichten der Studierenden. Wie auch in GUESSS 2013 wurden die unternehmerischen Absichten der Studierenden mit drei Fragen erfasst, bei denen sie auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft vollkommen zu) einschätzen, wie stark die jeweilige unternehmerische Absicht bei ihnen ausgeprägt ist. Der Durchschnitt der Fragen gibt dann die unternehmerischen Absichten der Studierenden wieder. Der aus den vorangegangenen Untersuchungen 2006, 2008 und 2011 bekannte Entrepreneurship Index wurde in den Untersuchungen 2013 und 2016 nicht erfasst. Die Ergebnisse der Gründungsabsichten der Studierenden sind in der Abbildung 3 dargestellt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Studierenden aus Liechtenstein mit einem Wert von 4.5 eine hohe Ausprägung der unternehmerischen Absichten aufweisen. Damit liegt Liechtenstein klar über dem internationalen Durchschnitt von 4.2. So weist Liechtenstein im Vergleich mit den deutschsprachigen Ländern den höchsten Wert auf. Der Vergleichswert beträgt für Deutschland 2.8, Österreich 2.9 und die Schweiz 3.2. Damit werden die Ergebnisse der GUESSS Studien aus dem Jahr 2013 bestätigt, in dem Liechtenstein bereits die höchste Ausprägung aller teilnehmenden deutschsprachigen Länder aufweisen konnte. Die nachfolgende Abbildung zeigt den Vergleich aller deutschsprachigen Länder mit Liechtenstein und dem internationalen Durchschnitt bezüglich den unternehmerischen Absichten von Studierenden.

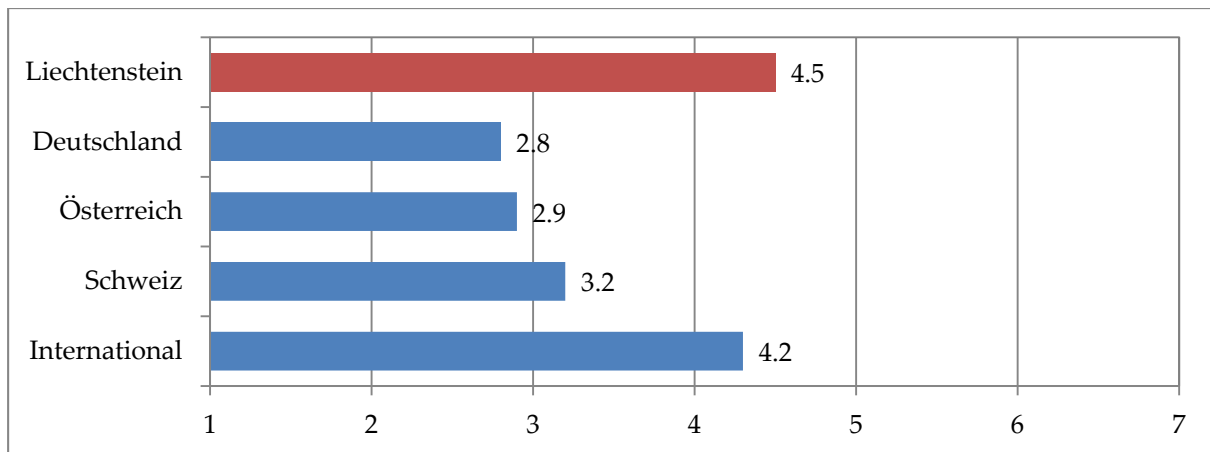


Abbildung 3: Unternehmerische Absichten von Studierenden

Um die unternehmerischen Absichten weiter zu differenzieren, werden sie in Abbildung 4 im Detail betreffend des Geschlechts und des Alters dargestellt.

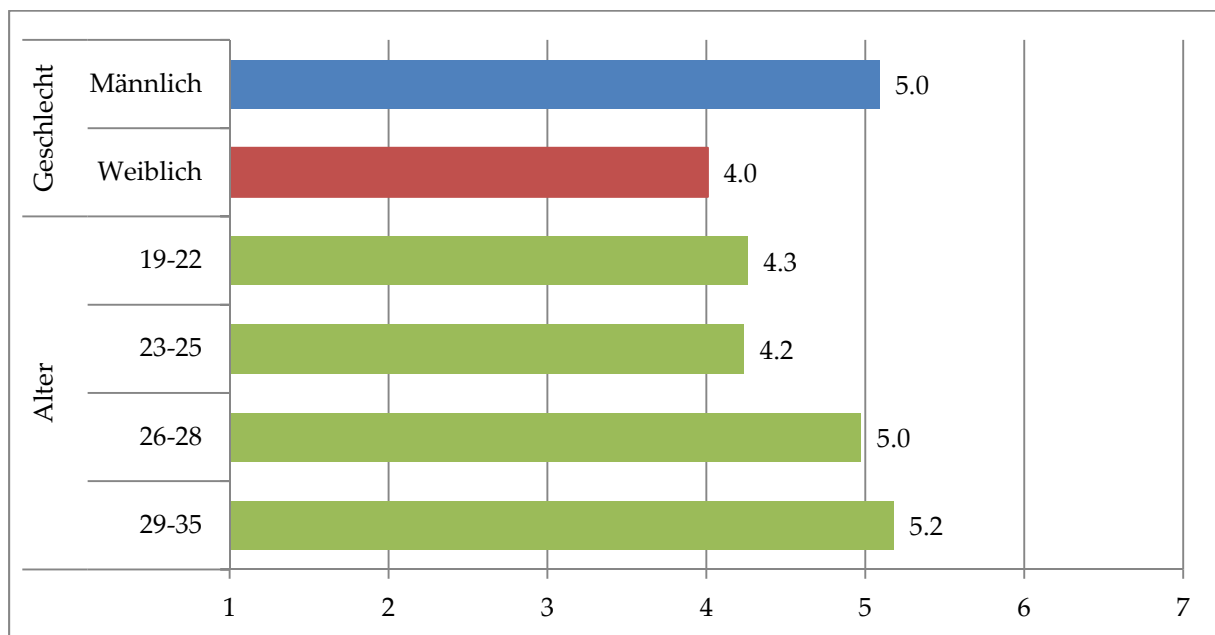


Abbildung 4: Unternehmerische Absichten eingeteilt nach Geschlecht und Alter

Interessante Ergebnisse können dem Vergleich von männlichen und weiblichen Umfrageteilnehmern entnommen werden. Männliche Studierende (5.0) weisen um 1.0 Punkte höhere unternehmerische Absichten auf als weibliche Studierende (4.0). Männliche Studierende der Universität Liechtenstein haben demnach eine stärkere Absicht, unternehmerisch tätig zu werden. Es können hier die Ergebnisse von GUESSS 2013 bestätigt werden, wo eine Abweichung von 1.0 zwischen den Geschlechtern bezüglich der unternehmerischen Absichten festgestellt werden konnte. In einem weiteren Schritt wird das Alter der Studierenden in Bezug auf die unternehmerischen Absichten analysiert und die Studierenden zu diesem Zweck in

ähnlich grosse Altersgruppen eingeteilt. Die Einteilung gliedert sich wie folgt: 19 bis 22 Jahre (n = 29), 23 bis 25 Jahre (n = 71), 26 bis 28 Jahre (n = 44) und 29 bis 35 Jahre (n = 15). Interessanterweise nimmt die Absicht, ein Unternehmen zu gründen, bis zum 35. Lebensjahr vom Wert 4.3 auf 5.2 zu, was einen Anstieg von 0.9 bedeutet. Von der Gruppe 19-22 auf 23-25 ist zunächst eine leichte Abnahme der unternehmerischen Absichten auf 4.2 zu zeigen. Insbesondere ab der Altersgruppe von 26 Jahren und älter, besteht dann jedoch eine stärkere Absicht unternehmerisch tätig zu werden, als bei den jüngeren Studierenden. Dies steht im Unterschied zu den Ergebnissen der Untersuchung des Jahres 2013, in der die 29- bis 44-jährigen Personen eine deutlich geringere Gründungsabsicht aufwiesen und auch der Anstieg der unternehmerischen Absichten über die Altersklassen nicht gegeben war.

2.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen

Die beruflichen Zukunftsvorstellungen von Studierenden stellen einen wichtigen Beitrag in GUESSS 2016 dar. In einem ersten Schritt sollen die Berufswünsche der Studierenden in Liechtenstein vorgestellt und im internationalen Vergleich analysiert werden. In einem zweiten Schritt sollen diese beruflichen Zukunftsvorstellungen 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 (1) „Unternehmer“, (2) „Angestellter“, (3) „Andere“ unterteilt werden.

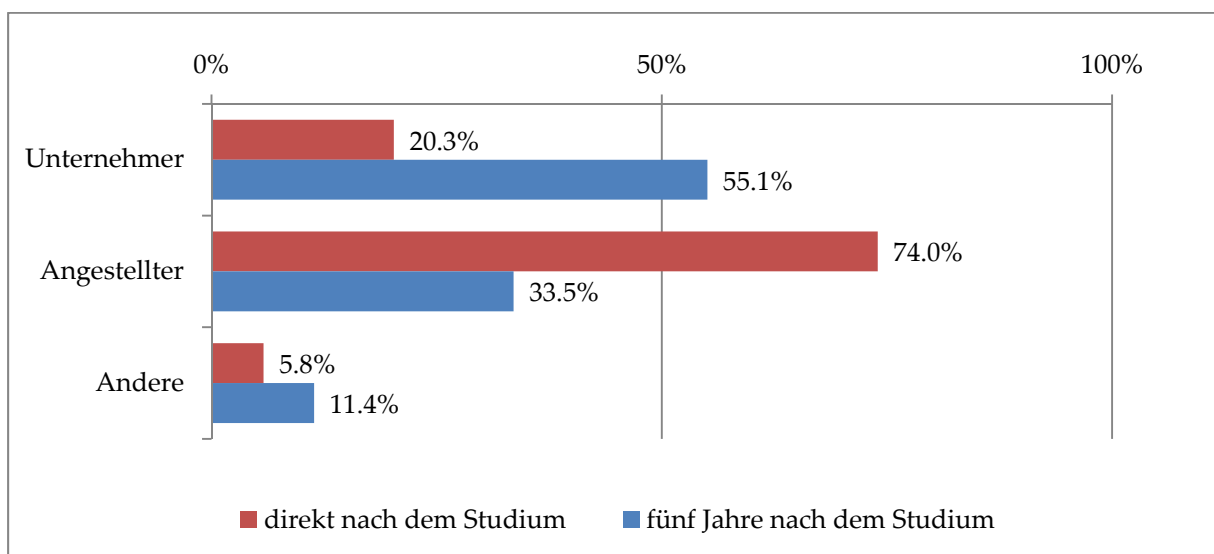


Abbildung 5: Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach

Direkt nach dem Studium präferieren 74.0 Prozent der Studierenden ein Angestelltenverhältnis, 20.3 Prozent den Gründerstatus oder die Unternehmensnachfolge und 5.8 Prozent einen anderen beruflichen Werdegang (Abbildung 5). Dieses Bild der beruflichen Zukunftsvorstellungen der Studierenden verändert sich fünf Jahre nach dem Studium deutlich. Der Berufswunsch als Angestellter tätig zu sein nimmt stark ab (direkt 74.0 Prozent; fünf Jahre 33.5 Prozent). Diese Abnahme des Angestelltenverhältnisses geht zugunsten von „*Selbst ein Unternehmen zu gründen*“ oder „*Die Nachfolge in einem Unternehmen anzutreten*“ (direkt 20.3 Prozent; fünf Jahre 55.1 Prozent). „*Andere Berufsabsichten*“ nehmen leicht von 5.8 Prozent auf 11.4 Prozent zu. Während die Studierenden somit zunächst eine angestellte Karriere präferieren, sehen sie aus der heutigen Sicht die Gründung oder die Übernahme eines Unternehmens fünf Jahre nach dem Studium als gute Möglichkeit zur Karriereentwicklung an. Um dieses Bild der Verschiebung vom Angestelltenverhältnis zur Unternehmensgründung oder Nachfolge in einem Unternehmen zu präzisieren, werden in der nachfolgenden Abbildung die Berufsabsichten differenzierter dargestellt. Die Studierenden beantworteten hier, ob sie ein Unternehmen gründen oder übernehmen wollen, beziehungsweise in welcher Art von Unternehmen sie angestellt sein möchten.

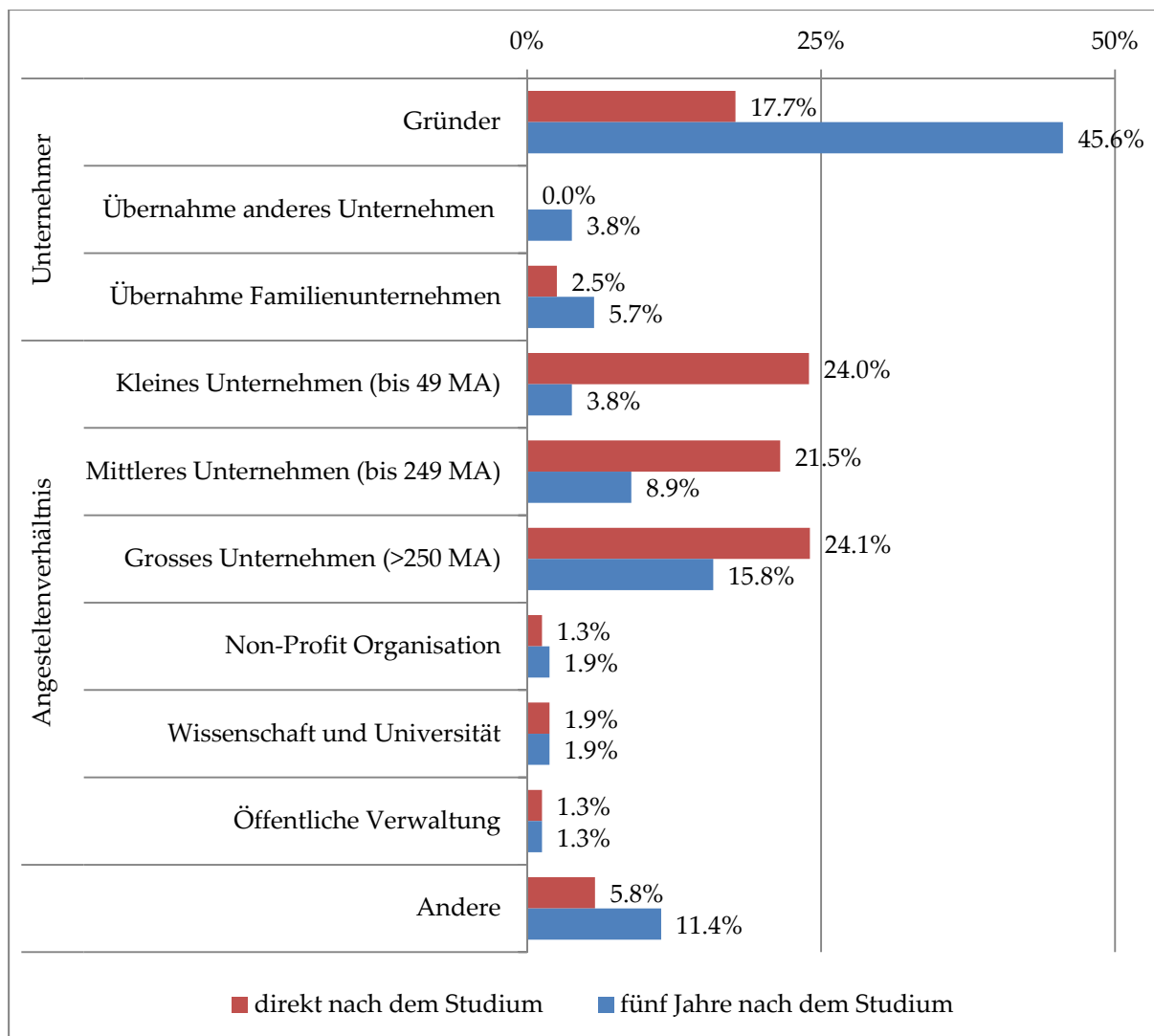


Abbildung 6: Detaillierte Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach

In Abbildung 6 sind die Berufswünsche der Studierenden aus Liechtenstein detailliert dargestellt. Damit soll ein vertiefter Einblick in die beruflichen Absichten der Studierenden gegeben werden. Ein Grossteil der Studierenden bevorzugt nach dem Studium den Einstieg in ein kleines (24.0 %), mittleres (21.5 %) oder in ein grosses Unternehmen (24.1 %). Aus der Grafik ist die Abnahme der Attraktivität eines Anstellungsverhältnisses in kleinen, mittleren wie auch in grossen Unternehmen ersichtlich. Der Wunsch in kleinen Unternehmen angestellt zu sein, geht um 20.2 Prozent zurück, während die Attraktivität von Mittelunternehmen um 12.6 Prozent und von Grossunternehmen um 8.3 Prozent abnimmt. Dafür steigt der Wunsch einer Unternehmensgründung um 27.8 Prozent auf 45.6 Prozent an. Damit wäre die Gründung eines eigenen Unternehmens fünf Jahre nach dem Studium die stärkste berufliche Absicht der Studierenden.

Gleiches gilt auch für die Übernahme eines Unternehmens aus der Familie oder eines anderen Unternehmens. Bei Studierenden steigt der Anteil, welche ein Unternehmen übernehmen wollen, von 2.5 Prozent direkt nach dem Studium um 7.0 Prozent auf 9.5 Prozent. Davon entfallen fünf Jahre nach dem Studium 5.7 Prozent auf die Übernahme eines Familienunternehmens, während 3.8 Prozent der Studierenden sich auch vorstellen können, ein anderes Unternehmen zu übernehmen. Somit gilt auch für die Übernehmer bestehender Unternehmen unter den Studierenden eine Zunahme fünf Jahre nach Abschluss des Studiums. Sowohl die Zunahme einer eigenen Gründung, als auch die Übernahme eines Unternehmens kann massgeblich auf die Sammlung von Erfahrungen und Kompetenzen in anderen Unternehmen und in einem Angestelltenverhältnis nach dem Studium als weiterer Ausbildungsschritt zurück geführt werden. Die Studierenden sehen die organisationale Karriere als potentielle Fortsetzung ihrer Ausbildung an, sie wollen hier Erfahrungen sammeln, welche ihnen in einer späteren unternehmerischen Tätigkeit zu Gute kommen.

Studierende können jedoch nach dem Studium relevante Unterstützungsangebote der Universität nicht mehr nutzen. Es ist somit zu empfehlen, dass die Gründungsförderung über die Studienzeit hinausgehen sollte und auch den fertigen Studierenden in Form von Kursen und Unterstützungsangeboten in Bezug auf Unternehmertum zur Verfügung gestellt wird. Denkbar wären hier Unterrichts- oder Vortragsangebote, in denen sich Gründer und potentielle Gründer austauschen, an denen sowohl Studierende, als auch Berufstätige teilnehmen können. Die Realisierung des Gründungspotentials könnte so durch die Universität verbessert werden.

3. Einflussfaktoren auf berufliche Absichten

Die beruflichen Absichten und unternehmerischen Aktivitäten von Studierenden sind von mehreren verschiedenen Einflussfaktoren abhängig. Auf der individuellen Ebene haben das persönliche Umfeld, die Persönlichkeitseigenschaften und die Wahrnehmung der eigenen Kompetenzen eine positive Ausprägung auf die Gründung eines Unternehmens. Auf der Ebene der Rahmenbedingungen sind gesellschaftliche Einflüsse, das Gründungsklima oder wahrgenommene Barrieren zur Gründung massgebend. Insbesondere die Universität kann durch Unterstützungsangebote dazu beitragen, dass sich die Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen durch Studierende verbessern. Des Weiteren können die Universitäten die Kompetenzen und Fähigkeiten der Studierenden entwickeln, ein neues Unternehmen zu gründen. Nachfolgende Fragen behandeln in dem gesamten Datensatz die Einflussfaktoren von Studierenden, welche die Gründung unterstützen können.

3.1. Persönliches Umfeld

Das persönliche Umfeld spielt eine herausragende Rolle bei der Gründung von Unternehmen durch junge Menschen. Das Umfeld inspiriert und motiviert die Studierenden zu gründen, kann aber auch hemmend auf Gründungsaktivitäten wirken. Zunächst wurden die Studierenden deshalb bezüglich ihres gesellschaftlichen Umfelds befragt. Hierbei sollten die Studierenden eine Frage zur Belohnung der Leistungsorientierung des Einzelnen in ihrer Gesellschaft beantworten. Hier mussten die Studierenden auf einer siebenstufigen Skala zustimmen oder nicht zustimmen, ob die individuelle Leistung gefordert und gefördert wird oder ob das Zeigen von individueller Leistung in ihrem gesellschaftlichen Umfeld nicht honoriert wird. Dabei gaben die Studierenden in Liechtenstein einen moderaten Mittelwert von 5.1 an, Leistung wird somit in ihrem Umfeld gefordert und gefördert. Weiterhin sollten sie einschätzen, ob in ihrem Umfeld das innovative Handeln positiv anerkannt wird. Hier ist der Mittelwert mit 4.8 tiefer ausgeprägt. Dennoch kann ausgesagt werden, dass das gesellschaftliche Umfeld in Liechtenstein und in den angrenzenden Regionen positiv auf die Leistungsorientierung und das innovative Handeln des Einzelnen reagiert. Beide Faktoren sind moderat, jedoch über dem skalierten Mittelwert von 3.5 ausgeprägt.

Auch das erweiterte Umfeld der Studierenden, wie beispielsweise deren Mitstudierende und deren Freunde, ist von Bedeutung in der Wahrnehmung der Attraktivität des Unternehmertums durch die Studierenden. Da die Studierenden kontinuierlich auf die Anerkennung durch ihr Umfeld angewiesen sind, wie eine Studie von Baldegger, Schröder und Furtner

(2016, S. 12) zeigt, ist insbesondere die positive Anerkennung des Unternehmertums hier von Interesse. Auf Grund dessen wurden die Studierenden auch gefragt, wie das Umfeld auf eine Unternehmensgründung reagieren würde. Dabei konnten die Studierenden zu dem Umfeld der Familie, Freunden, sowie anderen Studierenden von 1 (sehr negativ) bis 7 (sehr positiv) antworten. Die Auswertung des Umfeldes ist in Abbildung 7 aufgeführt.

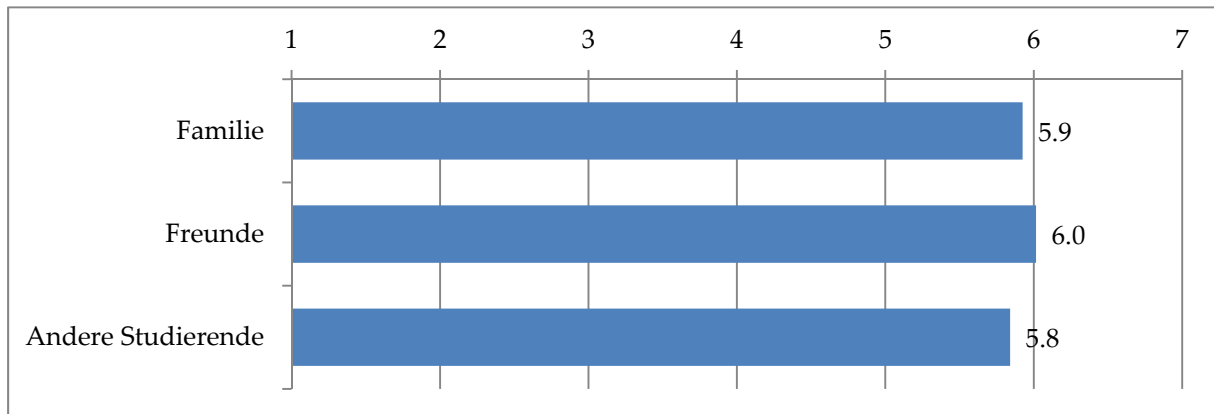


Abbildung 7: Reaktion des persönlichen Umfelds auf Unternehmertum

Das Umfeld von Studierenden würde sehr positiv auf eine Gründung der Studierenden reagieren. Während die Familie bereits einen hohen Mittelwert von 5.9 aufweist, reagieren die Freunde der Studierenden am besten auf die Unternehmensgründung. Leicht unter diesem Maximum, aber immer noch mit einem hohen Mittelwert, liegen die Mitstudierenden mit 5.8. Es kann somit ausgesagt werden, dass das persönliche Umfeld positiv auf die Gründung eines Studierenden an der Universität Liechtenstein reagiert und diese wahrscheinlich aktiv unterstützen würde.

Das Umfeld der Studierenden an der Universität Liechtenstein ist sowohl aus der gesellschaftlichen Perspektive, als auch bezüglich der Reaktionen von Familie, Freunden und Mitstudierenden sehr positiv gegenüber der Neugründung von Studierenden einzuschätzen. Somit ist das persönliche Umfeld ein positiver Einflussfaktor auf die berufliche Absicht der Gründung eines Unternehmens.

3.2. Persönlichkeitseigenschaften

In GUESSS 2016 wurden die Studierenden der Universität Liechtenstein auch bezüglich verschiedener Persönlichkeitseigenschaften befragt. Dass Persönlichkeitseigenschaften auch einen Effekt auf das Unternehmertum haben können, zeigen viele wissenschaftliche Untersuchungen (Rauch & Frese, 2007). Bei den Studierenden aus Liechtenstein wurde die Beharrlichkeit und der langfristige Fokus auf gesetzte Ziele erhoben. Dabei sollten die Studierenden

bezüglich zehn Aussagen zu ihrer Beharrlichkeit und ihrem langfristigen Fokus auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft vollkommen zu) antworten. Die Beharrlichkeit hat einen Mittelwert von 4,8, während der langfristige Fokus durchschnittlich mit 3,9 ausgeprägt ist. Die Studierenden zeigen bezüglich der Beharrlichkeit und des langfristigen Fokus auf Ziele einen mittelhoch ausgeprägten Mittelwert. Die Studierenden wechseln ihre Ziele somit noch häufig, verfolgen diese aber mit einer mittleren Beharrlichkeit.

Werden die Beharrlichkeit und der langfristige Fokus bei Gründern, beziehungsweise bei Nicht-Gründern unter den Studierenden untersucht, so kann eine Aussage über die zwei Persönlichkeitsausprägungen bezüglich ihrer Auswirkung auf das Unternehmertum gegeben werden. Diese Analyse ist in Abbildung 8 aufgestellt.

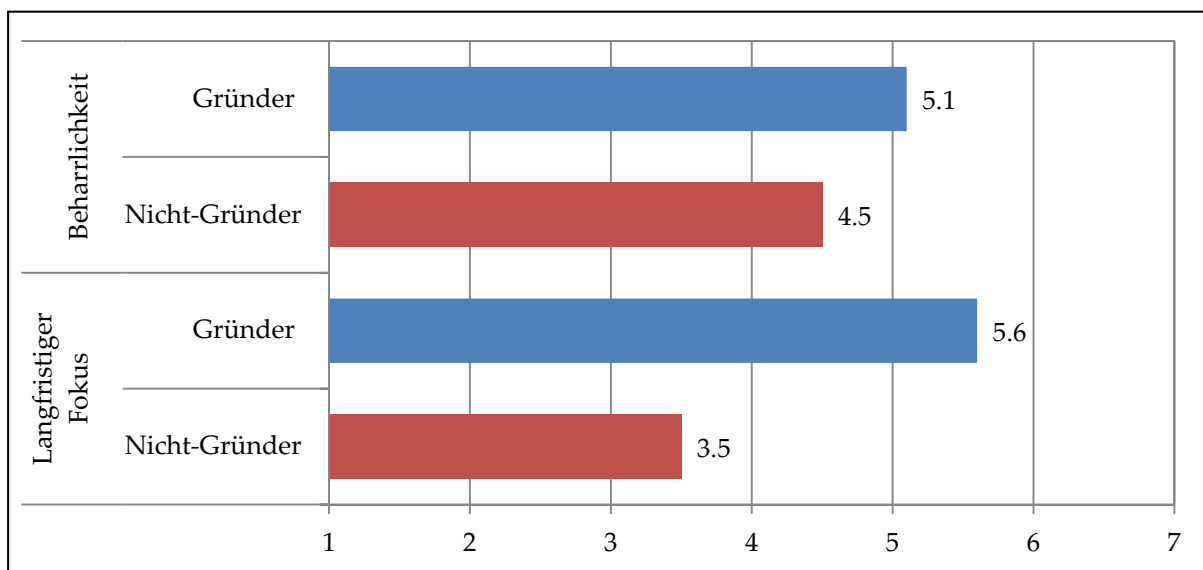


Abbildung 8: Persönlichkeit und Unternehmertum

Es kann aus der Analyse des langfristigen Fokus und der Beharrlichkeit entnommen werden, dass Gründer sich deutlich von Nicht-Gründern bezüglich der untersuchten Persönlichkeitseigenschaften unterscheiden. Während die Gründer einen hohen Mittelwert bezüglich der Beharrlichkeit mit 5,1 aufweisen, haben die Nicht-Gründer unter den Studierenden einen deutlich geringer ausgeprägten Mittelwert mit 4,5. Auch auf den langfristigen Fokus trifft diese Unterscheidung zu. Gründer unter den Studierenden haben einen hohen Mittelwert von 5,6 für den langfristigen Fokus, während ihre Mitstudierenden, welche bisher noch nicht gegründet haben, einen deutlich geringeren Wert von 3,5 aufweisen. Die Gründer setzen sich somit ein langfristiges Ziel, beispielsweise das Wachstum oder den Erfolg ihres Unternehmens und verfolgen dieses Ziel dann mit hoher Beharrlichkeit. Nur die Kombination von den zwei Persönlichkeitseigenschaften kann so zu einem unternehmerischen Erfolg führen. Die Persönlichkeitseigenschaften sind somit weitere positive Einflussfaktoren auf die Gründung eines Unternehmens.

3.3. Wahrgenommene Kompetenzen

In der GUESSS Studie 2016 wurden die Studierenden nach der Einschätzung ihrer Kompetenzen bezüglich einer möglichen Unternehmensgründung befragt. Die Studierenden mussten hierfür ihre Kompetenzen auf einer Skala von eins (sehr geringe Kompetenz) bis sieben (sehr hohe Kompetenz) einschätzen. In Abbildung 9 sind die Ergebnisse der Studierenden von Liechtenstein im internationalen Vergleich dargestellt.

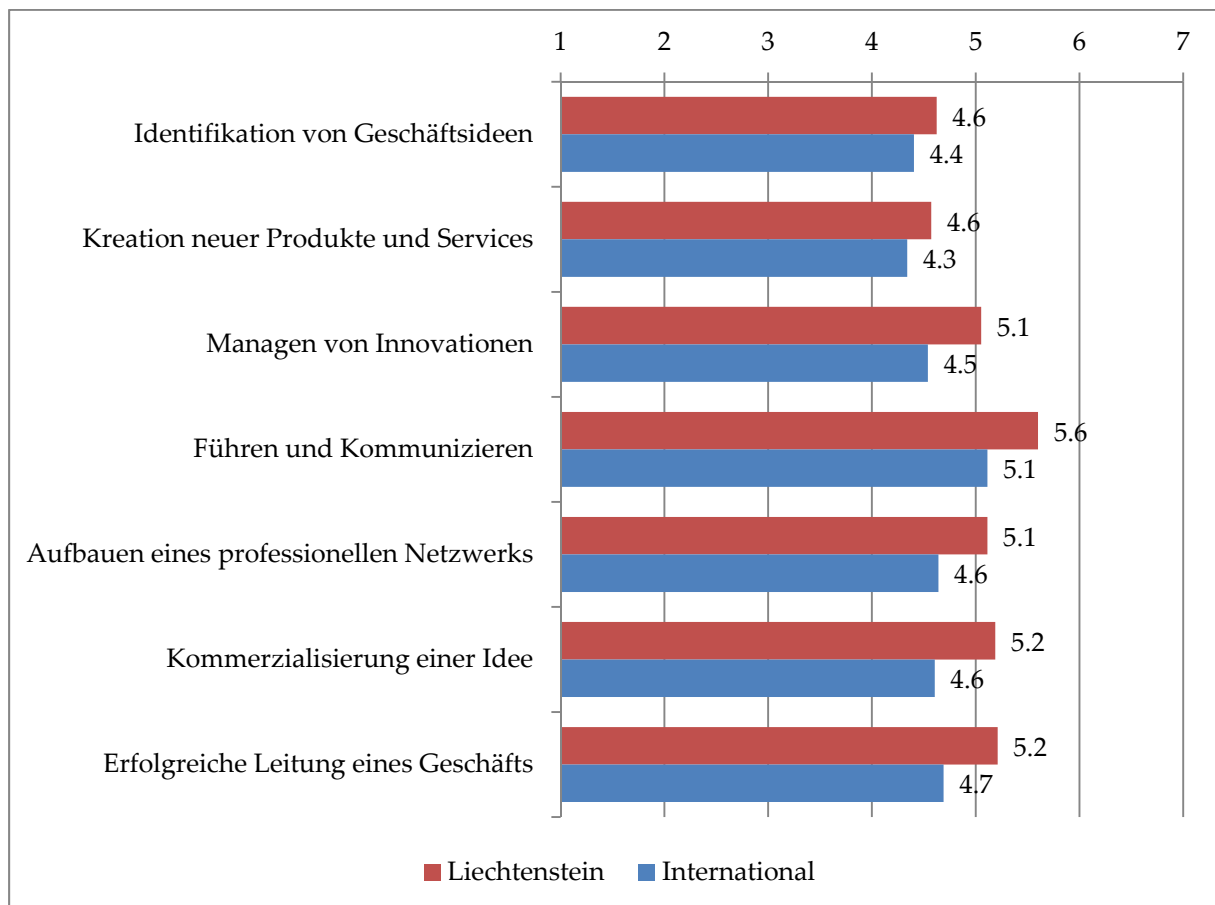


Abbildung 9: Kompetenzen zur unternehmerischen Aktivität

Studierende an der Universität Liechtenstein fühlen sich generell sehr kompetent, was unternehmerische Aktivitäten anbelangt. Insbesondere wird dies deutlich, wenn die wahrgenommenen Kompetenzen international verglichen werden. Studierende an der Universität Liechtenstein haben bezüglich aller Kompetenzen einen höheren Mittelwert, als die internationale Vergleichsgruppe. Mit einem Mittelwert über alle sieben Kompetenzen von 5.1 fühlen sie sich gut ausgebildet, um ein Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen. Am niedrigsten sind hier die Identifikation von Geschäftsideen, sowie die Kreation neuer Produkte und Services mit 4.6 ausgeprägt. Den Studierenden fällt es, insbesondere da ihnen die Fachkompetenz aus der Berufspraxis fehlt, schwer neue Dinge zu kreieren und deren Markt

einzuschätzen. Hingegen fühlen sie sich in Bezug auf das Management von Innovationen und das Führen und Kommunizieren gut vorbereitet. Hier ist eine Ausprägung von 5.1 respektive 5.6 auszuweisen. Sie sind somit motiviert und fühlen sich kompetent dazu, die Führung in einem Team und von Innovationen zu übernehmen. Weiterhin fühlen sich die Studierenden in der Lage auch ein professionelles Netzwerk aufzubauen, mit einem Mittelwert von 5.1. Schliesslich sind auch die Kompetenzen in Bezug auf die Kommerzialisierung einer Idee und der Leitung eines Geschäfts mit 5.2 hoch ausgeprägt.

Weiterhin wurde die Stärke der Beziehung zwischen der wahrgenommenen Kompetenz und den unternehmerischen Absichten der Studierenden gemessen. Es zeigt sich eine signifikante Korrelation von $r = .54$. Die wahrgenommene Kompetenz der Studierenden hängt somit stark mit der Absicht zusammen, unternehmerisch tätig zu werden.

Die Studierenden weisen eine hohe Ausprägung der Kompetenzen aus der Selbsteinschätzung auf, sie fühlen sich kompetent und befähigt ein Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen. Es handelt sich hierbei jedoch um eine Selbstwahrnehmung der Kompetenzen durch die Studierenden, diese müssten in der Realität und der Situation der Gründung eines neuen Unternehmens erst noch überprüft werden. Die Studierenden schätzen insbesondere ihre Fähigkeiten Innovationen zu managen, als auch zu führen und mit anderen zu kommunizieren, als sehr gut ein. Weiterhin fühlen sie sich mit einem Mittelwert von 5.2 kompetent eine Idee zu kommerzialisieren und ein Geschäft erfolgreich zu leiten. Die Studierenden können ihr Studium an der Universität Liechtenstein demnach nutzen, sich Kompetenzen anzueignen oder diese zu entwickeln, welche für die Gründung und Führung eines Unternehmens essentiell sind. Die Identifikation von Geschäftsideen und die Kreation neuer Produkte sind mit 4.6 etwas schwächer ausgeprägt als die anderen Kompetenzen. Generell kann die Aussage getroffen werden, dass die Studierenden durch die hohe Einschätzung der Kompetenzen auch über ein hohes Selbstvertrauen zur Gründung verfügen. Obwohl es sich hierbei um eine Selbsteinschätzung der Kompetenzen handelt, kann das vorliegende Selbstvertrauen und der "ready to go" Gedanke mögliche Barrieren abbauen, unternehmerisch tätig zu werden.

3.4. Universitätskontext

Ein weiterer Einflussfaktor auf die unternehmerischen Absichten und die Gründung eines Unternehmens ist das Klima und das Umfeld an ihrer Universität. Um einen detaillierten Einblick in die wichtige Rolle der Universitäten und 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. Hier soll das unternehmerische Klima an der Universität Liechtenstein ausgewertet werden. Dazu wurden den Studierenden drei Fragen mit sieben Antwortoptionen von 1 (stimme gar nicht zu) bis 7 (stimme vollkommen zu) vorgelegt. Diese behandeln die Ausprägung der Universität bezüglich der Atmosphäre, des Klimas und der Unterstützung bei Gründungen. Die Abbildung 10 zeigt die Bewertung des unternehmerischen Klimas im internationalen Vergleich.

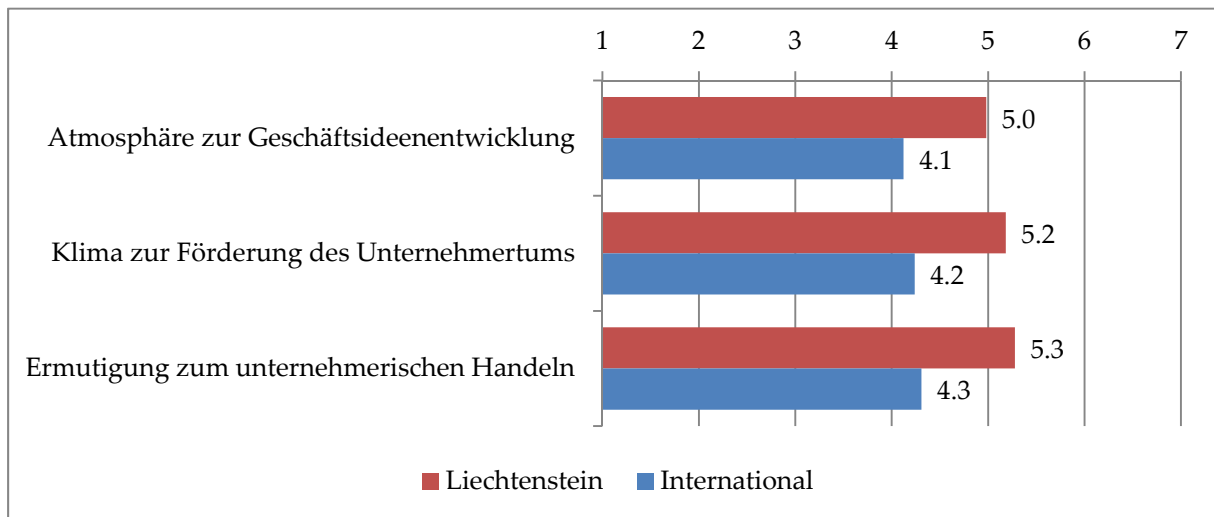


Abbildung 10: Bewertung des unternehmerischen Klimas

Studierende an der Universität Liechtenstein bewerten das unternehmerische Klima deutlich besser, als der internationale Durchschnitt von Studierenden. Sowohl die Atmosphäre zur Entwicklung von Geschäftsideen mit 5.0, der Förderung des Unternehmertums mit 5.2, sowie der Ermutigung des unternehmerischen Handelns mit 5.3 sind an der Universität Liechtenstein hoch ausgeprägt. Hingegen zeigt sich ein geringer Mittelwert zwischen 4.1 und 4.3 bei dem internationalen Durchschnitt. Studierende im internationalen Durchschnitt schreiben ihren Universitäten und Hochschulen somit ein deutlich schlechteres unternehmerische Klima zu.

Weiterhin besteht eine Beziehung des unternehmerischen Klimas an der Universität Liechtenstein und der wahrgenommenen Kompetenz der Studierenden. So ist hier eine Korrelation in Höhe von $r = .34$ aufzuzeigen. Das unternehmerische Klima in Liechtenstein verbessert

somit die wahrgenommene Kompetenz der Studierenden in Bezug auf die Gründung eines neuen Unternehmens. Die Universität Liechtenstein bietet ihren Studierenden somit ein positives Klima um unternehmerisch tätig zu werden, ermutigt sie zu unternehmerischem Handeln, fördert das Unternehmertum und hat eine gute Atmosphäre zur Entwicklung von Geschäftsideen. Die Universität kann das Unternehmertum von Studierenden durch das Klima deutlich beeinflussen.

Neben dem unternehmerischen Klima an der Universität können unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden auch durch spezifische Angebote und Aktivitäten verstärkt werden. Wie bereits vorgestellt wurde, finden die Studierenden an der Universität teilweise ihre Gründungspartner oder werden durch Vorlesungen und Projektarbeiten zu ihren Geschäftsideen angeregt. Neben diesen Beeinflussungsmassnahmen im Rahmen des Studiums, können auch aktive Unterstützungsangebote an den jeweiligen Universitäten aufgezeigt werden. So wurden die Studierenden gefragt, ob sie ein Studium an der jeweiligen Bildungseinrichtung auf Grund der unternehmerischen Reputation dieser ausgewählt haben oder nicht. Die Abbildung 11 zeigt die Auswertung der deutschsprachigen Länder im Vergleich zum internationalen Durchschnitt.

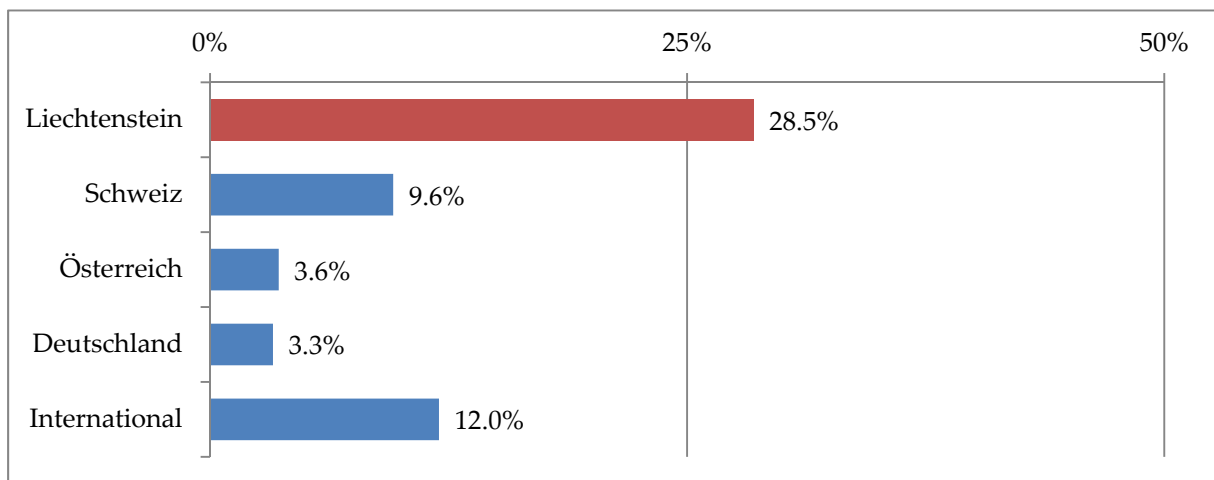


Abbildung 11: Unternehmerische Reputation und Hochschulwahl

Es wird hierbei deutlich, dass 28.5 Prozent der befragten Studierenden ihr Studium an der Universität Liechtenstein auf Grund der unternehmerischen Reputation gewählt haben. Damit belegt Liechtenstein den ersten Platz vor Deutschland mit einem Anteil 3.3, Österreich mit 3.6 und der Schweiz mit 9.6. Die Studierenden in Liechtenstein legen somit einen höheren Wert auf das gelehrte und gelebte Unternehmertum an ihrer Universität, als andere Bildungseinrichtungen im Ausland.

Die Reputation und somit die Auswahl der Universität oder Hochschule auf Grund der unternehmerischen Ausrichtung ist massgeblich auf das Kursangebot zurückzuführen. Auf-

grund dessen wurden verschiedene Fragen zu den Angeboten zur Gründungsförderung an den Universitäten und Hochschulen erhoben. In der ersten Frage wurden die Studierende zu ihrer Teilnahme an Kursen über Gründungsthemen befragt. Diese Ausprägung wird mit den internationalen Ergebnissen verglichen (Abbildung 12).

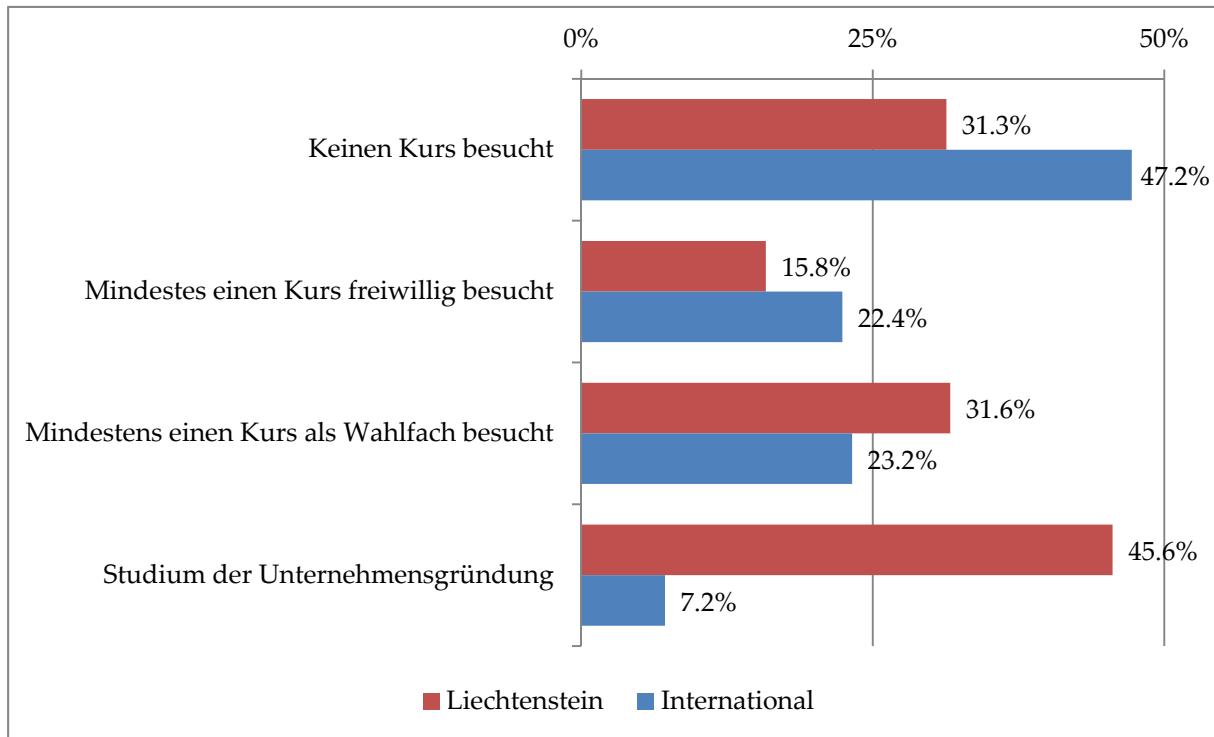


Abbildung 12: Besuch von Kursen zu Gründungsaktivitäten

Die Ergebnisse zeigen, dass in Liechtenstein viele Studierende mit dem Schwerpunkt Entrepreneurship eingeschrieben sind. International sind es nur 7.2 Prozent der Studierenden. Dies ist nicht erstaunlich, gibt es doch an der Universität auf der Bachelorstufe die Vertiefung „International Management and Entrepreneurship“ und auf Masterstufe den Studiengang „Entrepreneurship“. Eine leichte Veränderung ist in dem freiwilligen Besuch von Kursen zu Entrepreneurship zu identifizieren. Der Anteil ist von 14.3 von 2013 Prozent auf 15.8 Prozent in 2016 gestiegen. Es ist hier jedoch aufzuzeigen, dass der internationale Durchschnitt von 22.4 Prozent deutlich höher ausgeprägt ist. Eine signifikante Veränderung gibt es jedoch bei den Studierenden, welche noch keinen Kurs mit Entrepreneurshipthemen besucht haben. Hier ist der Anteil von 45.4 Prozent in 2013 auf 31.3 Prozent in 2016 gesunken. International haben 45.6 Prozent der Studierenden noch keinen Kurs zu Entrepreneurship besucht, sodass Studierende an der Universität Liechtenstein sich deutlich stärker für Entrepreneurshipthemen interessieren, als der internationale Durchschnitt. Diese positive Entwicklung ist insbesondere der Verbreiterung des Angebots an Wahlfächern innerhalb des Curriculums mit unternehmerischen Hintergründen an der Universität Liechtenstein zu zuschreiben. Der Anteil der Studenten, welche einen Entrepreneurshipkurs als Wahlfach be-

sucht hat, ist von 20.9 Prozent in 2013 auf 31.6 Prozent in 2016 gestiegen. In diesem Zeitraum hat es die Universität somit geschafft, die Auswahl an Wahlfächern zu Entrepreneurship zu erhöhen und die Studierenden für diese zu sensibilisieren.

Schliesslich wurden die Studierenden auch gefragt, in wie weit ihnen die Kurse und Unterstützungsangebote der Universität Liechtenstein weitergeholfen haben, ihre Gründung voran zu treiben. Dabei schätzten sie die einzelnen untenstehenden Punkte auf einer Skala ein, ob es ihnen überhaupt nicht weitergeholfen hat (1) oder ob es ihnen stark weitergeholfen hat (7). Die Abbildung 13 zeigt die Auswertung und somit den erfolgreichen Einsatz von Kursen und Unterstützungsangeboten an der Universität Liechtenstein bezüglich dem Ausbauen von Fähigkeiten und der Verbesserung des Verständnisses für Entrepreneurship.

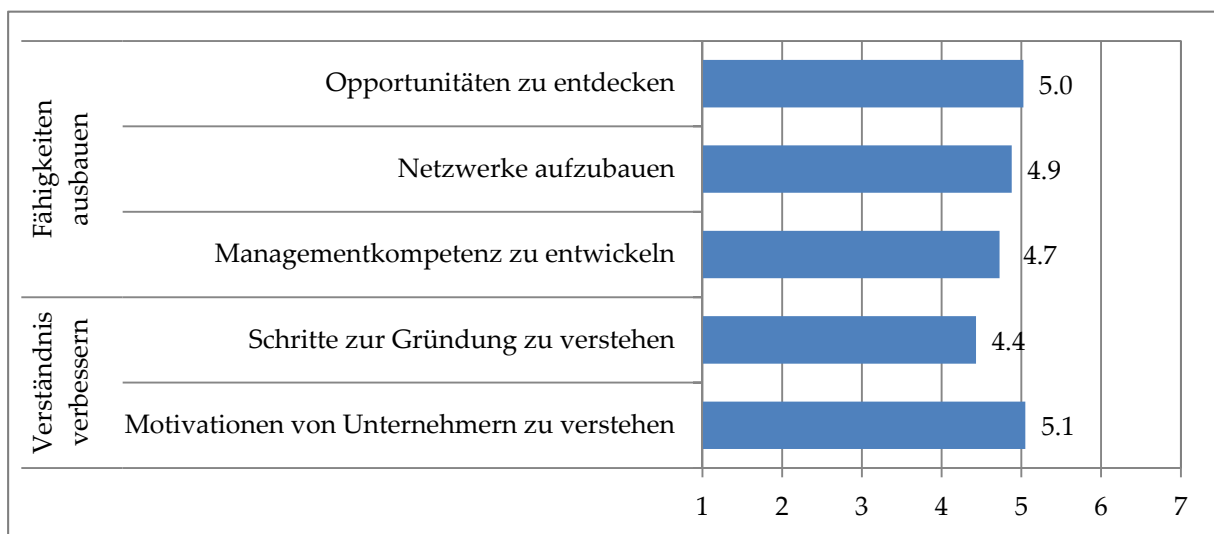


Abbildung 13: Erfolgreicher Einsatz des Kursangebots

Es kann hierbei aufgezeigt werden, dass alle Fragen bezüglich des Ausbaus von Fähigkeiten und der Verbesserung des Verständnisses in Bezug auf Entrepreneurshipkurse positiv beantwortet wurden. Der Mittelwert liegt bei allen Fragen über 4.4 und somit konnte eine Verbesserung durch Kurse und Angebote der Universität Liechtenstein erreicht werden. Insbesondere haben die Möglichkeiten der Universität Liechtenstein mit einem Mittelwert von 5.0 geholfen, Opportunitäten zu entdecken. Hieraus können die Studierenden Geschäftsideen entwickeln und möglicherweise ihr Unternehmen gründen. Hierbei hilft ihnen sowohl die Fähigkeit Netzwerke aufzubauen mit einem Mittelwert von 4.9, sowie generelle Managementkompetenzen zu entwickeln mit 4.7. Weiterhin konnten die Studierenden ihr Verständnis bezüglich notwendigen Schritten zur Gründung eines Unternehmens durch Kurse und Angebote der Universität Liechtenstein mit einem Mittelwert von 4.4 verbessern. Schliesslich helfen ihnen insbesondere Vorlesungen und Vorträge von Unternehmern, die Einstellungen, Werte und Motivationen von diesen mit einem Mittelwert von 5.1 besser zu verstehen. Die

Angebote an der Universität Liechtenstein, welche weit über Vorlesungen und Projektarbeiten bezüglich der Gründung von Unternehmen hinausgehen, helfen den Studierenden somit deutlich weiter, unternehmerisch tätig zu werden. Es kann somit ausgesagt werden, dass sich die Universität sowohl durch das Klima, als auch durch verschiedene Unterstützungsangebote positiv auf die Gründungsabsichten und die berufliche Absicht ein Unternehmer zu werden auswirken. Das Gründungsklima an der Universität kann die Entscheidung aktiv beeinflussen, während Unterstützungsangebote an der Universität Liechtenstein mögliche Gründungsbarrieren der Studierenden abbauen.

4. Studierende im Gründungsprozess

Unter den Studierenden gibt es bereits aktive Gründer, aber auch Studierende, welche in naher Zukunft ein Unternehmen gründen wollen. Diese Studierenden wurden in der GUESSS Befragung 2016 untersucht. Die Studierenden wurden deshalb befragt, ob sie bereits ein Unternehmen gegründet haben, beziehungsweise dies in naher Zukunft (< fünf Jahre) vorhaben. Ausgehend von den Antworten auf die Frage nach der Unternehmensgründung können die Studierenden in „Keine Gründer“, „Potentielle Gründer“ und „Aktive Gründer“ eingeteilt werden. Dabei differenziert sich die Frage nach potentiellen Gründern von den unternehmerischen Absichten, da potentielle Gründer bereits konkrete Schritte zur Unternehmensgründung unternommen haben. Die Antworten auf die Frage nach aktiven und potentiellen Gründern sind in Abbildung 14 dargestellt.

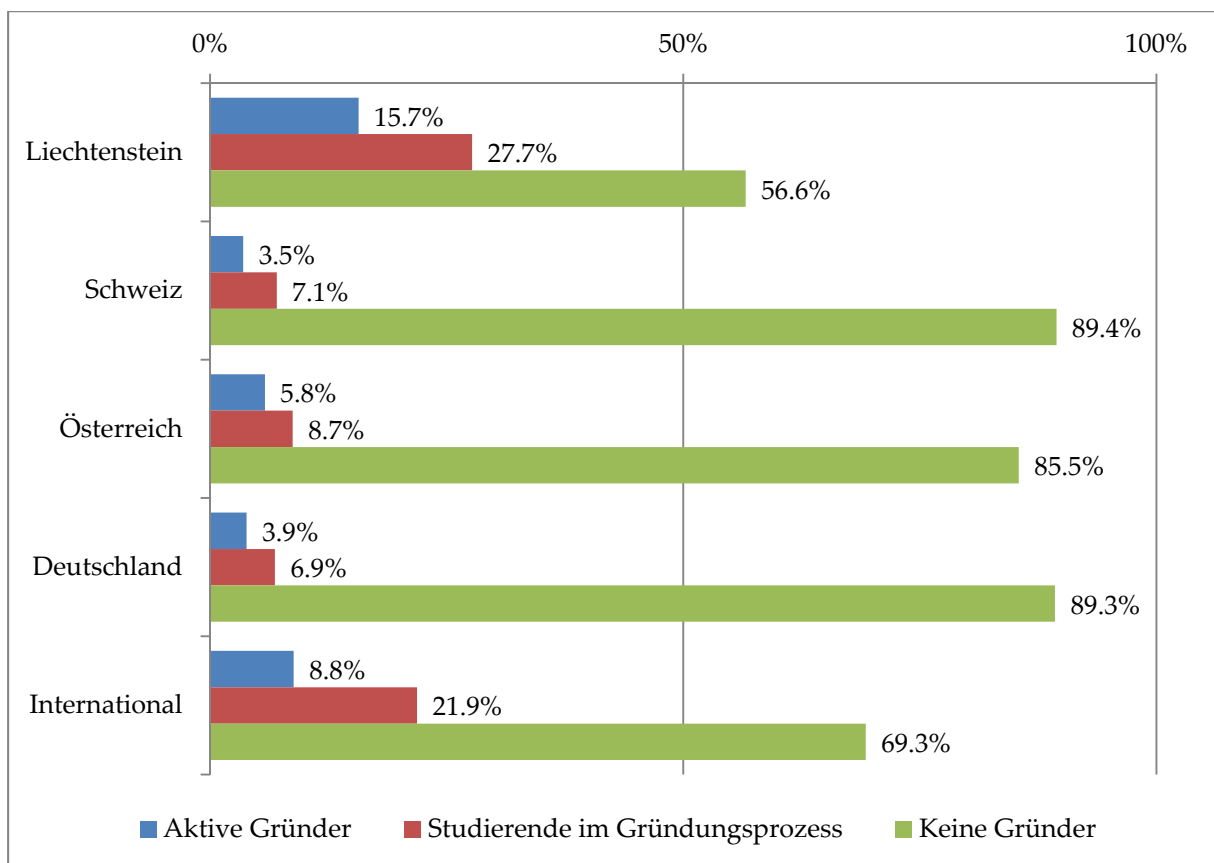


Abbildung 14: Aktive Gründer und Studierende im Gründungsprozess

27.7 Prozent der teilnehmenden Studierenden bezeichnen sich als potentielle Gründer und haben somit bereits erste Schritte bei der Gründung ihres eigenen Unternehmens unternommen. Weitere 15.7 Prozent der Studierenden geben an, bereits ein oder mehrere Unternehmen gegründet zu haben und somit bereits als Unternehmer aktiv zu sein. 56.6 Prozent der Studierenden haben hingegen noch keine Schritte unternommen, selbst ein Unterneh-

men zu gründen. Mit dem hohen Anteil an Gründern und potentiellen Gründern belegt Liechtenstein im internationalen Vergleich einen der vordersten Plätze. Der internationale Durchschnitt der aktiven Gründer unter den Studierenden liegt bei 8.8 Prozent, womit Liechtenstein deutlich mehr aktive Gründer aufweist. Weiterhin hat die Universität Liechtenstein auch um 5.8 Prozent mehr potentielle Gründer als der internationale Durchschnitt von 21.9 Prozent, welche in der nahen Zukunft vorhaben, unternehmerisch tätig zu werden und bereits erste Schritte zur Gründung unternommen haben.

In einem weiteren Schritt wurden die potentiellen und die aktiven Gründer betreffend ihres Unternehmens untersucht. Hierbei wurden die Studierenden zunächst in Bezug auf ihre bereits unternommenen Schritte befragt. Dabei wurden die Studierenden gefragt, ob sie die untenstehenden Schritte zur Gründung bereits unternommen haben oder nicht. Es zeigt sich, dass die Studierenden unterschiedlich weit fortgeschritten sind (Abbildung 15).

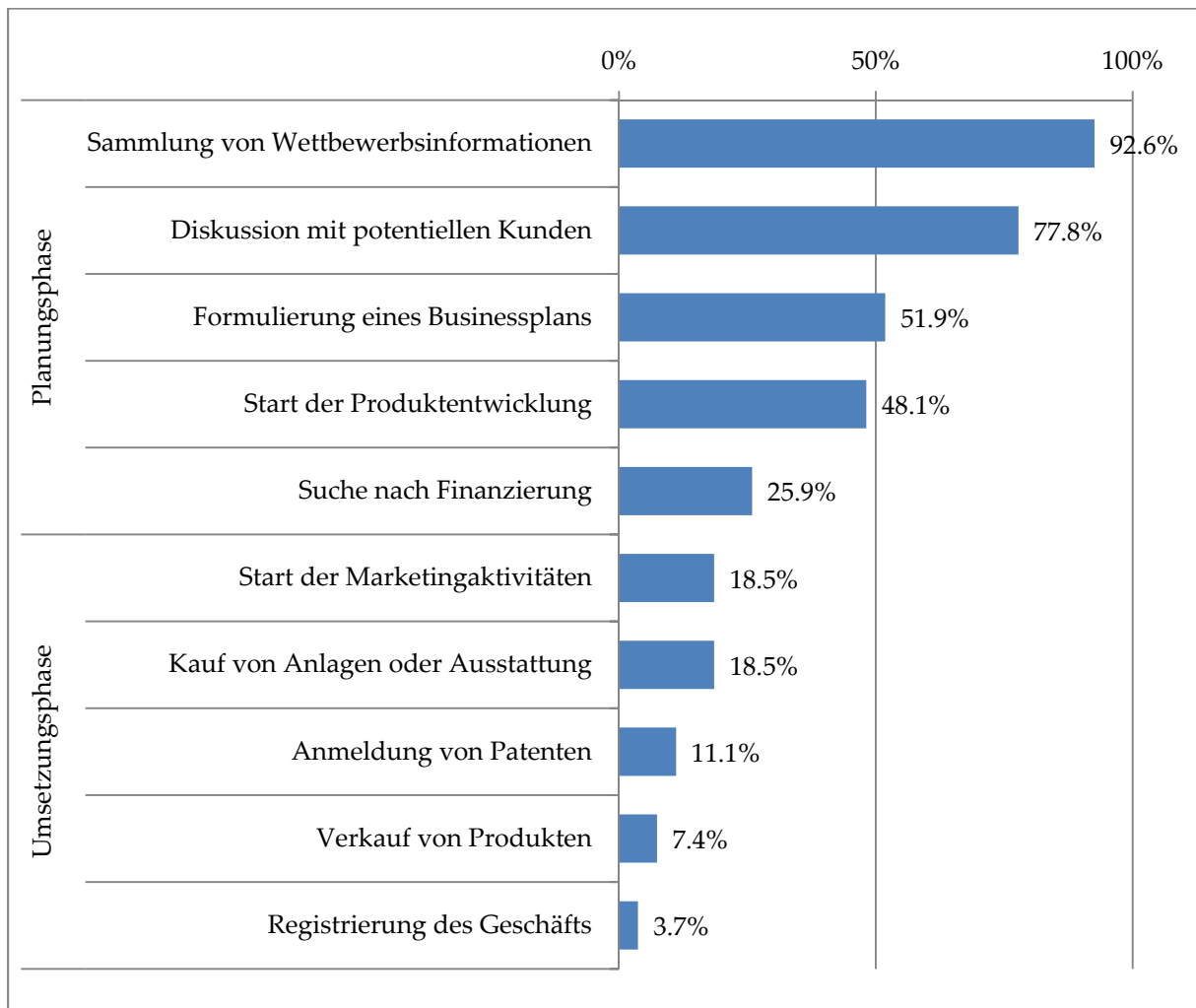


Abbildung 15: Bereits unternommene Schritte bei der Unternehmensgründung

Von den potentiellen und den aktiven Gründern an der Universität Liechtenstein haben 92.6 Prozent der Studierenden Informationen über den Wettbewerb gesammelt. Weitere 77.8 Prozent haben bereits mit potentiellen Kunden gesprochen. 51.9 Prozent haben einen Businessplan erstellt, während 48.1 Prozent der Studierenden mit der Produktentwicklung und 25.9 Prozent der Studierenden mit der Suche nach einer Finanzierung begonnen haben. Jeweils 18.5 Prozent der Studierenden, welche als potentielle Gründer oder bereits aktive Gründer identifiziert wurden, haben ihre Marketingaktivitäten zu den entwickelten Produkten oder Dienstleistungen gestartet. In die wirkliche Gründung mit der Anmeldung von Patenten und der Registrierung des Geschäfts haben 11.1 Prozent, respektive 3.7 Prozent der Studierenden Zeit und Ressourcen investiert. Schliesslich haben 7.4 Prozent der Studierenden ein Produkt verkauft und sind somit mit ihrem Unternehmen am Markt aktiv. Es wird auf Grund dessen deutlich, dass die potentiellen Gründer und die aktiven Gründer an der Universität Liechtenstein verschiedene Stufen in ihrer Unternehmensgründung bereits umgesetzt haben und so in der Umsetzungsphase ihrer Gründung sind. Die meisten Studierenden befinden sich jedoch noch in der Planungsphase ihres eigenen Unternehmens und sind noch nicht am Markt aktiv.

Werden die potentiellen und die aktiven Gründer an der Universität Liechtenstein nach der Grösse des Unternehmerteams für ihre potentielle, beziehungsweise tatsächliche Gründung befragt, ergibt sich im internationalen Vergleich ein erstaunliches Bild (Abbildung 16).

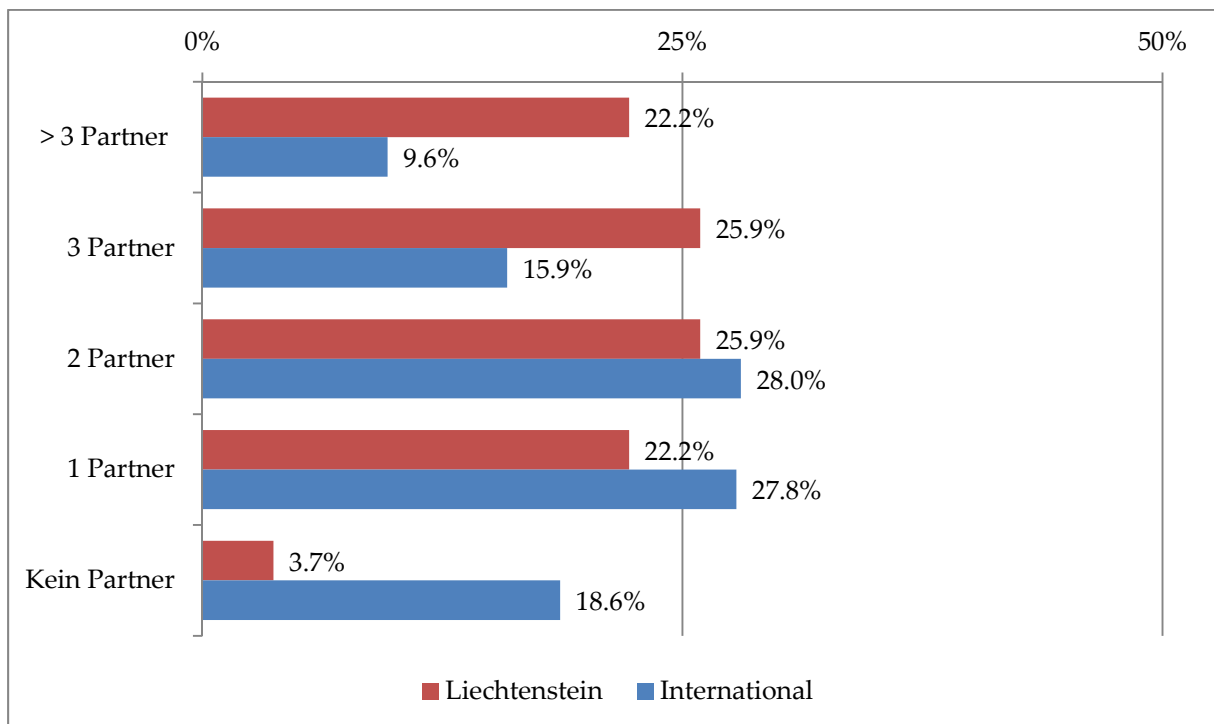


Abbildung 16: Anzahl Gründungspartner

Ausschliesslich 3.7 Prozent der befragten Studierenden möchte den Gründungsprozess ohne Partner vollziehen. Wird diese Anzahl mit der internationalen Ausprägung verglichen, so kann ein Anteil von 18.6 Prozent der Studierenden ohne Gründungspartner identifiziert werden. Weitere 22.2 Prozent der Studierenden aus Liechtenstein wollen mit einem Partner gründen, hier zeigt sich eine geringe Abweichung zu dem internationalen Durchschnitt von 27.8 Prozent. Auch die 25.9 Prozent der Studierenden in Liechtenstein, die mit zwei Partnern gründen wollen, weichen nicht deutlich von dem internationalen Durchschnitt von 28.0 Prozent ab. Jedoch zeigt sich ein deutlicher Unterschied bei mehr als zwei Gründungspartnern. In Liechtenstein wollen 25.9 Prozent der Studierenden mit drei und 22.2 Prozent der Studierenden mit mehr als drei Partnern gründen. International wollen nur 15.9 Prozent mit drei und 9.6 Prozent mit mehr als drei Partnern ihr Unternehmen gründen.

Der Trend bei den potentiellen und aktiven Gründern an der Universität Liechtenstein geht somit zu grösseren Gründerteams, wobei sie nicht allein ein Unternehmen gründen wollen. Dieser Trend weicht vom internationalen Durchschnitt ab, was auch mit der Förderung der Teamarbeit und der Kooperation an der Universität Liechtenstein erklärt werden kann. Ein geringer Wert von Studierenden ohne Gründungspartner und eine höhere Anzahl von Gründerteams ist nicht überraschend, da eine Gründung viele Talente und Fähigkeiten verlangt, die selten in einer Person vereint sind. In einem Gründerteam können sich Kompetenzen hingegen vereinen und ergänzen. Insbesondere Geldgeber messen dem Gründerteam grosse Bedeutung bei, da bei neuen Unternehmen noch nicht auf vergangene unternehmerische Leistungen und Erfolge 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, 2016, S. 77).

Mit Gründungspartnern müssen die Studierenden aber auch einen Anteil an ihrem Unternehmen abgeben. 33.3 Prozent denken, dass sie bis zu 25 Prozent an ihrem Unternehmen besitzen werden. Weitere 22.2 Prozent geben an, bis zu 50 Prozent an dem Unternehmen zu besitzen, während 29.6 Prozent bis zu 75 Prozent und 14.8 Prozent bis zu 100 Prozent an ihrem Unternehmen besitzen wollen. Die Studierenden sind somit dazu bereit, ihren potentiellen Gründungspartnern auch Anteile an dem zu gründenden Unternehmen abzugeben.

Werden die Studierenden genauer nach ihren Gründungspartnern gefragt, so geben 30.8 Prozent der potentiellen Gründer an, dass keine weiblichen Mitglieder ihrem Gründungsteam angehören sollten, während 53.9 Prozent mit einem weiblichen Teammitglied

und 15.4 Prozent mit mehr als einem weiblichen Teammitglied ihr potentiell Unternehmen gründen würden. In der Ausgestaltung der Gründungsteams ist somit ein Trend zu Gender übergreifenden Teams bei den Studierenden zu erkennen.

Weiterhin würden 92.3 Prozent ihre potentiellen Gründungspartner nicht aus der Familie rekrutieren, was der Familie in der Neugründung eine geringe Bedeutung zukommen lässt. Hingegen finden 76.9 Prozent der Studierenden ihre potentiellen Gründungspartner innerhalb der Universität, nur 23.1 Prozent würden nicht andere Studierende als Gründungspartner wählen. Der Universität kommt somit eine hohe Bedeutung in der Findung der Gründungspartner für potentielle Neugründungen zu.

Die Geschäftsidee kann bei Neugründungen unterschiedliche Arten der Herkunft haben. Auf Grund dessen wurden in einer weiteren Frage die potentiellen Gründer und die aktiven Gründer der Universität Liechtenstein zur Herkunft ihrer Geschäftsidee befragt. Die Abbildung 17 zeigt diese Herkunft der Geschäftsideen auf, sortiert nach den Clustern Beruf, Universität und Freizeit.

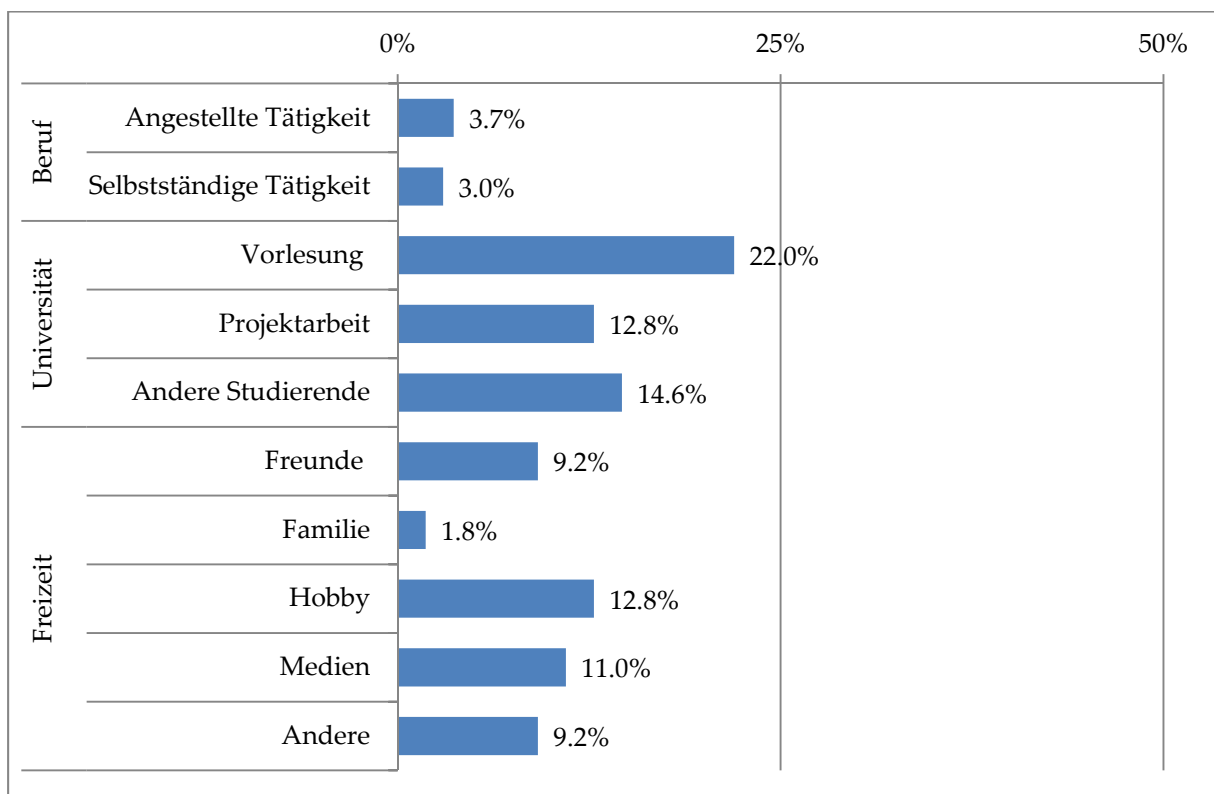


Abbildung 17: Herkunft der Geschäftsidee

Es wird innerhalb dieser Auswertung deutlich, dass die Studierenden ihre Geschäftsideen massgeblich aus der Universität heraus entwickeln. Die Universität Liechtenstein hat hier

einen Anteil an der Entwicklung der Geschäftsidee bei Gründern und potentiellen Gründern von 49.4 Prozent. Insbesondere kommt Vorlesungen mit 22.0 Prozent, aber auch der Projektarbeit mit 12.8 Prozent und der Diskussion mit anderen Studierenden mit 14.6 Prozent eine tragende Rolle in der Entwicklung von Geschäftsideen zu. Weiterhin haben auch Freizeitaktivitäten mit 43.9 Prozent einen hohen Anteil an der Generierung von Geschäftsideen. Dabei nehmen Freunde ausserhalb der Universität mit 9.2 Prozent, dem Hobby mit 12.8 Prozent, sowie Medien mit 11.0 Prozent eine hohe Beeinflussung der Geschäftsidee ein. Andere Freizeitaktivitäten haben einen Anteil von 9.2 Prozent. Die berufliche Tätigkeit hat hier schliesslich einen Anteil von 6.7 Prozent, differenziert in 3.7 Prozent angestellte und 3.0 Prozent selbstständige Tätigkeit. Studierende an der Universität Liechtenstein generieren ihre Geschäftsideen somit hauptsächlich aus dem universitären Umfeld, sowie aus Freizeitaktivitäten. Die berufliche Tätigkeit nimmt hingegen nur einen geringen Anteil an der Generierung von neuen Geschäftsideen ein, da die Studierenden noch wenig Berufserfahrung haben.

5. Vollzogene Unternehmensgründungen

In Abbildung 14 wird bereits aufgezeigt, dass Liechtenstein einen vorderen Rang bei den aktiven Gründern einnimmt. Liechtenstein weist hier die höchste Gründungsquote bei Studierenden mit 15.7 Prozent aktiver Unternehmer unter den Studierenden auf. Weitere 27.7 Prozent der Studierenden der Universität Liechtenstein befinden sich gerade im Gründungsprozess. Im Vergleich hat die Schweiz 3.5 Prozent, Österreich 5.8 Prozent und Deutschland 3.9 Prozent aktive Gründer unter den befragten Studierenden. Im Vergleich mit den 8.8 Prozent des internationalen Datensatzes von GUESSS 2016 kann die Universität Liechtenstein einen höheren Anteil an aktiven Gründern aufweisen. Die Universität Liechtenstein kann somit auch in GUESSS 2016 ihre sehr gute Platzierung in Bezug auf vollzogenen Unternehmensgründungen verteidigen. Die Universität Liechtenstein zieht somit sowohl aktive Gründer als Studierende an, aber bietet auch ein gutes Umfeld für die Studierenden, welche während ihres Studiums ein eigenes Unternehmen gründen wollen.

Im Zusammenhang mit den bereits getätigten Gründungen wurde eine Reihe von Fragen gestellt um ein präziseres Bild von den unternehmerisch Aktiven unter den befragten Studierenden zu bekommen. So zeigen die Daten, dass die Unternehmen 2.3 Jahre alt sind ($SD = 1.6$), die Unternehmen im Schnitt 2.9 Angestellte ($SD = 5.2$) haben und in den nächsten fünf Jahren um 53.8 Prozent wachsen wollen. Die Studierenden, welche bereits unternehmerisch tätig sind, haben im Schnitt 1.7 Mitgründer ($SD = 1.3$), an die sie Unternehmensanteile abgegeben haben. Die Studierenden besitzen dabei mit einem Mittelwert von 51.2 Prozent rund die Hälfte ihres Unternehmens. 88.0 Prozent der Studierenden kann hier bereits auf erste Umsätze des gegründeten Unternehmens verweisen, während 68.0 Prozent der Gründer angeben, dass die Umsätze bereits die Kosten des Unternehmens decken. 48.0 Prozent der gegründeten Unternehmen erwirtschaften über die gedeckten Kosten hinaus bereits einen Gewinn für die Gründer. Somit kann ausgesagt werden, dass nicht nur die Gründungsquote, sondern auch die Erfolgsquote der Neugründungen ein hohes Mass annimmt.

Weiter beantworten die Studierenden die Frage nach der Branche ihres gegründeten Unternehmens. In Abbildung 18 sind die Ergebnisse dieser Befragung für die Universität Liechtenstein aufgeführt.

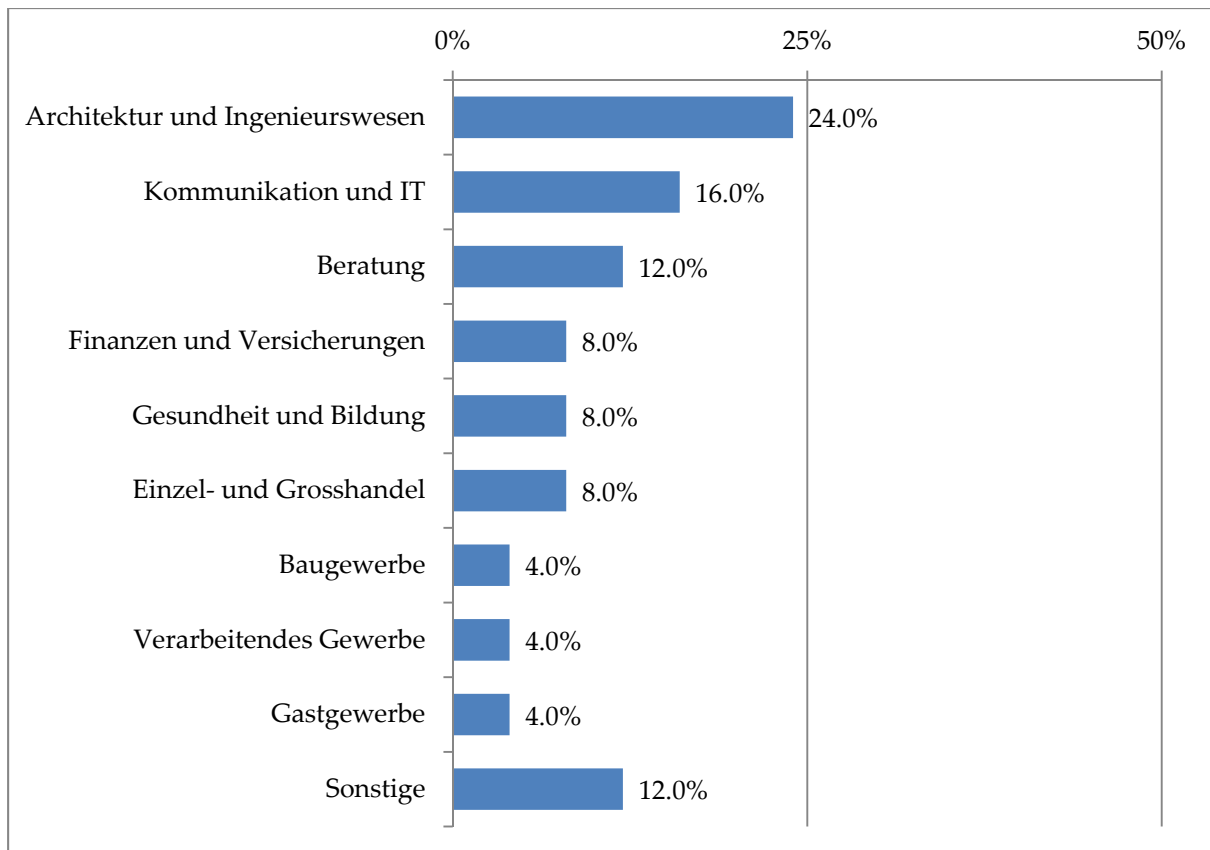


Abbildung 18: Branchen der gegründeten Unternehmen

Bei Studierenden aus Liechtenstein, welche bereits während des Studiums ein Unternehmen gegründet haben, nimmt die Branche der Architektur und Ingenieurwissenschaften die höchste Bedeutung mit 24.0 Prozent ein. Gefolgt wird diese von Kommunikation und IT mit 16.0 Prozent, Beratung mit 12.0 Prozent, sowie Finanzen und Versicherungen mit 8.0 Prozent. Die Branchen widerspiegeln auch die vier Institute der Universität Liechtenstein: Architektur und Raumentwicklung, Wirtschaftsinformatik, Entrepreneurship und Finanzdienstleistungen. Die Studierenden der Universität Liechtenstein tendieren somit in Branchen zu gründen, die nahe an ihrem Studienschwerpunkt liegen.

Schliesslich wurden die Gründer zu der Zufriedenheit mit ihrem Unternehmen befragt. Hierbei sollen die Studierenden, welche bereits ein Unternehmen gegründet haben, verschiedene Faktoren bezüglich ihrer Zufriedenheit einschätzen. Dabei reicht die Skalierung von 1 (starke Ablehnung und fehlende Zufriedenheit) bis 7 (starke Zustimmung und hohe Zufriedenheit). Die Abbildung 19 zeigt die Zufriedenheit der Unternehmer.

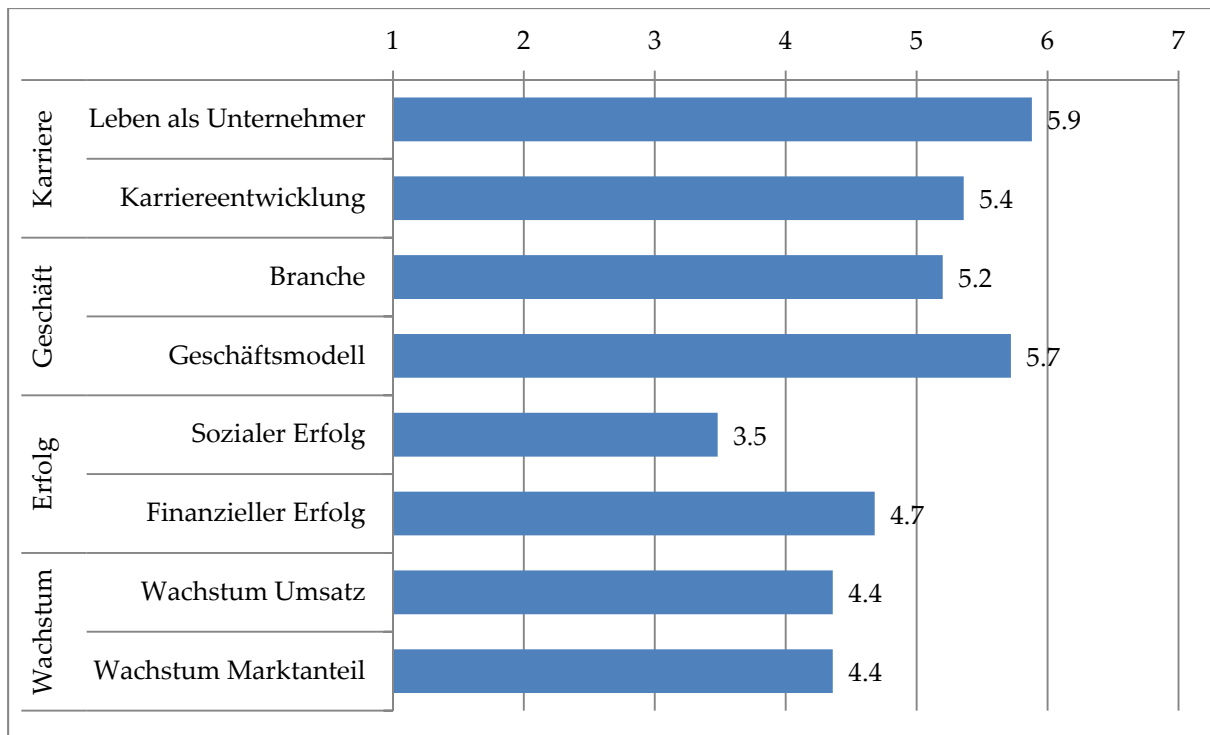


Abbildung 19: Zufriedenheit mit dem gegründeten Unternehmen

So schätzen die Studierenden sowohl das Leben als Unternehmer mit 5.9, als auch die Karriereentwicklung als Unternehmer mit 5.4 ein. Sie würden somit auch wieder dazu tendieren, ein Unternehmen zu gründen. Weiterhin sind sie ebenfalls sehr zufrieden mit der Branche mit 5.2 und dem Geschäftsmodell ihres Unternehmens mit 5.7. Sie würden somit ein ähnliches Unternehmen mit dem Geschäftsmodell und der Branche noch einmal gründen. Eine Diskrepanz ist hingegen zwischen dem niedrigen sozialen Erfolg mit 3.5 und dem moderaten finanziellen Erfolg von 4.7 aufzuzeigen. Während die Unternehmer zufrieden mit dem Gewinn des Unternehmens sind, hat sich der soziale Erfolg aus der unternehmerischen Tätigkeit bisher noch nicht in einem zufrieden stellenden Masse eingestellt. Schliesslich zeigen die Studierenden eine moderate Zufriedenheit mit dem Wachstum des Umsatzes, sowie mit dem Marktanteil des Unternehmens mit jeweils 4.4. Es zeigt sich somit, dass bedingt durch die Start-up Phase der meisten Unternehmen, zwar der grosse Erfolg und das Wachstum der Unternehmen bisher ausgeblieben sind, die Gründer jedoch wieder ein ähnliches Unternehmen gründen und in einer vergleichbaren Branche tätig werden würden. Insbesondere der Faktoren Karriere als Unternehmer wird dabei besonders positiv beurteilt. Die Studierenden schätzen das Leben und die Karriereoption als Unternehmer und würden deshalb wieder ein Unternehmen gründen.

6. Nachfolge in Familienunternehmen

Neben der Möglichkeit einer Neugründung, besteht für verschiedene Studierende auch die Option in das Familienunternehmen ihrer Eltern einzusteigen, beziehungsweise dieses zu übernehmen und auf diese Weise unternehmerisch tätig zu werden. Es wurde deshalb innerhalb von GUESSS 2016 untersucht, welchen familiären Hintergrund die Studierenden an der Universität Liechtenstein haben und ob deren Eltern selbstständig sind, beziehungsweise ein Unternehmen besitzen. In Abbildung 20 ist aufgezeigt, ob die Eltern der Studierenden selbstständig tätig sind.

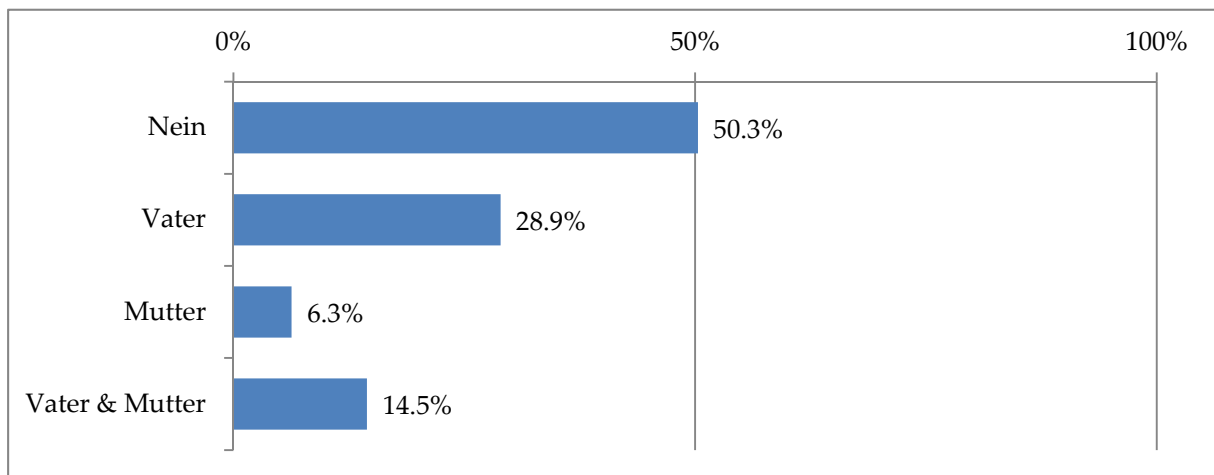


Abbildung 20: Unternehmertum der Eltern

Bei 28.9 Prozent der Studierenden ist der Vater in einem eigenen Unternehmen tätig. Bei 6.3 Prozent der Studierenden an der Universität Liechtenstein hat die Mutter wiederum ein eigenes Unternehmen. Bei 14.5 Prozent der Studierenden arbeiten sowohl die Mutter als auch der Vater in einem eigenen Unternehmen. 50.3 Prozent der Studierenden kommen hingegen nicht aus einem Haushalt, in welchem der Vater oder die Mutter in einem eigenen Unternehmen tätig sind. Damit weist Liechtenstein die höchste Quote potentieller Unternehmensnachfolger aller deutschsprachigen Länder auf.

Um ein genaueres Bild über die Familienunternehmen der Studierenden zu bekommen, wurden verschiedene beschreibende Faktoren bezüglich der Unternehmen abgefragt. So existieren die Unternehmen durchschnittlich seit 33 Jahren und beschäftigen 20.8 Angestellte, was sie als kleine und mittlere Unternehmen qualifiziert. Das kleinste Unternehmen hat hier keine weiteren Mitarbeiter, das grösste Unternehmen 150 Mitarbeiter. 84.1 Prozent der Väter und Mütter der Studierenden leiten dabei das Familienunternehmen auch operativ. Durchschnittlich sind 2.1 Personen der Familie im Familienunternehmen angestellt und 64.6 Prozent der Studierenden hat bereits mindestens einmal im eigenen Unternehmen gearbeitet. Die Familie hält dabei zu 64.5 Prozent 100 Prozent der Anteile des Unternehmens, wobei

nur 6.2 Prozent der Familien weniger als 25 Prozent der Aktienanteile am Unternehmen besitzen. Mehrheitlich arbeiten die Familien somit in dem Unternehmen, das sie auch besitzen.

Die Studierenden aus einem Unternehmerhaushalt wurden äquivalent zur Gründungsabsicht auch nach ihrer Nachfolgeabsicht in dem Familienunternehmen befragt. Dabei wurden den Studierenden fünf Aussagen bezüglich der Absicht zur Übernahme des elterlichen Betriebs zur Auswahl gestellt. Die Studierenden konnten auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft vollkommen zu) antworten. Es ist hier festzustellen, dass die Nachfolgeabsicht mit einer Ausprägung von 3.5 deutlich niedriger liegt als die Gründungsabsicht der Studierenden. Die Nachfolge in dem Unternehmen der Eltern anzutreten ist somit deutlich weniger attraktiv für die Studierenden aus einem Familienunternehmen, als selbst ein Unternehmen zu gründen. Bei den Studierenden, welche das Unternehmen ihrer Eltern übernehmen wollen, steht diese Übernahme bei 22.7 Prozent der Studierenden in weniger als drei Jahren an. Stattdessen wollen sich 77.3 Prozent der Studierenden noch mehr als fünf Jahre Zeit mit der Übernahme des Familienunternehmens lassen. Diese Ergebnisse gehen somit einher mit den Ausprägungen der Berufswahl als Angestellter direkt nach dem Studium und der Absicht der Gründung fünf Jahre nach der Beendigung des Studiums.

Es ist somit festzuhalten, dass Studierende an der Universität Liechtenstein zwar zu einem hohen Anteil aus einem Elternhaus stammen, in dem die Eltern selbstständig sind oder ein Familienunternehmen besitzen. Jedoch verfügen die Studierenden nur über eine geringe Absicht, das Familienunternehmen direkt nach dem Studium zu übernehmen. Stattdessen wollen sie sich noch mehr als fünf Jahre Zeit lassen, bis sie in das Unternehmen eintreten.

7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Der GUESSS Bericht 2016 analysiert die Berufsabsichten und unternehmerischen Aktivitäten von Studierenden. Im Jahr 2016 haben Universitäten und Hochschulen aus 50 Ländern an der Umfrage teilgenommen. Gesamthaft konnte ein Rücklauf von über 122'509 Fragebogen verzeichnet werden, wovon 159 von der Universität Liechtenstein stammen. Als eines der wichtigsten Konstrukte wurden die unternehmerischen Absichten der Studierenden erhoben. Liechtenstein kann dabei seine guten Ergebnisse der Jahre 2006, 2008, 2011 und 2013 bestätigen und nimmt zum fünften Mal in Folge einen Spitzenplatz ein. Liechtenstein liegt mit einem Wert von 4.5 für die unternehmerische Absicht über dem internationalen Durchschnitt von 4.3 und übertrifft damit alle deutschsprachigen Länder (Deutschland 2.8, Österreich 2.9 und Schweiz 3.2).

Weiter wurden in GUESSS 2016, wie auch in den vorangegangenen Jahren der Durchführung, die Berufsabsichten von Studierenden in Liechtenstein untersucht (Abbildung 21).

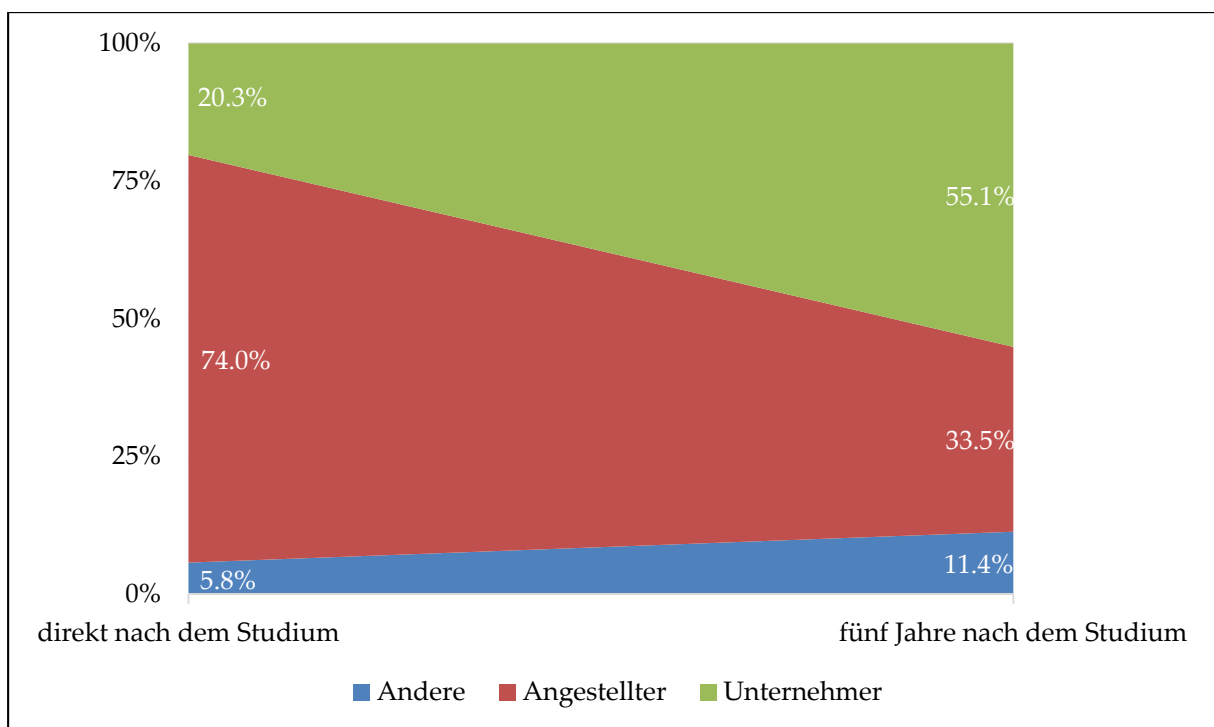


Abbildung 21: Gründung direkt und fünf Jahre nach dem Studium

Obwohl 74.0 Prozent der Studierenden direkt nach dem Studium ein Angestelltenverhältnis eingehen möchten, verschiebt sich diese Quote fünf Jahre nach dem Studium zugunsten der Unternehmensgründung. Während direkt nach dem Studium 20.3 Prozent die Selbstständigkeit und Unternehmensgründung anstreben, steigt dieser Wert 5 Jahre nach dem Studium auf 55.1 Prozent. Damit werden die Ergebnisse der Untersuchungen der Jahre 2006, 2008,

2011 und 2013 bestätigt, in denen die Gründung eines eigenen Unternehmens die am stärksten präferierte Berufsabsicht der Studierenden fünf Jahre nach dem Studium ist. Somit hat sich die Berufsabsicht unternehmerisch tätig zu werden mehr als verdoppelt.

Die beruflichen Absichten und unternehmerischen Aktivitäten von Studierenden sind von verschiedenen Einflussfaktoren abhängig, wie die Auswertung von GUESSS 2016 zeigen kann. So hat das persönliche Umfeld eine positive Ausprägung auf die Gründung eines Unternehmens bei den Studierenden der Universität Liechtenstein. Freunde, Familie und Mitstudierende würden positiv auf eine Gründung reagieren. Auch die Persönlichkeit der Studierenden durch die langfristige Zielorientierung und die Beharrlichkeit ist positiv auf die Förderung der eigenen Unternehmensgründung ausgerichtet. Studierende, welche bereits gegründet haben, zeigen hier deutlich höhere Ergebnisse, als Studierende ohne ein eigenes Unternehmen. Dass die Studierenden sich jedoch gut auf eine Karriere als Unternehmer vorbereitet wissen, zeigt die Untersuchung der Kompetenzen zur unternehmerischen Aktivität. Die gute Entwicklung der Kompetenzen und der „ready to go“ Gedanke ist auch in den aktiven Gründungen an der Universität Liechtenstein während der Studienzeit wiederzufinden. Schliesslich hat die Universität Liechtenstein durch ein gutes unternehmerisches Klima und vielfältige Unterstützungsangebote einen positiven Einfluss auf die Gründung während oder nach dem Studium durch Studierende.

15.7 Prozent der Studierenden sind bereits aktive Gründer. Dieser Anteil liegt weit über dem internationalen Durchschnitt von 8.8 Prozent und auch über dem Anteil der Gründer in den deutschsprachigen Ländern (Deutschland 3.9, Österreich 5.8 und die Schweiz 3.5 Prozent). Weitere 27.7 Prozent der Studierenden sehen sich als potentielle Gründer, sie haben bereits erste Schritte unternommen ein Unternehmen zu gründen oder haben dies in naher Zukunft vor. Das ist mehr als der internationale Durchschnitt von 21.9 Prozent. Liechtensteiner Studierende sind somit deutlich unternehmerisch aktiver, als Studierende in anderen Ländern. Die Studierenden sind jedoch unterschiedlich weit in ihrer Gründung vorangeschritten. Somit müssen auch die Angebote der Universität individuell auf die jeweilige Phase der Gründung angepasst werden.

Eine weitere wichtige Funktion der Universität, insbesondere in der Planungsphase des potentiellen Unternehmens, ist der Austausch mit anderen Studierenden und die Anregung der Findung von Geschäftsideen. So geben 49.4 Prozent der Gründer an, durch die Universität ihre Geschäftsidee generiert zu haben. Berufliche Tätigkeiten spielen hingegen in der Entwicklung von Geschäftsideen nur eine untergeordnete Rolle, da die meisten Studierenden noch nicht voll in das Berufsleben integriert sind. Jedoch haben Freizeitaktivitäten mit 43.9

Prozent einen hohen Anteil an der Entwicklung von Geschäftsideen. Diese Ideen aus Freizeitaktivitäten gilt es dann durch Unterstützung der Studierenden zu kanalisieren, in Geschäftsideen zu formulieren und durch die Vorbereitung der Unternehmensgründung zu forcieren. Der Universität kommt hierbei eine tragende Rolle zu, Studierende bekommen Unterstützung zur Bewertung und Entwicklung von Geschäftsideen. Weiterhin diskutieren die Studierenden zum Grossteil ihre Geschäftsideen für zukünftige Gründungen. Aus dieser Diskussion ergeben sich häufig auch Unternehmerteams. An der Universität Liechtenstein finden 76.9 Prozent der Studierenden ihre potentiellen Gründungspartner. Innerhalb des Curriculums und der Kurse zu Entrepreneurship sollte die Universität demnach darauf achten, dass Zeit zur Diskussion von Ideen und der Entwicklung von Umsetzungsmöglichkeiten in Teams eingeräumt wird. So können sich Ideen zu Unternehmen entwickeln und Mitstudierende zu Gründungspartnern werden.

Der Integration des Unternehmertums in das Curriculum ist sich die Universität Liechtenstein sehr bewusst. So können Studierende hier ihr Studium auf Entrepreneurship fokussieren, aber auch Wahlkurse zu Entrepreneurship besuchen. Hierbei ist es gelungen, die Wahlfächer zu Entrepreneurship in das Curriculum von verschiedenen Studiengängen zu integrieren und den Anteil von Studierenden in diesen Kursen um rund 10 Prozent zu steigern. Nur 31.3 Prozent der Studierenden haben bisher noch keinen Kurs zu Entrepreneurship besucht. Neben den Kursen bietet die Universität Liechtenstein auch eine individuelle Betreuung der Studierenden mit ihren Gründungen an. Hier sind Projektarbeiten zu Business- und Finanzierungsplänen, die Einrichtung von kostenfreien Räumlichkeiten zur Unternehmensgründung oder das Angebot von Tagungen und Vorträgen mit aktiven Unternehmern zu nennen. Weiterhin können Studierende am Businessplan Wettbewerb Liechtenstein teilnehmen oder durch das KMU Zentrum Unterstützung bei der praktischen Umsetzung der Unternehmensgründung erhalten. Damit verfügt das Land Liechtenstein im Verhältnis zu seiner geringen Grösse und Studierendenanzahl über eine grosse Breite an Angeboten, die speziell auf Unternehmer ausgerichtet sind. Ebenfalls zu erwähnen ist die überdurchschnittlich hohe Qualität der Angebote und der damit verbundene Nutzen für die Studierenden.

Schliesslich können die positiven Ergebnisse bezüglich der Gründungsquote und der unternehmerischen Absichten, aber auch der Berufsabsichten und der wahrgenommenen Kompetenzen der Studierenden, massgeblich auf die Universität und deren Klima zurückgeführt werden. So schätzen die Studierenden die Atmosphäre und das Klima zur Förderung der Unternehmensgründung an der Universität Liechtenstein als sehr gut ein. Dieses ist mit 5.1 deutlich besser ausgeprägt als der internationale Durchschnitt von 4.2. Die Studierenden haben mit einem Anteil von 28.5 Prozent ihr Studium an der liechtensteinischen Bildungs-

einrichtung gewählt, da diese eine Reputation in Bezug auf Entrepreneurship hat. Diese Reputation ist ein Erfolgskriterium, das sich aus vollzogenen Gründungen von ehemaligen Studierenden der Universität, aber auch aus Einschätzungen von Praktikern über Studierende und deren unternehmerisches Handeln in bestehenden Unternehmen ergibt. Die Universität Liechtenstein sollte diese Strategie der Förderung des Entrepreneurships bei Studierenden konsequent beibehalten, um auch in der Zukunft innovative und unternehmerische Studierende ausbilden zu können.

Literatur

- 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.
- Baldegger, U., Schröder, S. & Furtner M. (2016). The self-loving entrepreneur: Dual narcissism and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Venturing (Im Druck)*.
- 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.
- Bergmann, Heiko; Halter, Frank 2006: *International Survey on Collegiate Entrepreneurship - Länderbericht Liechtenstein 2006*. St. Gallen: Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG).
- Fueglistaller, U., Müller, C., Müller, S. & Volery, T. (2016). *Entrepreneurship: Modelle-Umsetzung-Perspektiven: mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16 (4), 353-385.
- Zäch, S., Baldegger, U. & Schröder, S. (2014). *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden an der Universität Liechtenstein. Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2013)*. Vaduz: Institut für Entrepreneurship an der Universität Liechtenstein.

Das Projekt wird von folgenden Institutionen unterstützt:



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



KMU-HSG

Schweizerisches Institut für Klein- und
Mittelunternehmen an der Universität
St. Gallen
www.kmu-unisg.ch



Ernst & Young

www.ey.com