



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



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

Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University  
Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2018)

Urs Baldegger, Anna Bachmann, Marco Furtner, Thomas Maran

Zitierweise:

Baldegger, U., Bachmann, A., Furtner, M. & Maran, T.(2019). *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden an der Universität Liechtenstein. Ergebnisse für die Universität Liechtenstein aus dem Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2018).*

Vaduz: Universität Liechtenstein.

Titelfoto:

Studierende im Architekturatelier der Universität Liechtenstein.

## 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.....	17
4. Studierende im Gründungsprozess.....	22
5. Vollzogene Unternehmensgründungen.....	27
6. Nachfolge in Familienunternehmen .....	30
7. Eine unternehmerische Universität .....	32

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen .....	2
Abbildung 2: 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 .....	8
Abbildung 6: Detaillierte Berufsabsichten direkt nach dem Studium und 5 Jahre danach.....	9
Abbildung 7: Reaktion des persönlichen Umfelds auf Unternehmertum .....	12
Abbildung 8: Wahrgenommene Kompetenzen der Studierenden.....	14
Abbildung 9: Bewertung des unternehmerischen Klimas.....	17
Abbildung 10: Unternehmerische Reputation und Hochschulwahl.....	18
Abbildung 11: Besuch von Kursen zu Gründungsaktivitäten.....	19
Abbildung 12: Erfolgreicher Einsatz des Kursangebots .....	20
Abbildung 13: Gründertypen in Liechtenstein .....	22
Abbildung 14: Bereits unternommene Schritte bei der Unternehmensgründung.....	24
Abbildung 15: Anzahl Gründungspartner .....	25
Abbildung 16: Firmenperformance im Vergleich zum direkten Wettbewerb.....	28
Abbildung 17: Branchen der gegründeten Unternehmen .....	29
Abbildung 18: Unternehmertum der Eltern .....	30
Abbildung 19: Gründung direkt und fünf Jahre nach dem Studium .....	32

## Zusammenfassung

In der aktuellen GUESS-Studie zur unternehmerischen Ausrichtung Studierender hat die Universität Liechtenstein zum sechsten Mal in Folge einen Spitzenplatz eingenommen. Weit vor allen anderen deutschsprachigen Ländern platziert, wird sie ihrem Ruf gerecht, beste Voraussetzungen für Unternehmensgründer zu bieten.

GUESS steht für „Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey“, eine internationale Untersuchung zum unternehmerischen Denken und Handeln von 208'636 Studierenden aller Fachbereiche in 56 Ländern. In Liechtenstein fand die erste Untersuchung 2006 statt, 2018 wurde bereits die sechste Datenerhebung durchgeführt.

Die Universität Liechtenstein konnte ihre Spitzenposition der vergangenen Jahre halten und liegt mit einem Mittelwert von 4.4 auf der siebenteiligen Bewertungsskala bei den unternehmerischen Aktivitäten ihrer Studierenden klar vor den anderen deutschsprachigen Ländern, die Werte zwischen 3.5 und 3.7 erreichten. 26 Studierende an der Universität Liechtenstein sind bereits aktive Gründer und weitere 71 Studierende befinden sich im Prozess der Unternehmensgründung.

An der Universität Liechtenstein herrscht ein gutes Klima für unternehmerische Absichten. Die Studierenden bescheinigen ihrer Alma Mater die aussergewöhnliche Förderung der Entwicklung von Geschäftsideen und eine Ermutigung zu unternehmerischem Handeln. 23.4 Prozent der befragten Studierenden haben die Universität Liechtenstein wegen ihrer guten unternehmerischen Reputation gewählt und schätzen besonders auch das Kursangebot zum Thema Entrepreneurship: Auf der Bachelorstufe gibt es die Vertiefung „International Management & Entrepreneurship“ und auf der Masterstufe den Studiengang „Entrepreneurship“. Diese gute Atmosphäre zur unternehmerischen Entwicklung wirkt auch über den Studienabschluss hinaus nach. Direkt nach dem Studium streben 11.4 Prozent der Studierenden die Selbstständigkeit und Unternehmensgründung an, fünf Jahre später steigt dieser Wert auf 48.8 Prozent.

Im Vergleich zu den früheren Datenerhebungen hat sich der Fokus der Geschäftsfelder deutlich verändert: Mit 34.6 Prozent klar an der Spitze steht Digital Entrepreneurship, das durch die unternehmerische Anwendung von Informationstechnologien (IT) und Kommunikation charakterisiert ist. Dann folgen die Geschäftsfelder Architektur und Ingenieurwissenschaften, Marketing/Design und unterschiedliche Formen der Unternehmens- und Rechtsberatung. Diese Branchen werden durch die Studienschwerpunkte der Universität Liechtenstein repräsentiert. Die Studierenden der Universität tendieren somit in Branchen zu gründen, die nahe an ihren Studienschwerpunkten liegen.

## 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 die Unternehmensgründungen und die 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 2018 ist es, einen Überblick über die Berufsabsichten von Studierenden zu geben. Verschiedene Einflussfaktoren können identifiziert werden, welche die Berufswahl direkt oder indirekt beeinflussen. Hinsichtlich des persönlichen Hintergrunds wurden Fragen zu 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 sowie zu neuen oder einer Aufwertung der bestehenden Angebote führen. Beispielsweise können die Erfahrungen durch 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.

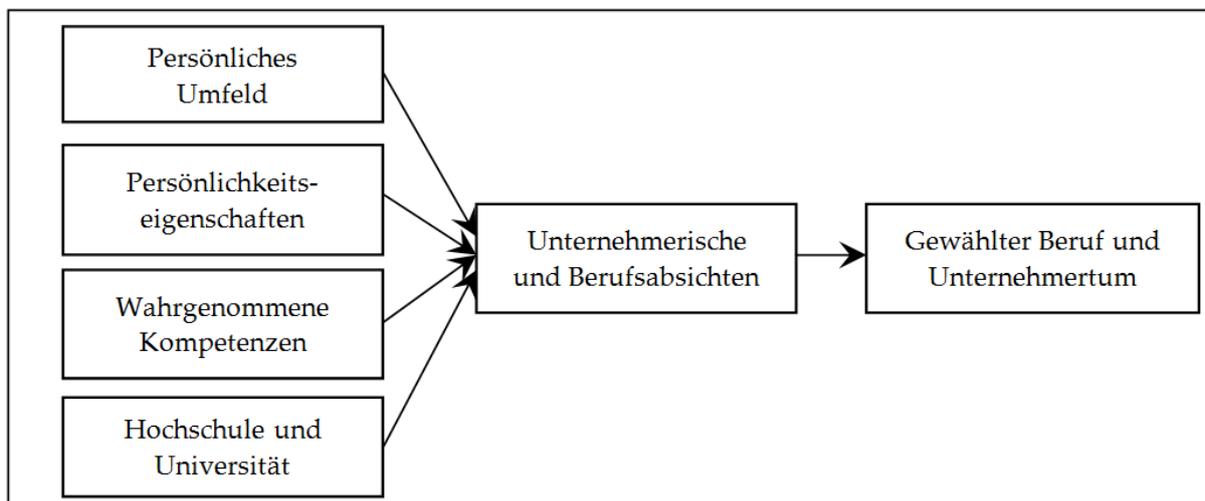
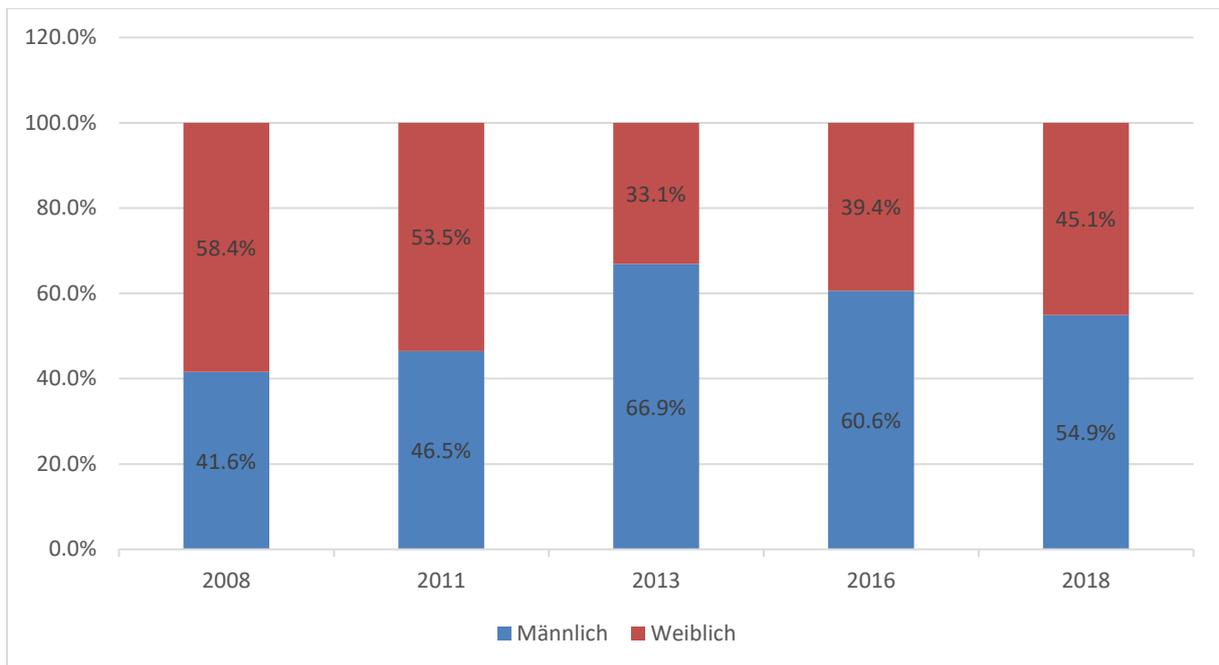


Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen

### 1.3. Stichprobenbeschreibung

Im Herbst 2018 wurde in 56 verschiedenen Ländern eine grossangelegte, quantitative Erhebung durchgeführt. Mehr als eine Million Studierende von unterschiedlichen Universitäten und Hochschulen wurden kontaktiert, was zu einem Rücklauf von 208'636 Fragebögen führte. In Liechtenstein nahmen 324 Studierende an der Umfrage teil, was einer Rücklaufquote von 49.6 Prozent entspricht. Damit konnte die hohe Rücklaufquote der vergangenen Jahre noch einmal gesteigert werden (2016=37.8 Prozent). Dies kann als Indikator für das Interesse an der Thematik ausgelegt werden.

Von den 324 Teilnehmenden der Universität Liechtenstein waren 45.1 Prozent (n=146) Frauen und 54.9 Prozent (n=178) Männer. Die Werte haben sich im Vergleich zur Umfrage 2016 deutlich verändert: Der Anteil von Frauen, die an der Umfrage teilgenommen haben, ist von 39.4 Prozent auf 45.1 Prozent gestiegen; der Anteil von Männern von 60.6 Prozent auf 54.9 Prozent gesunken. So liegt die Verteilung international bei 54.4 Prozent Frauen und 45.6 Prozent Männer. Liechtenstein weist damit einen überdurchschnittlichen Anteil an männlichen Umfrageteilnehmern auf, der 9.3 Prozent über dem internationalen Durchschnitt liegt.



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

Das Durchschnittsalter der Umfrageteilnehmer betrug 25.0 Jahre (17-40 Jahre; SD = 4.38). Damit entspricht die Altersstruktur der Stichprobe ungefähr jener der GUESS-Studie 2016. Von den 324 Studierenden waren 59.0 Prozent (n=191) als Bachelor-, 39.5 Prozent (n=128) als Mas-

ter- und 1.5 Prozent (n=5) als PhD-Studierende eingeschrieben. Die Studierenden sind weiterhin zu 61.1 Prozent (n=198) in einem betriebswirtschaftlichen Studiengang sowie zu 38.8 Prozent (n=126) in dem Studiengang Architektur eingeschrieben.

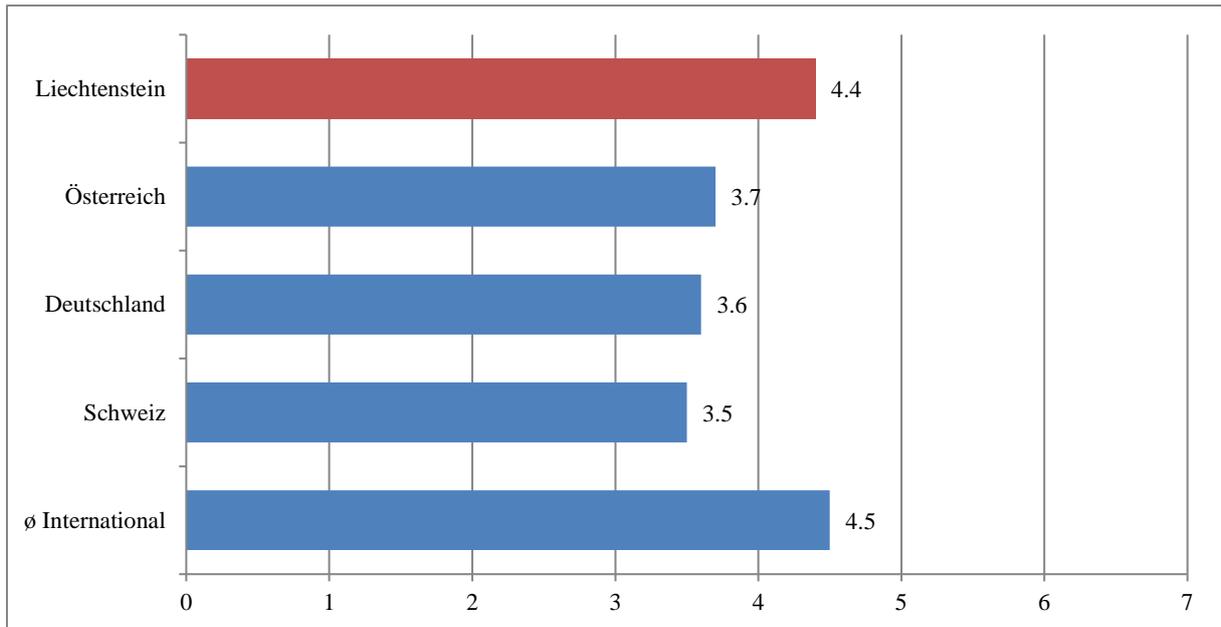
Der internationale Datensatz setzt sich zu 79.1 Prozent aus Bachelor-, 12.9 Prozent aus Master- und 2.9 Prozent aus PhD-Studierenden und 5.1 Prozent aus MBA-Teilnehmern zusammen. Die Verteilung im internationalen Datensatz hat sich somit im Vergleich zu der Durchführung in 2016 verändert; der Anteil der Bachelorstudierenden hat zu und der Anteil der Masterstudierenden abgenommen. Auch der Anteil an Promovierenden in der internationalen Befragung hat leicht abgenommen. Der Anteil an Bachelorstudierenden liegt damit in Liechtenstein um 20.1 Prozent tiefer als im internationalen Vergleich. Umgekehrt liegt der Anteil an Studierenden auf der Masterstufe um 23.4 Prozent höher als international. Der Anteil der PhD-Studierenden ist in beiden Untersuchungsgruppen 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, je nachdem 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.

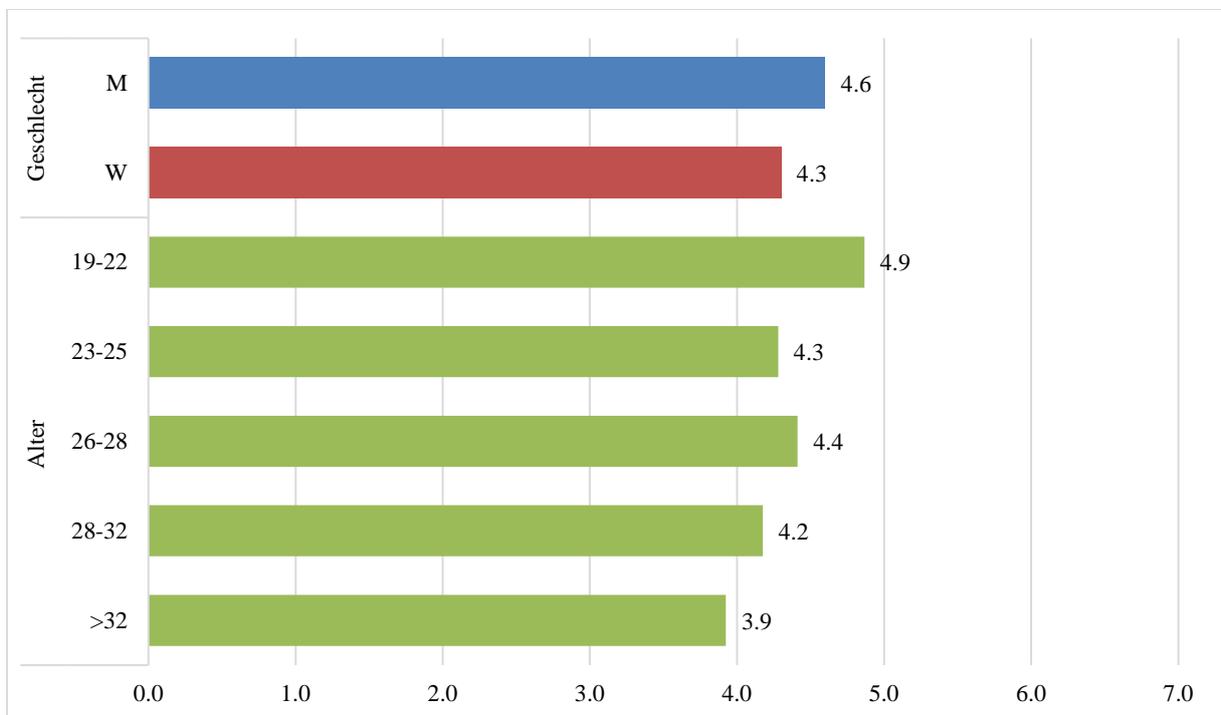
### **2.1. Unternehmerische Absichten**

Einer der zentralen Inhalte der GUESSS-Untersuchung ist die Erfassung der unternehmerischen Absichten der Studierenden. Wie auch in GUESSS 2016 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. Die Ergebnisse der Gründungsabsichten der Studierenden sind in der Abbildung 3 dargestellt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Studierenden aus Liechtenstein mit einem Wert von 4.4 eine hohe Ausprägung der unternehmerischen Absichten aufweisen. Damit liegt Liechtenstein im internationalen Durchschnitt, der 4.5 beträgt. Insbesondere in den sich entwickelnden Ländern liegen die unternehmerischen Absichten von Studierenden über dem Durchschnitt. Verglichen mit industrialisierten und westlichen Ländern kann Liechtenstein hingegen seine Spitzenposition verteidigen. So weist Liechtenstein im Vergleich mit den deutschsprachigen Ländern den höchsten Wert auf. Der Vergleichswert beträgt für Österreich 3.7, Deutschland 3.6 und die Schweiz 3.5. Damit werden die Ergebnisse der GUESSS-Studie aus dem Jahr 2016 bestätigt, in dem Liechtenstein bereits die höchste Ausprägung des Entrepreneurship-Indexes aller teilnehmenden deutschsprachigen Länder aufweisen konnte. Die nachfolgende Abbildung 3 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 in Abbildung 4 die Gründungsabsichten im Detail betreffend das Geschlecht und das Alter dargestellt.

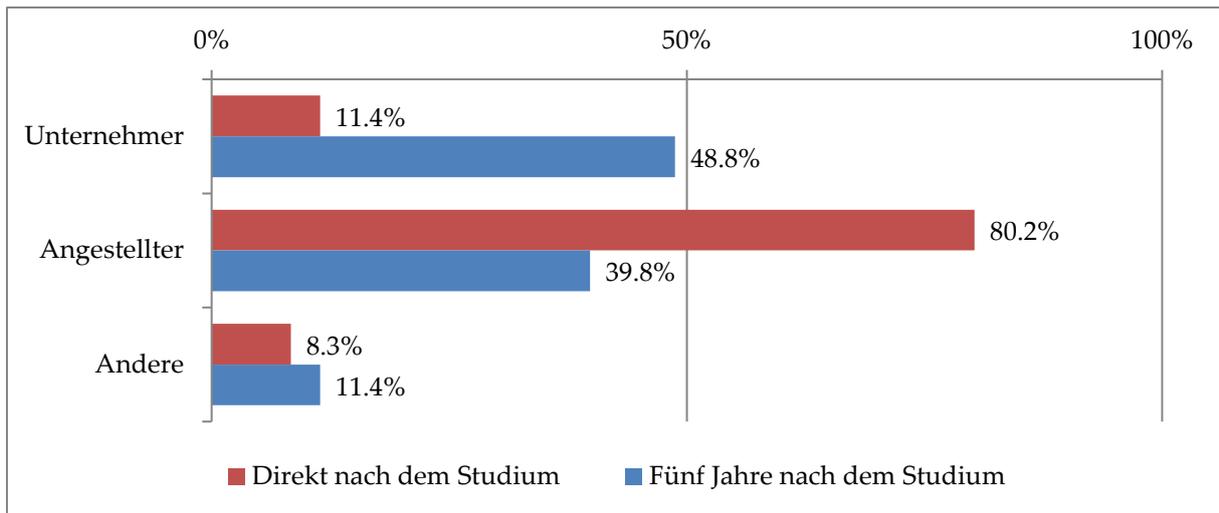


**Abbildung 4: Unternehmerische Absichten eingeteilt nach Geschlecht und Alter**

Interessante Ergebnisse können dem Vergleich von männlichen und weiblichen Umfrageteilnehmenden entnommen werden. Männliche Studierende (4.6) weisen um 0.3 Punkte höhere unternehmerische Absichten auf als weibliche Studierende (4.3). Männliche Studierende der Universität Liechtenstein haben demnach eine stärkere Absicht, unternehmerisch tätig zu werden. Es können hier die Ergebnisse von GUESSS 2016 teilweise bestätigt werden, wo eine Abweichung von 1.0 zwischen den Geschlechtern bezüglich der unternehmerischen Absicht festgestellt werden konnte. In einem weiteren Schritt wird das Alter der Studierenden in Bezug auf die unternehmerische Absicht analysiert und die Studierenden zu diesem Zweck in ähnlich grosse Altersgruppen eingeteilt. Die Einteilung gliedert sich wie folgt: 19 bis 22 Jahre (n=102), 23 bis 25 Jahre (n=109), 26 bis 28 Jahre (n=61), 28 bis 32 Jahre (n=37) und ältere (n=15). Interessanterweise ist die Absicht, ein Unternehmen zu gründen, im Alter von 19 bis 22 Jahre mit 4.9 am stärksten ausgeprägt.

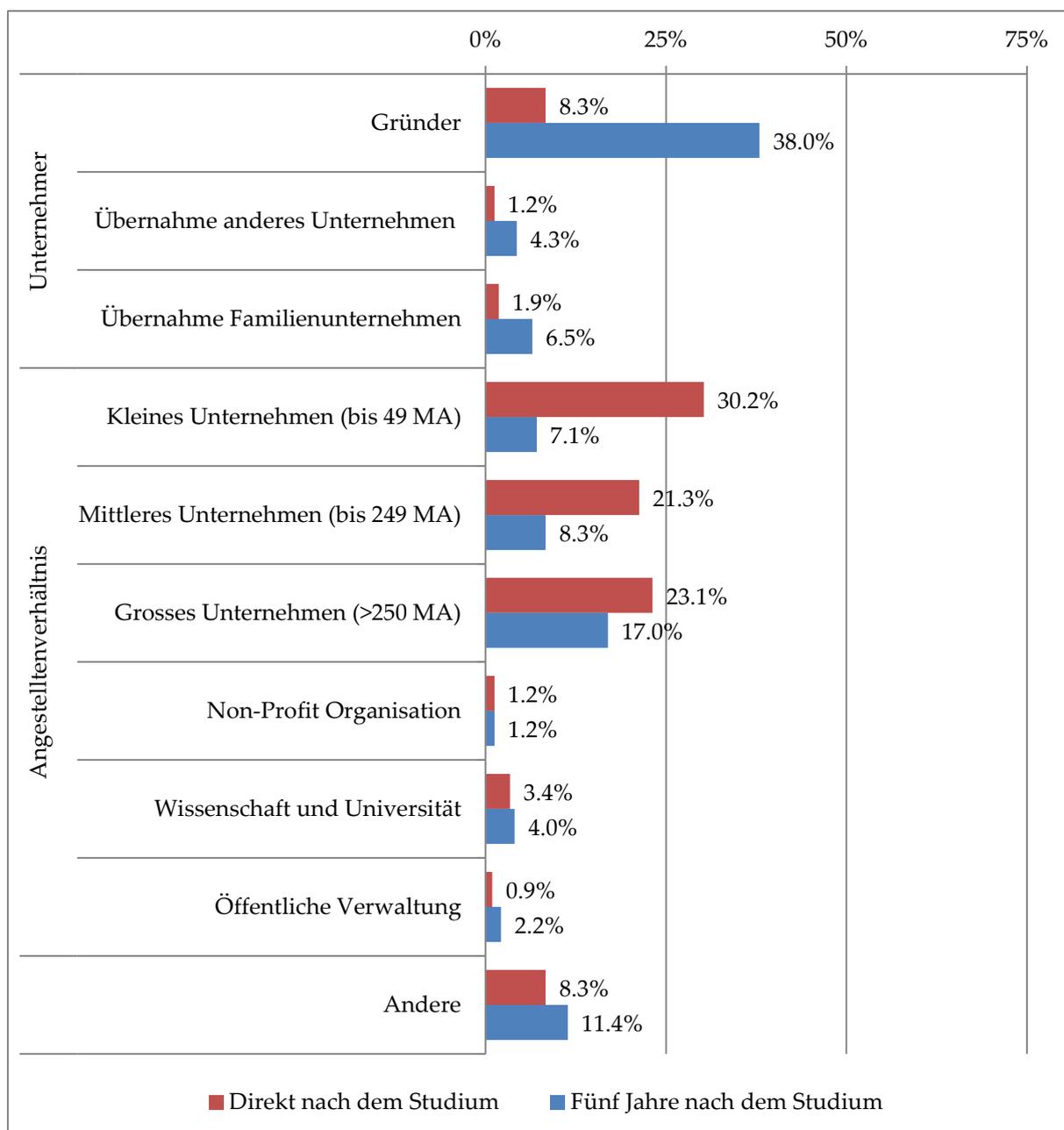
## **2.2. Berufliche Zukunftsvorstellungen**

Die beruflichen Zukunftsvorstellungen von Studierenden stellen einen wichtigen Beitrag in GUESSS 2018 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 80.2 Prozent der Studierenden ein Angestelltenverhältnis, 11.4 Prozent den Gründerstatus oder die Unternehmensnachfolge und 8.3 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 80.2 Prozent; > fünf Jahre 39.8 Prozent). Diese Abnahme des Angestelltenverhältnisses geht zugunsten von „Selbst ein Unternehmen zu gründen“ oder „Die Nachfolge in einem Unternehmen anzutreten“ (direkt 11.4 Prozent; > fünf Jahre 48.8 Prozent). „Andere Berufsabsichten“ nehmen leicht von 8.3 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 (30.2 %), mittleres (21.3 %) oder in ein grosses Unternehmen (23.1 %). 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 fünf Jahre nach dem Studium um 23.1 Prozent zurück, während die Attraktivität von Mittelunternehmen um 13.0 Prozent und von Grossunternehmen um 6.1 Prozent abnimmt.

Dafür steigt der Wunsch einer Unternehmensgründung um 29.7 Prozentpunkte auf 38.0 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 3.1 Prozent direkt nach dem Studium um 7.7 Prozent auf 10.8 Prozent. Davon entfallen fünf Jahre nach dem Studium 6.5 Prozent auf die Übernahme eines Familienunternehmens, während 5.3 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 der Übernahmen fünf Jahre nach Abschluss des Studiums. Sowohl die Zunahme bezogen auf eine eigene 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 weiterem Ausbildungsschritt zurückgeführt werden. Die Studierenden sehen die organisationale Karriere als potenzielle Fortsetzung ihrer Ausbildung an, sie wollen hier Erfahrungen sammeln, welche ihnen in einer späteren unternehmerischen Tätigkeit zugute kommen.

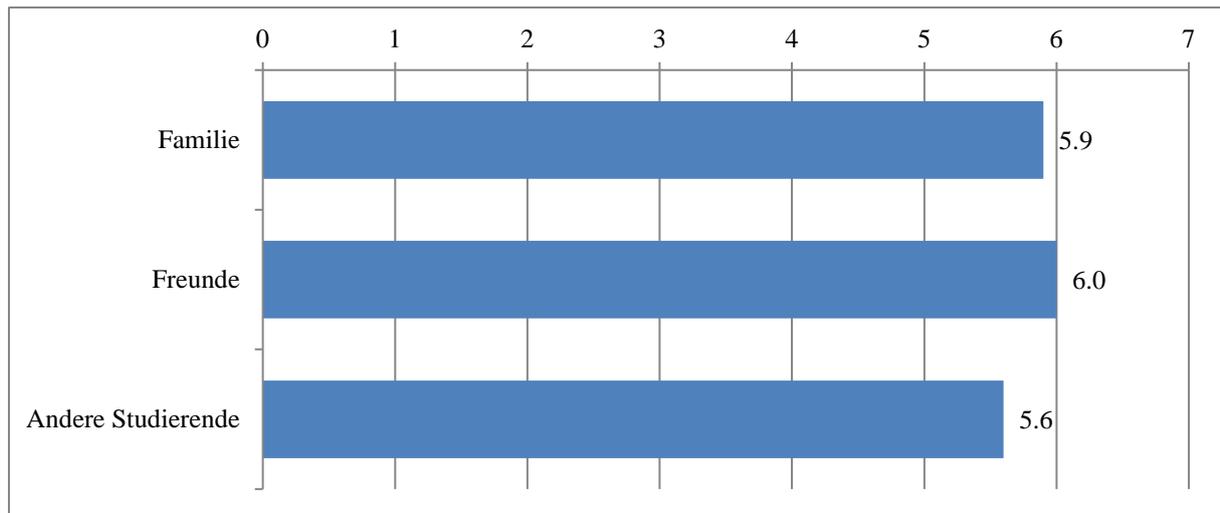
Studierende können jedoch nach dem Studium relevante Unterstützungsangebote der Universität nicht mehr nutzen. Es ist somit zu empfehlen, dass die Gründungsförderung über die Studienzeit hinausgehen sollte und auch den Alumni in Form von Kursen und Unterstützungsangeboten in Bezug auf Unternehmertum zur Verfügung gestellt wird. Denkbar wären hier Unterrichts- oder Vortragsangebote, in denen sich Gründer und potenzielle Gründer austauschen, an denen sowohl Studierende als auch Alumni teilnehmen können. Die Realisierung des Gründungspotenzials 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 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 im gesamten Datensatz für Liechtenstein behandeln 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. Die Wahrnehmung der Attraktivität des Unternehmertums durch die Studierenden wird massgeblich durch das erweiterte Umfeld der Studierenden, wie beispielsweise deren Mitstudierende und deren Freunde, geprägt. Da die Studierenden kontinuierlich auf die Anerkennung durch ihr Umfeld angewiesen sind, wie eine Studie von Baldegger, Schröder und Furtner (2017, S. 12) zeigt, ist insbesondere die positive Anerkennung des Unternehmertums hier von Interesse. Aufgrund dessen wurden die Studierenden auch gefragt, wie das Umfeld auf eine Unternehmensgründung reagieren würde. Dabei konnten die Studierenden zu dem Umfeld der Familie, der Freunde sowie anderer Studierender 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 mit einem Wert von 6.0 am besten auf die Unternehmensgründung. Leicht unter diesem Maximum, aber immer noch mit einem hohen Mittelwert, liegen die Mitstudierenden mit 5.6. Es kann somit ausgesagt werden, dass das persönliche Umfeld positiv auf die Gründung von 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 2018 wurden die Studierenden der Universität Liechtenstein bezüglich verschiedener Persönlichkeitseigenschaften befragt. Dass Persönlichkeitseigenschaften auch einen Effekt auf das Unternehmertum haben können, zeigen viele wissenschaftliche Untersuchungen (Rauch & Frese, 2007). In der hier vorgelegten Auswertung der Daten konzentrieren wir uns auf zwei Facetten der Persönlichkeit: Erstens die Kontrollwahrnehmung der Studierenden; zweitens den langfristigen Fokus auf gesetzte Ziele und die Beharrlichkeit, mit der diese Ziele verfolgt werden.

Die Kontrollwahrnehmung ist eine Persönlichkeitseigenschaft, die in der Literatur zum Unternehmertum besonders häufig untersucht wurde (Baldegger, Schröder & Furtner 2017). Die

Kontrollwahrnehmung variiert zwischen internaler und externaler Kontrollwahrnehmung. Menschen mit einer hohen internalen Kontrollwahrnehmung glauben, das eigene Leben weitgehend selber beeinflussen und gestalten zu können. External Kontrollierte sind hingegen der Überzeugung, weitgehend vom Schicksal und mächtigen Dritten abhängig zu sein.

In der GUESSS-Untersuchung 2018 wird deutlich, dass sich die Studierenden in hohem Masse als selbst kontrolliert empfinden und daran glauben, den beruflichen Erfolg weitgehend selber bestimmen zu können. Die Studierenden mussten Aussagen wie «Wenn ich Pläne mache, bin ich ziemlich sicher, dass ich sie auch umsetzen werde» auf einer siebenstufigen Skala einschätzen, die von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft vollkommen zu) reicht. Die Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass die internale Kontrollwahrnehmung mit einem Wert von 5.3 bei den Studierenden stark ausgeprägt ist, auch im Vergleich zum internationalen Durchschnitt von 5.1. Positiv und signifikant korreliert die Kontrollwahrnehmung mit mehreren der untersuchten Variablen, beispielsweise mit den unternehmerischen Absichten ( $r = .36^{**}$ ), den wahrgenommenen Kompetenzen ( $r = .52^{**}$ ) und dem unternehmerischen Klima an der Universität ( $r = .43^{**}$ ).

Die zweite untersuchte Persönlichkeitseigenschaft bezieht sich auf den langfristigen Fokus auf gesetzte Ziele und die Beharrlichkeit, mit der diese Ziele verfolgt werden. Eine hohe Ausprägung dieser beiden Merkmale gilt als zuverlässiger Prädiktor für das erfolgreiche Bewältigen von grossen Herausforderungen. Menschen, die eine starke Ausprägung dieser Merkmale aufweisen, zeichnen sich durch ihre langfristige Zielklarheit aus sowie die Tatsache, dass sie sich nicht vom Weg der Zielerreichung abbringen lassen. Auch dann nicht, wenn äussere Umstände negativ auf den Prozess der Zielerreichung einwirken und diesen zusätzlich erschweren. Fokussierung und Beharrlichkeit sind demnach Persönlichkeitsmerkmale, die für Gründer und Studierende mit Gründungsabsicht von zentraler Bedeutung sind; dies ist wissenschaftlich gut belegt (Duckworth, Peterson, Matthews, & Kelly, 2007).

Der langfristige Fokus auf Ziele und die Beharrlichkeit wurden nicht in der ganzen GUESSS-Studie, sondern ausschliesslich in ausgewählten Ländern (Liechtenstein, Österreich und Westschweiz) untersucht. Dabei sollten die Studierenden bezüglich zehn Aussagen zu ihrem langfristigen Fokus und ihrer Beharrlichkeit auf einer Skala von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft vollkommen zu) antworten. Der langfristige Fokus hat einen Mittelwert von 3.9, während die Beharrlichkeit mit 4.8 ausgeprägt ist. Die Studierenden zeigen bezüglich des langfristigen Fokusses auf Ziele einen mittelhoch und bezüglich der Beharrlichkeit einen hoch ausgeprägten Wert. Die Studierenden wechseln ihre Ziele somit noch häufig, verfolgen diese aber mit einer hohen Beharrlichkeit. Dieses Muster ist typisch für junge Menschen, die sich in ihrer

beruflichen Entwicklung in der Phase der Exploration und des Experimentierens befinden (Hall, 2002).

### 3.3. Wahrgenommene Kompetenzen

In der GUESSS Studie 2018 wurden die Studierenden nach der Einschätzung ihrer Kompetenzen bezüglich einer möglichen Unternehmensgründung befragt. Die Studierenden mussten hierfür ihre Kompetenzen auf einer Skala von 1 (sehr geringe Kompetenz) bis 7 (sehr hohe Kompetenz) einschätzen. In Abbildung 8 sind die Ergebnisse der Studierenden von Liechtenstein im internationalen Vergleich dargestellt.

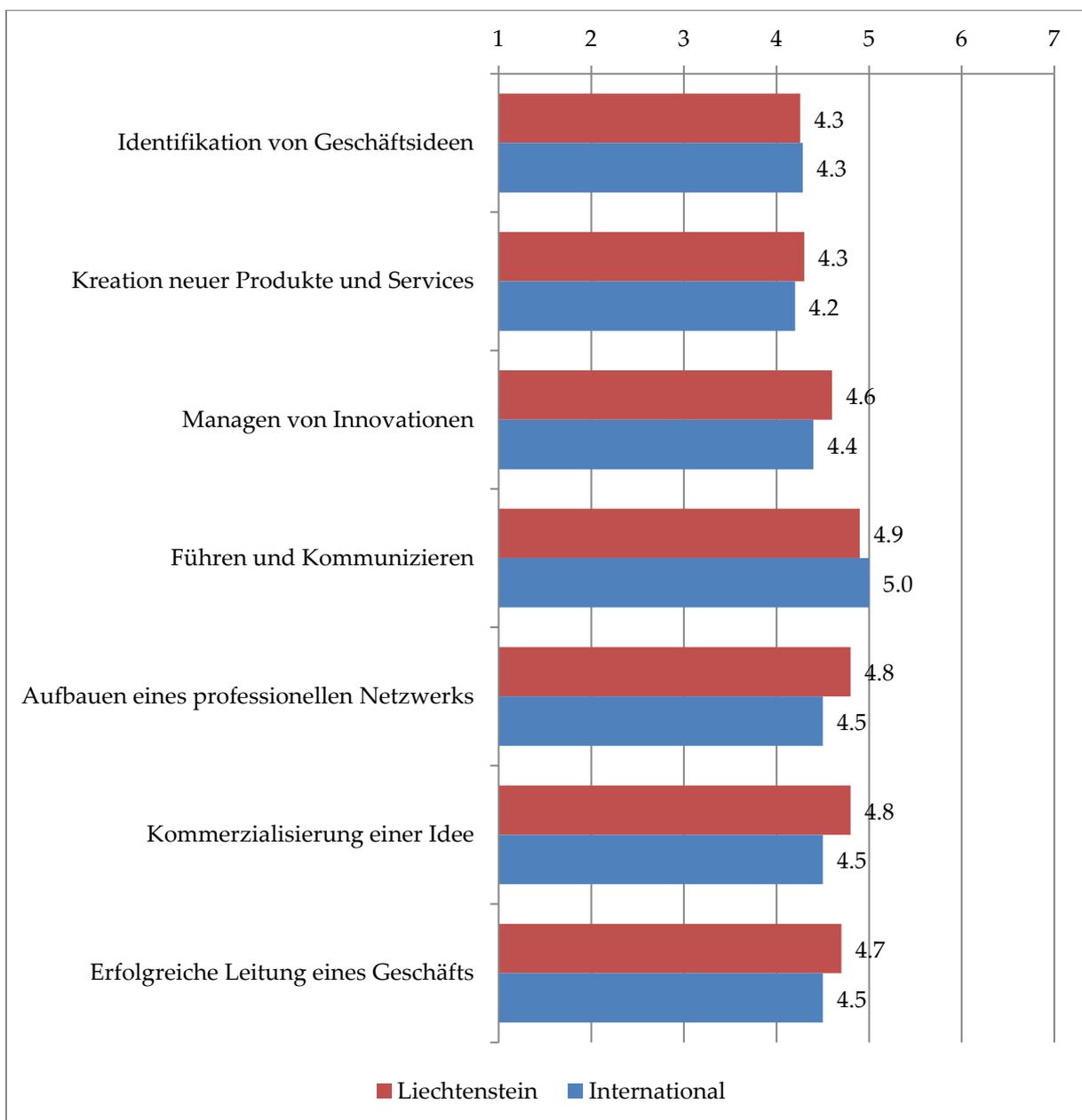


Abbildung 8: Wahrgenommene Kompetenzen der Studierenden

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 der meisten Kompetenzen einen höheren Mittelwert als die internationale Vergleichsgruppe. Mit einem Mittelwert über alle sieben Kompetenzen von 4.6 fühlen sie sich relativ gut ausgebildet, um ein Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen. Am niedrigsten sind hier die Werte für die Identifikation von Geschäftsideen sowie die Kreation neuer Produkte und Services ausgeprägt. Den Studierenden fällt es schwer, neue Dinge zu kreieren und deren Markt einzuschätzen, insbesondere da ihnen die Fachkompetenz aus der Berufspraxis vielfach fehlt. Hingegen empfinden sie sich in Bezug auf das Führen und Kommunizieren, das Aufbauen eines professionellen Netzwerks und die Kommerzialisierung einer Idee gut vorbereitet. Hier sind Ausprägungen von 4.9 respektive 4.8 auszuweisen. Sie sind somit motiviert und fühlen sich kompetent, die Führung in einem Team zu übernehmen. Weiterhin sind sie der Überzeugung, erfolgreich ein Geschäft leiten zu können. Der Mittelwert liegt bei 4.7. Schliesslich sind auch die Kompetenzen in Bezug auf das Managen von Innovationen mit 4.6 gut ausgeprägt.

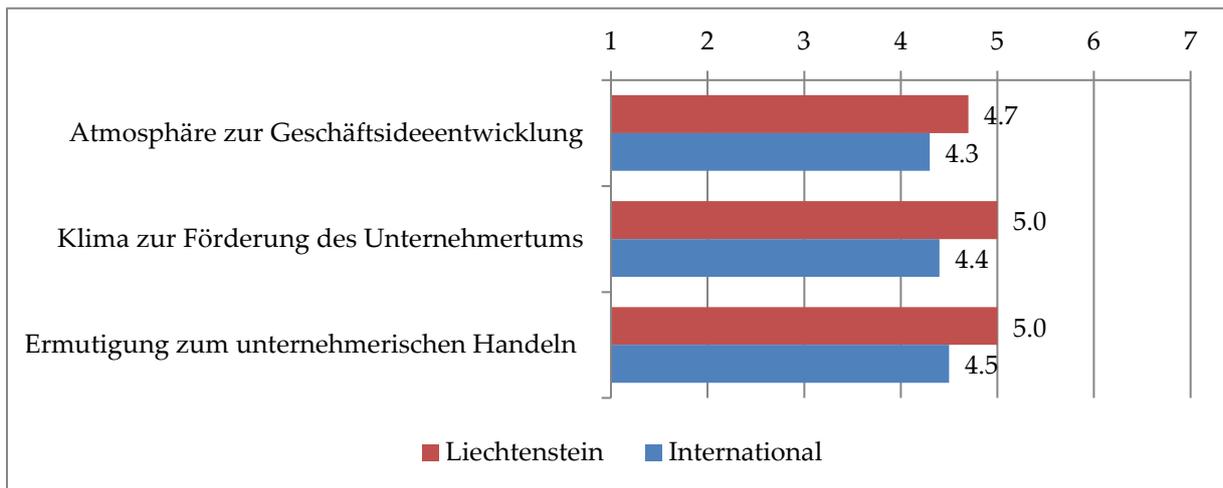
Weiterhin wurde die Stärke der Beziehung zwischen den wahrgenommenen Kompetenzen und den unternehmerischen Absichten der Studierenden gemessen. Es zeigt sich eine signifikante Korrelation von  $r = .56^{**}$ . Die wahrgenommenen Kompetenzen der Studierenden hängen somit stark mit der Absicht zusammen, 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 in Bezug auf das Führen und Kommunizieren, das Aufbauen eines professionellen Netzwerks und die Kommerzialisierung einer Idee als sehr gut ein. Weiterhin fühlen sie sich kompetent, ein Geschäft erfolgreich zu leiten und Innovationen zu managen. 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 etwas schwächer ausgeprägt, obwohl diese Kompetenzen zentral für die Gründung und den Aufbau einer Unternehmung sind. Diese Lücke im Kompetenzprofil deutet an, dass in diesem Ausbildungsbereich ein Handlungsbedarf der Universität Liechtenstein besteht.

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 der Studierenden an ihrer Universität. Um einen detaillierten Einblick in die wichtige Rolle der Universitäten 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 die Studierenden in drei Fragen mit sieben Antwortoptionen von 1 (stimme gar nicht zu) bis 7 (stimme vollkommen zu) bezüglich der Atmosphäre, des Klimas und der Unterstützung bei Gründungen an ihrer Universität untersucht. Die Abbildung 9 zeigt die Bewertung des unternehmerischen Klimas von Liechtenstein und den internationalen Vergleich.



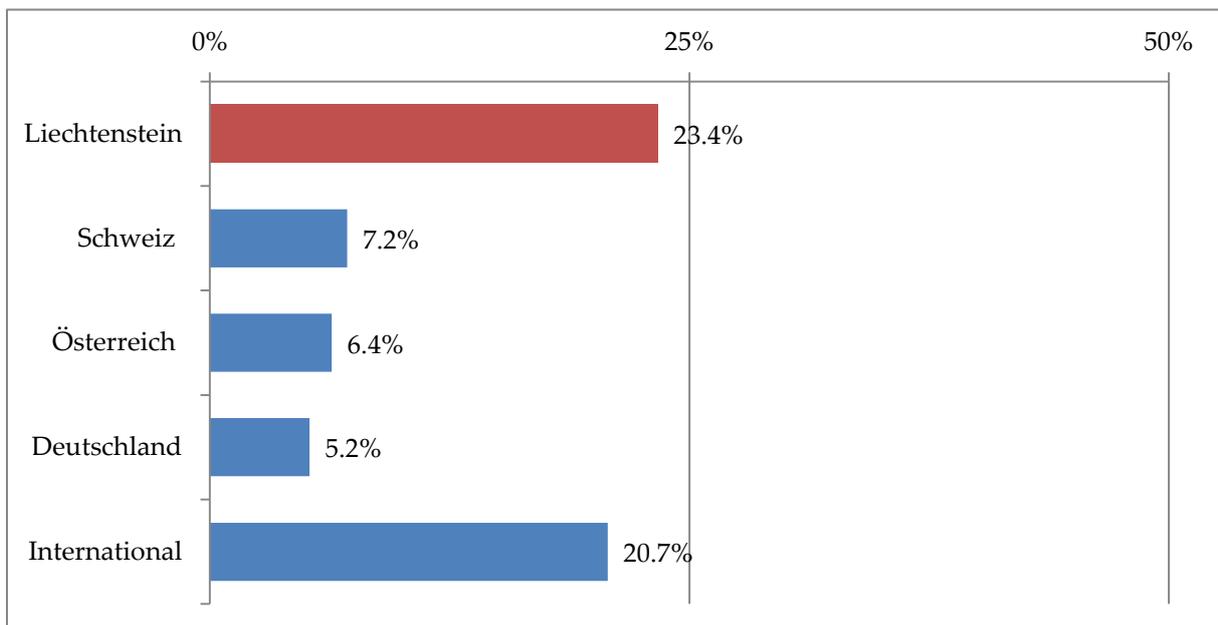
**Abbildung 9: Bewertung des unternehmerischen Klimas**

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 4.7, der Förderung des Unternehmertums mit 5.0 sowie der Ermutigung des unternehmerischen Handelns mit 5.0 sind an der Universität Liechtenstein hoch ausgeprägt. Hingegen zeigt sich bei dem internationalen Durchschnitt ein geringer Mittelwert zwischen 4.3 und 4.5. Studierende im internationalen Durchschnitt schreiben ihren Universitäten somit ein deutlich schlechteres unternehmerisches Klima zu.

Weiterhin besteht eine Beziehung des unternehmerischen Klimas an der Universität Liechtenstein und der wahrgenommenen Kompetenzen der Studierenden. So ist hier eine Korrelation in Höhe von  $r = .45^{**}$  aufzuzeigen. Das unternehmerische Klima in Liechtenstein fördert somit

die wahrgenommenen Kompetenzen der Studierenden in Bezug auf die Gründung eines neuen Unternehmens. Die Universität Liechtenstein bietet ihren Studierenden 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. Die Studierenden finden 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 aufgrund der unternehmerischen Reputation dieser ausgewählt haben oder nicht. Die Abbildung 10 zeigt die Auswertung der deutschsprachigen Länder im Vergleich zum internationalen Durchschnitt.

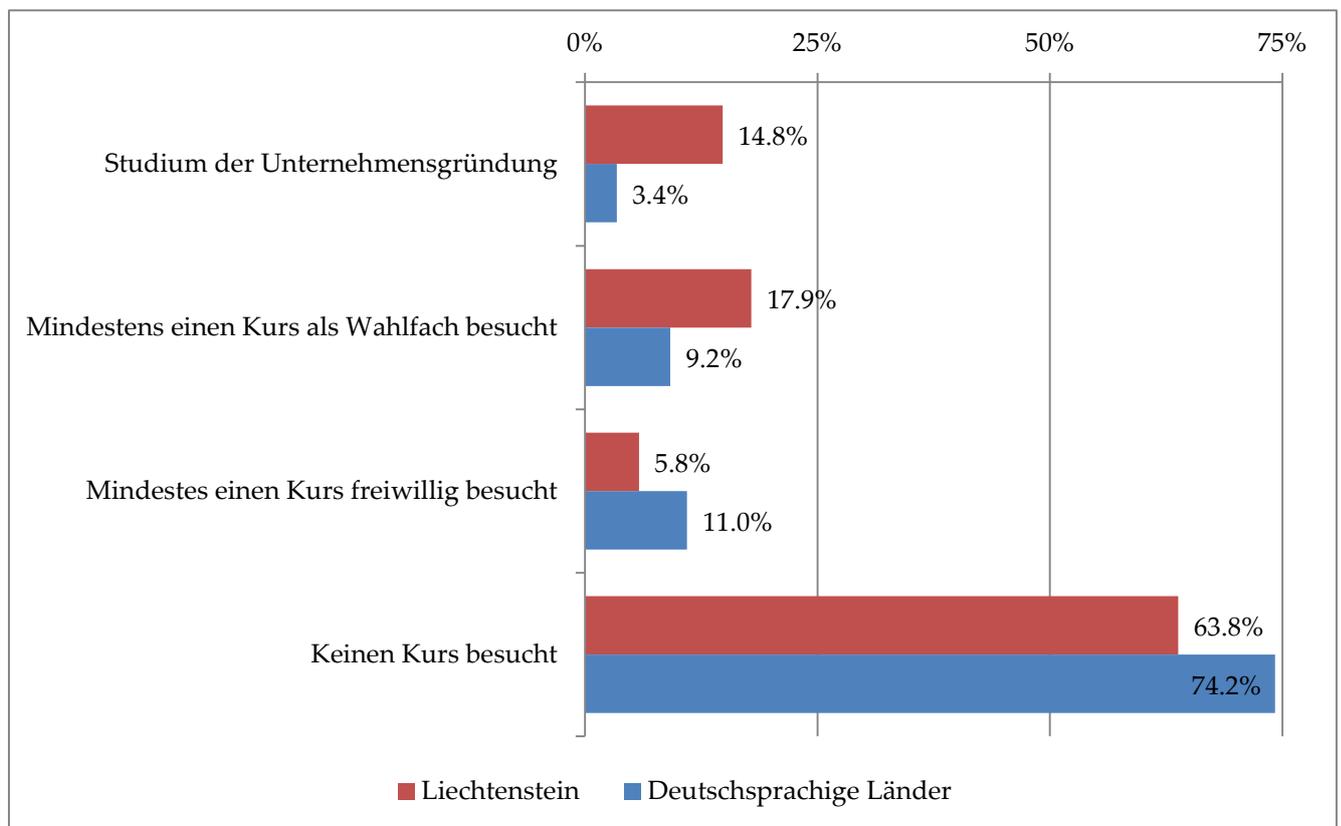


**Abbildung 10: Unternehmerische Reputation und Hochschulwahl**

Es wird hierbei deutlich, dass 23.4 Prozent der befragten Studierenden ihr Studium an der Universität Liechtenstein aufgrund der unternehmerischen Reputation gewählt haben. Damit belegt Liechtenstein den ersten Platz vor der Schweiz mit einem Anteil von 7.2 Prozent, Öster-

reich mit 6.4 Prozent und Deutschland mit 5.2 Prozent. Die Studierenden in Liechtenstein legen somit einen höheren Wert auf das gelehrte und gelebte Unternehmertum an ihrer Universität als andere Bildungseinrichtungen im deutschsprachigen Ausland.

Die Reputation und somit die Auswahl der Hochschule aufgrund der unternehmerischen Ausrichtung ist massgeblich auf das Kursangebot zurückzuführen. Aufgrund dessen wurden verschiedene Fragen zu den Angeboten zur Gründungsförderung an den Hochschulen erhoben. In der ersten Frage wurden die Studierenden zu ihrer Teilnahme an Kursen über Gründungsthemen befragt. Diese Ausprägung wird mit den Ergebnissen aus dem deutschsprachigen Raum verglichen (Abbildung 11).



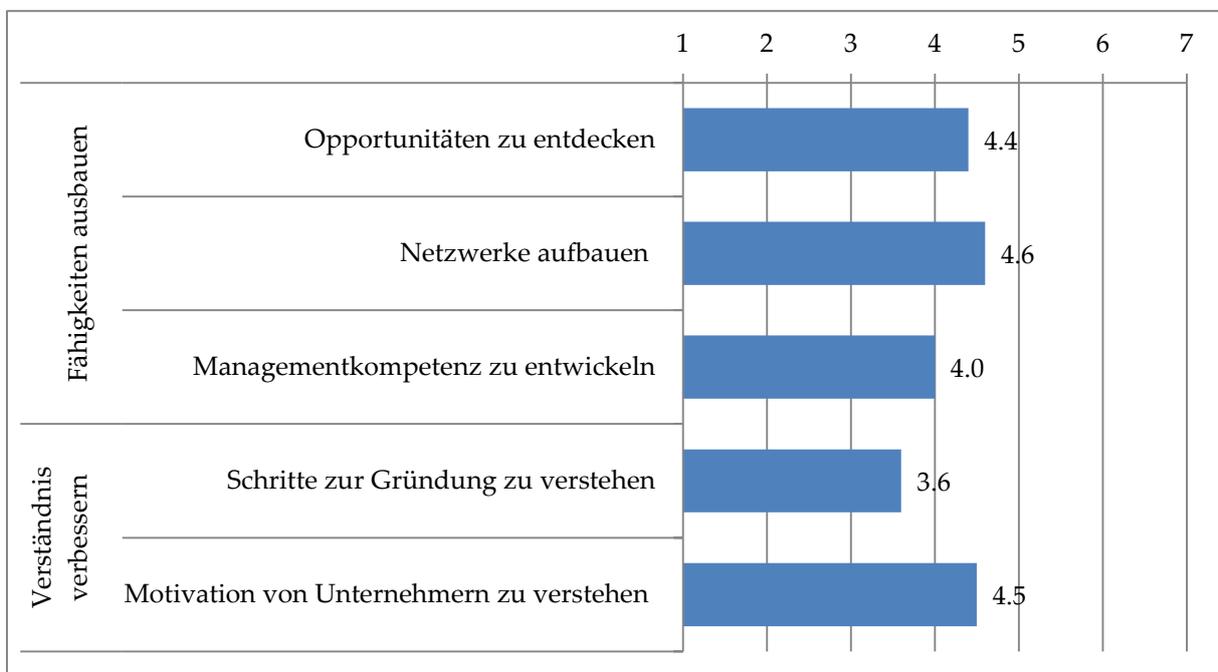
**Abbildung 11: Besuch von Kursen zu Gründungsaktivitäten**

Die Ergebnisse zeigen, dass in Liechtenstein 14.8 Prozent Studierende mit dem Schwerpunkt Entrepreneurship eingeschrieben sind. In den deutschsprachigen Ländern sind es im Vergleich nur 3.4 Prozent der Studierenden. Dies ist nicht erstaunlich, gibt es doch an der Universität auf Masterstufe den Studiengang „Entrepreneurship“. Mindestens einen Kurs als Wahlfach zu Entrepreneurship besucht haben weitere 17.9 Prozent, was im Vergleich zu den 9.2 Prozent im deutschsprachigen Vergleich ein hoher Wert ist. Dies ist auf das vertiefende Bachelorkursangebot «Internationales Management & Entrepreneurship» zurückzuführen.

In Liechtenstein haben 63.8 Prozent der befragten Studierenden keinen Kurs zum Thema Entrepreneurship besucht; im deutschsprachigen Raum 74.2 Prozent. Obwohl es in Liechtenstein

deutlich weniger Studierende als im deutschsprachigen Raum gibt, die keinen Kurs zum Unternehmertum besucht haben, zeichnet sich hier Raum für Verbesserungen an der Universität Liechtenstein ab.

Schliesslich wurden die Studierenden auch gefragt, inwieweit ihnen die Kurse und Unterstützungsangebote der Universität Liechtenstein weitergeholfen haben, ihre Gründungsvorhaben voranzutreiben. 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 12 zeigt die Auswertung und somit den erfolgreichen Einsatz von Kursen und Unterstützungsangeboten an der Universität Liechtenstein bezüglich des Ausbaus von Fähigkeiten und der Verbesserung des Verständnisses für Entrepreneurship.



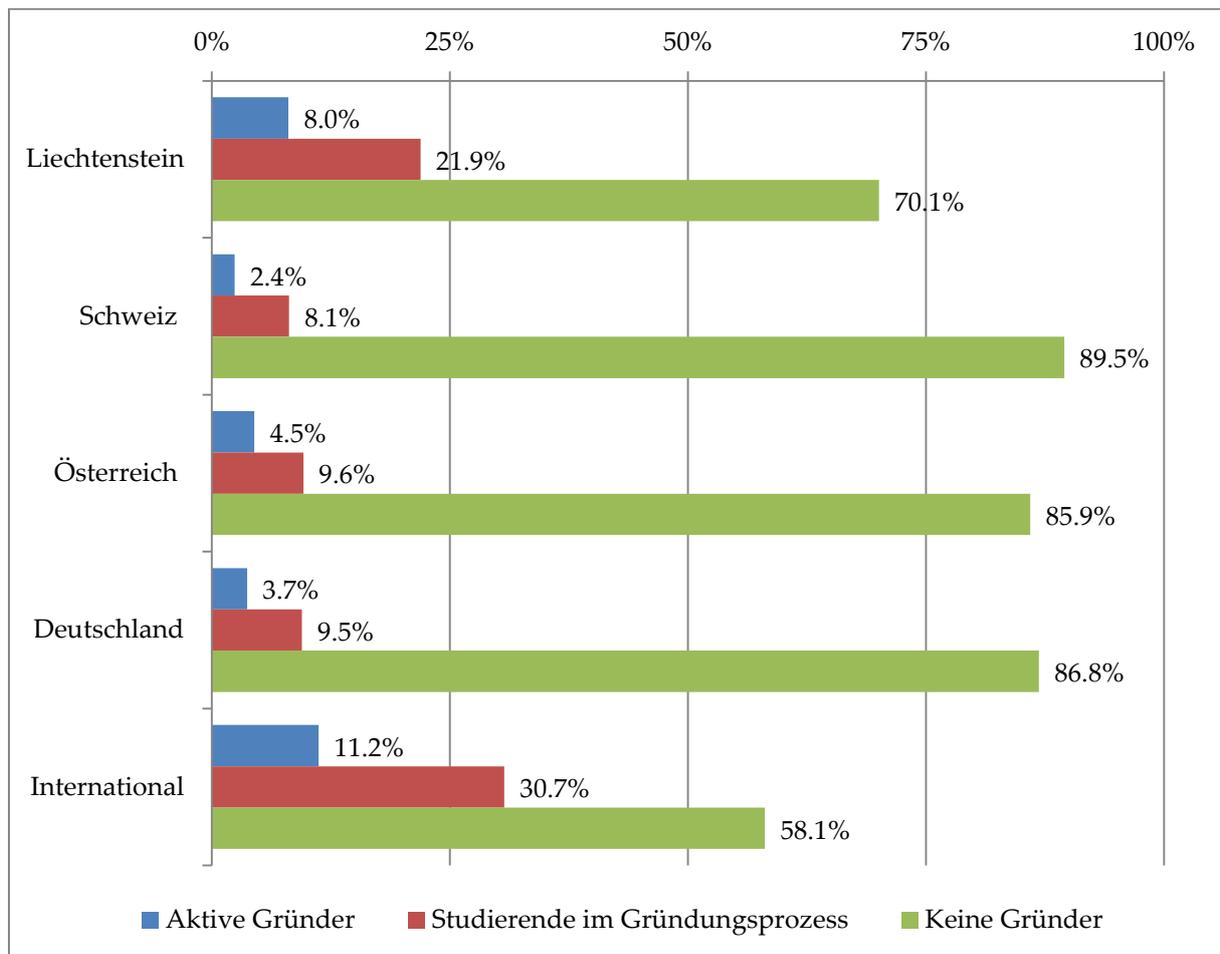
**Abbildung 12: Erfolgreicher Einsatz des Kursangebots**

Es kann aufgezeigt werden, dass alle Fragen bezüglich des Ausbaus von Fähigkeiten und der Verbesserung des Verständnisses in Bezug auf Kurse zu Entrepreneurship positiv beantwortet wurden. Der Mittelwert liegt bei allen Fragen über 3.5 und somit konnte eine Verbesserung durch Kurse und Angebote der Universität Liechtenstein erreicht werden. Insbesondere hat das Kursangebot der Universität Liechtenstein mit einem Mittelwert von 4.4 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 4.6 als auch generelle Managementkompetenzen zu entwickeln mit 4.0. Weiterhin konnten die Studierenden ihr Verständnis bezüglich notwendiger Schritte zur Gründung eines Unternehmens durch Kurse und Angebote der Universität

Liechtenstein mit einem Mittelwert von 3.6 verbessern. Schliesslich halfen ihnen insbesondere Vorlesungen und Vorträge von Unternehmern, die Einstellungen, Werte und Motivationen von diesen besser zu verstehen; mit einem Mittelwert von 4.5. Die Angebote an der Universität Liechtenstein, welche über Vorlesungen und Projektarbeiten bezüglich der Gründung von Unternehmen hinausgehen, helfen den Studierenden somit weiter, unternehmerisch tätig zu werden. Es kann daher 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 auswirkt. 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 2018 genauer analysiert. Die Studierenden wurden 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“, „Potenzielle Gründer“ und „Aktive Gründer“ eingeteilt werden. Die Antworten auf die Frage nach sind in Abbildung 13 dargestellt.

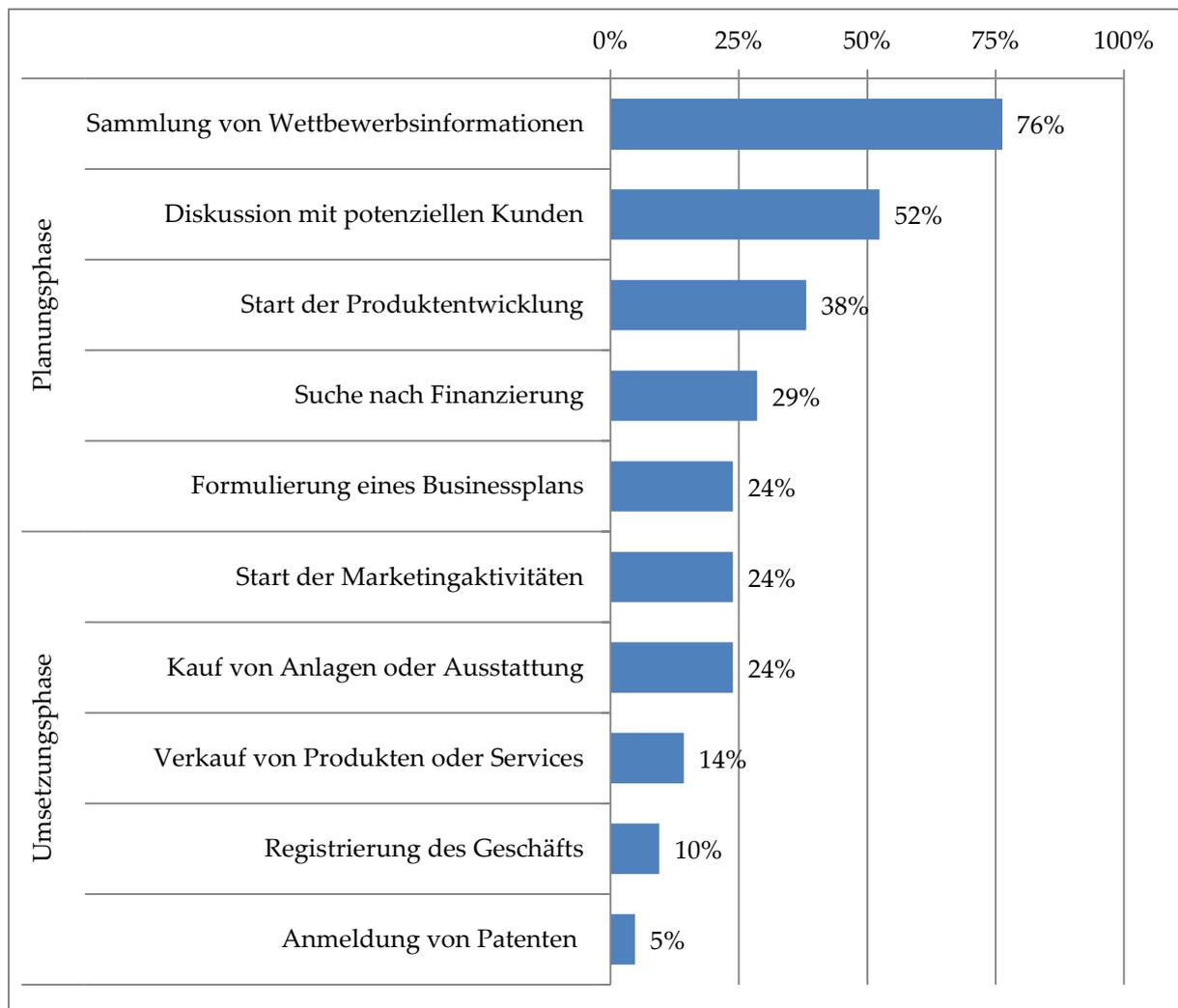


**Abbildung 13: Gründertypen in Liechtenstein**

21.9 Prozent (n=71) der Studierenden an der Universität Liechtenstein bezeichnen sich als potenzielle Gründer und haben somit bereits erste Schritte bei der Gründung ihres eigenen Unternehmens unternommen. Weitere 8.0 Prozent (n=26) der Studierenden geben an, bereits ein oder mehrere Unternehmen gegründet zu haben und somit bereits als Unternehmer aktiv zu sein. 70.1 Prozent der Studierenden haben hingegen noch keine Schritte unternommen, selbst ein Unternehmen zu gründen. Mit dem hohen Anteil an aktiven Gründern und potenziellen

Gründern liegt Liechtenstein im Vergleich zu den deutschsprachigen Ländern deutlich über dem Durchschnitt. Beinahe doppelt so viele Studierende der Universität Liechtenstein haben konkrete Absichten ein Unternehmen zu gründen oder haben dies bereits getan. Im deutschsprachigen Vergleich weist Liechtenstein also Spitzenwerte auf, sowohl gemessen an der relativen Anzahl von aktiven Gründern als auch an Studierenden im Gründungsprozess. Der internationale Durchschnitt der aktiven Gründer unter den Studierenden liegt bei 11.2 Prozent, womit Liechtenstein 3.2 Prozent weniger aktive Gründer aufweist. Weiterhin hat die Universität Liechtenstein mit 21.9 Prozent auch um 8.8 Prozent weniger potenzielle Gründer als der internationale Durchschnitt von 30.7 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 potenziellen und die aktiven Gründer betreffend ihr Unternehmen untersucht. Hierfür 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 14).

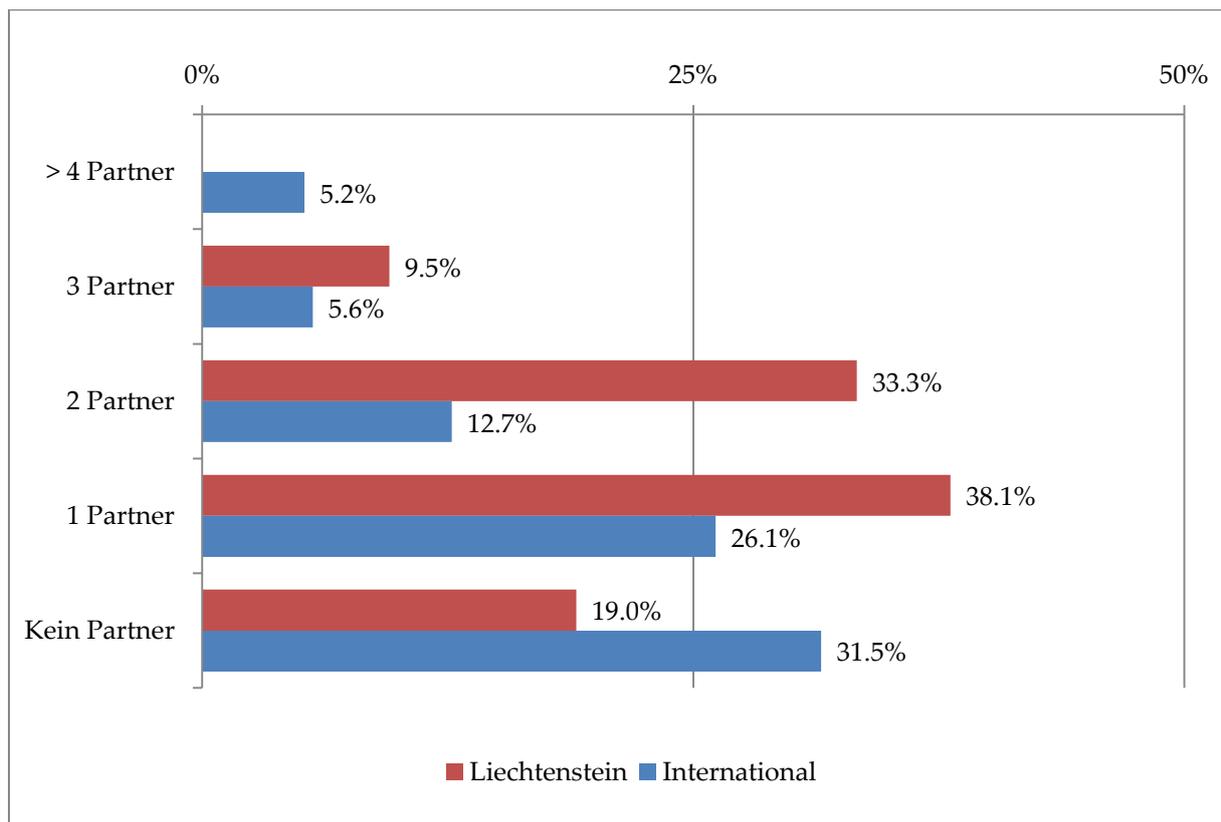


**Abbildung 14: Bereits unternommene Schritte bei der Unternehmensgründung**

Von den potenziellen und den aktiven Gründern an der Universität Liechtenstein haben 76.2 Prozent der Studierenden Informationen über den Wettbewerb gesammelt. Weitere 52.4 Prozent haben bereits mit potenziellen Kunden gesprochen. Während 38.1 Prozent der Studierenden mit der Produktentwicklung und 28.6 Prozent mit der Suche nach einer Finanzierung begonnen haben, erstellten lediglich 23.8 Prozent einen Businessplan. Dies ist auffällig, da sich der Wert jener Studierenden, die einen Businessplan formuliert haben, im Vergleich zur GUESSS Untersuchung 2016 beinahe halbiert hat (51.9 Prozent). Jeweils 23.8 Prozent der Studierenden, welche als potenzielle Gründer oder bereits aktive Gründer identifiziert wurden, haben ihre Marketingaktivitäten zu den entwickelten Produkten oder Dienstleistungen gestartet. 23.8 Prozent der Befragten gaben an, bereits in den Kauf von Anlagen oder Ausstattung investiert zu haben. Weitere 14.3 Prozent der Studierenden haben bereits Produkte oder Dienstleistungen verkauft und sind somit mit ihrem Unternehmen am Markt aktiv. Schliesslich wurde von 9.5 Prozent das Geschäft registriert und 4.8 Prozent haben bereits Patente angemeldet. Es

wird deutlich, dass die potenziellen und aktiven Gründer 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 potenziellen und die aktiven Gründer an der Universität Liechtenstein nach der Grösse des Unternehmerteams für ihre potenzielle, beziehungsweise tatsächliche Gründung befragt, ergibt sich im internationalen Vergleich ein interessantes Bild (Abbildung 15).



**Abbildung 15: Anzahl Gründungspartner**

Von den befragten Studierenden gaben 19.0 Prozent an, den Gründungsprozess ohne Partner zu vollziehen. Wird diese Anzahl mit der internationalen Ausprägung verglichen, so kann ein Anteil von 31.5 Prozent der Studierenden ohne Gründungspartner identifiziert werden. Weitere 38.1 Prozent der Studierenden aus Liechtenstein wollen mit einem Partner gründen; hier zeigt sich ebenso eine grosse Abweichung zu dem internationalen Durchschnitt von 26.1 Prozent. Auch die 33.3 Prozent der Studierenden in Liechtenstein, die mit zwei Partnern gründen wollen, weichen deutlich von dem internationalen Durchschnitt von 12.7 Prozent ab. In Liechtenstein wollen 9.5 Prozent der Studierenden mit drei Partnern gründen. International wollen 10.8 Prozent mit drei oder mehr Partnern ihr Unternehmen gründen.

Der Trend bei den potenziellen und aktiven Gründern an der Universität Liechtenstein geht somit zu grösseren Gründerteams. Dieser Trend weicht vom internationalen Durchschnitt ab, was auch mit der Förderung der Teamarbeit und der Kooperation an der Universität Liechtenstein erklärt werden kann.

Mit Gründungspartnern müssen die Studierenden aber auch einen Anteil an ihrem Unternehmen abgeben. 38.1 Prozent denken, dass sie *bis zu 49 Prozent* an ihrem Unternehmen besitzen werden. Weitere 19.0 Prozent geben an, *50 Prozent* an dem Unternehmen zu besitzen, während 19.0 Prozent *zwischen 51 und 99 Prozent* und 23.8 Prozent *100 Prozent* von ihrem Unternehmen besitzen wollen. Die Studierenden sind somit dazu bereit, ihren potenziellen Gründungspartnern auch Anteile an dem zu gründenden Unternehmen abzugeben.

Werden die Studierenden genauer nach ihren Gründungspartnern gefragt, so geben 82.4 Prozent der potenziellen Gründer an, dass keine weiblichen Mitglieder ihrem Gründungsteam angehören sollten, während 17.6 Prozent mit mehr als einem weiblichen Teammitglied ihr potenzielles Unternehmen gründen würden. In der Ausgestaltung der Gründungsteams ist somit immer noch ein Trend zu stark männlich dominierten Teams bei den Studierenden zu erkennen.

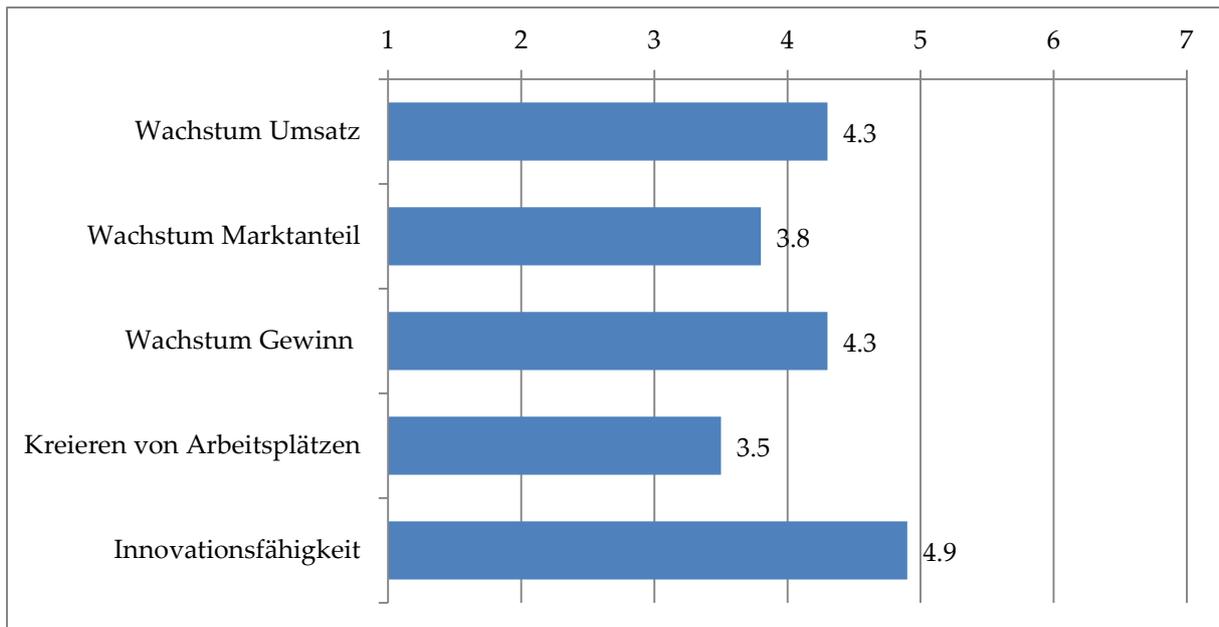
Weiterhin würden 82.4 Prozent ihre potenziellen Gründungspartner nicht aus der Familie rekrutieren, was der Familie in der Neugründung eine geringe Bedeutung zukommen lässt. Hingegen finden 64.7 Prozent der Studierenden ihre potenziellen Gründungspartner innerhalb der Universität. 35.3 Prozent würden keine Mitstudierenden als Gründungspartner wählen. Der Universität kommt somit eine hohe Bedeutung in der Findung der Gründungspartner für potenzielle Neugründungen zu.

## 5. Vollzogene Unternehmensgründungen

In Abbildung 13 wird bereits aufgezeigt, dass Liechtenstein einen vorderen Rang bei den aktiven Gründern im deutschsprachigen Raum einnimmt. Liechtenstein weist hier die höchste Gründungsquote mit 8.0 Prozent (n=26) aktiver Unternehmer unter den Studierenden auf. Im Vergleich hat die Schweiz 2.4 Prozent, Österreich 4.5 Prozent und Deutschland 3.7 Prozent aktive Gründer unter den befragten Studierenden. Die Universität Liechtenstein kann somit auch in GUESSS 2018 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 21.9 Prozent (n=71) an 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 4.4 Jahre alt sind (SD = 1.5) und die Unternehmen im Schnitt 3.0 Angestellte (SD = 6.9) beschäftigen. Die Studierenden, welche bereits unternehmerisch tätig sind, haben im Schnitt 1.5 Mitgründer (SD = 1.4), an die sie Unternehmensanteile abgegeben haben. 54.0 Prozent der Studierenden besitzen die Hälfte oder mehr ihres Unternehmens.

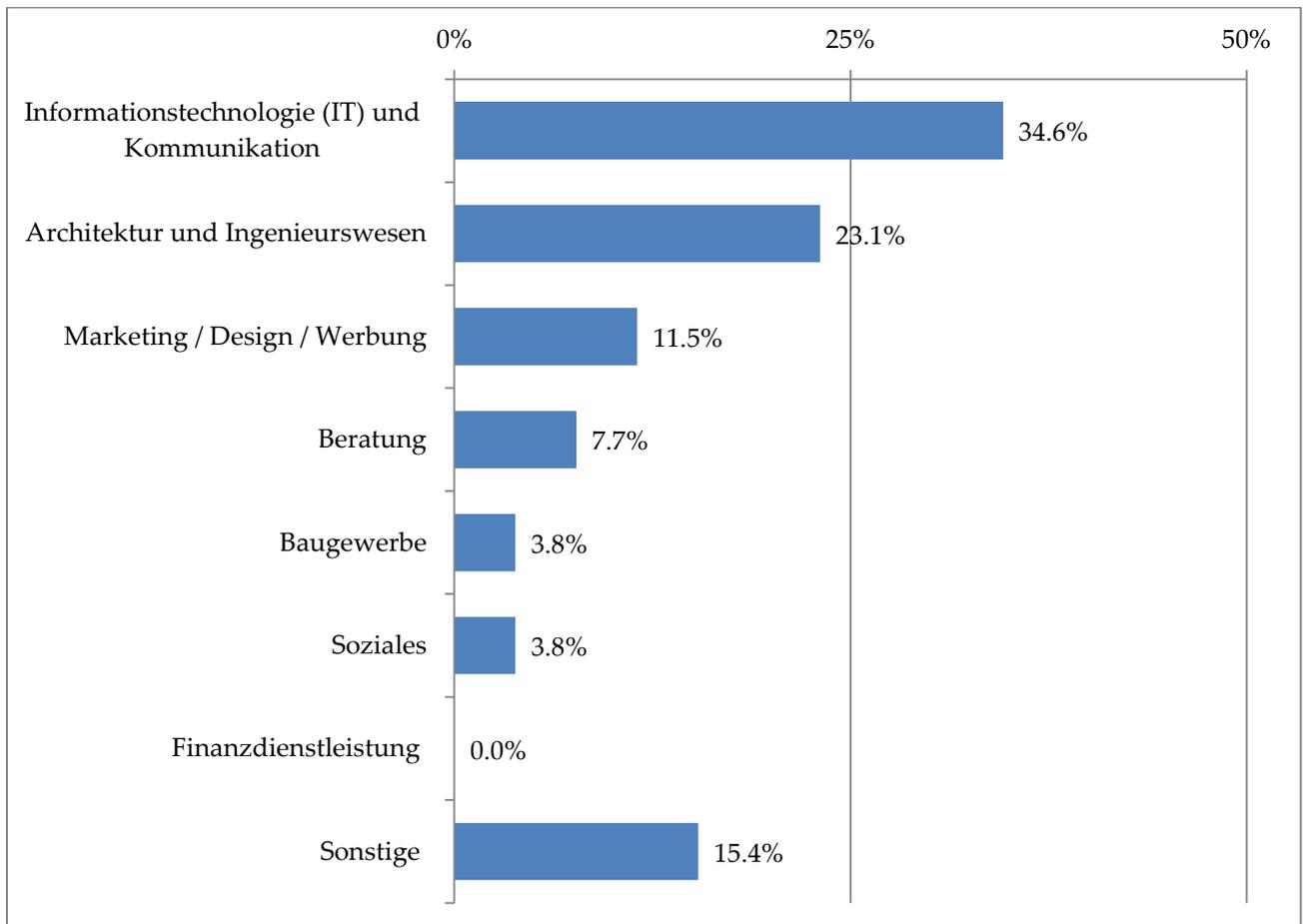
Die Studierenden wurden gefragt, wie sie die Performance des eigenen Unternehmens im Vergleich zum direkten Wettbewerb einschätzen. Dabei bewerteten sie die einzelnen untenstehenden Punkte auf einer Skala dahingehend, ob sie ihr Unternehmen als viel schlechter (1) oder viel besser (7) im Vergleich zum direkten Wettbewerb einschätzen. Die Ergebnisse sind in Abbildung 16 zusammengefasst.



**Abbildung 16: Firmenperformance im Vergleich zum direkten Wettbewerb**

Die Untersuchung zeigt, dass sich die Gründer in Bezug auf ihre Innovationsfähigkeit mit einem Wert von 4.9, dem Umsatzwachstum mit 4.3 und dem Gewinnwachstum mit 4.3 deutlich besser einschätzen als ihre direkten Wettbewerber. Bezüglich des Wachstums des Marktanteils mit einem Wert von 3.8 und dem Kreieren von neuen Arbeitsplätzen mit 3.5 Punkten beurteilen die Gründer die Performance ihrer Unternehmung deutlich kritischer. Dieses Bild ist charakteristisch für die Herausforderungen von jungen Unternehmen. So verfügen diese in den Anfängen oft nicht über die nötigen Mittel, um neue Arbeitsplätze zu kreieren oder in das Marketing zu investieren. Je länger sich diese Unternehmen jedoch am Markt behaupten, desto eher kommt es auch zu einer Verbesserung in diesen beiden Punkten.

Weiter beantworteten die Studierenden die Frage nach der Branche ihres gegründeten Unternehmens. In Abbildung 17 sind die Ergebnisse dieser Frage für die Universität Liechtenstein aufgeführt.

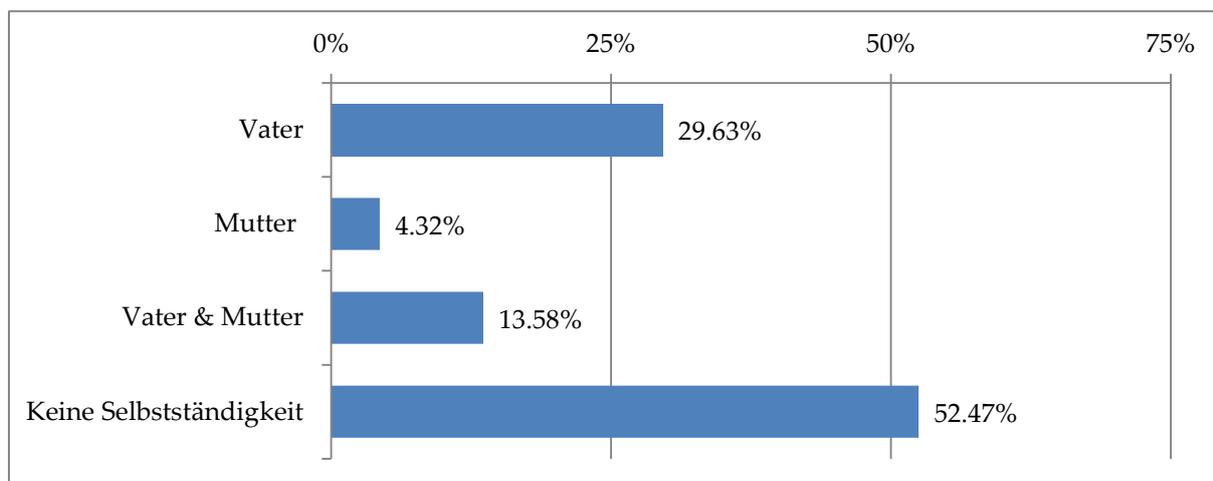


**Abbildung 17: Branchen der gegründeten Unternehmen**

Bei Studierenden aus Liechtenstein, welche bereits während des Studiums ein Unternehmen gegründet haben, hat sich der Fokus der Geschäftsfelder im Vergleich zu den früheren Datenerhebungen deutlich verändert: Klar an der Spitze mit 34.6 Prozent steht Digital Entrepreneurship, das durch die unternehmerische Anwendung von Informationstechnologien (IT) und Kommunikation charakterisiert ist. Gefolgt wird Digital Entrepreneurship von Architektur und Ingenieurwesen mit 23.1 Prozent, Marketing/Design/Werbung mit 11.5 Prozent sowie verschiedenen Formen der Unternehmens- und Rechtsberatung mit 7.7 Prozent. Es folgen Baugewerbe und Soziales mit je 3.8 Prozent. Keine Nennungen gibt es bei den Finanzdienstleistungen. Diese Branchen der gegründeten Unternehmen widerspiegeln vier der fünf Studienschwerpunkte der Universität Liechtenstein: Information Systems, Architektur, Entrepreneurship und Wirtschaftsrecht. Die Studierenden der Universität Liechtenstein tendieren somit in Branchen zu gründen, die nahe an ihrem Studienschwerpunkt liegen.

## 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 2018 untersucht, welchen familiären Hintergrund die Studierenden an der Universität Liechtenstein haben und ob deren Eltern selbstständig sind, beziehungsweise ein Unternehmen besitzen. In Abbildung 18 ist aufgezeigt, ob die Eltern der Studierenden selbstständig tätig sind.



**Abbildung 18: Unternehmertum der Eltern**

Bei 29.6 Prozent der Studierenden ist der Vater in einem eigenen Unternehmen tätig. Bei 4.3 Prozent der Studierenden an der Universität Liechtenstein hat die Mutter wiederum ein eigenes Unternehmen. Bei 13.6 Prozent der Studierenden arbeiten sowohl die Mutter als auch der Vater in einem eigenen Unternehmen. 52.5 Prozent der Studierenden kommen hingegen nicht aus einem Haushalt, in welchem die Mutter oder der Vater in einem eigenen Unternehmen tätig sind.

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 32.6 Jahren und beschäftigen 23.9 Angestellte. Das kleinste Unternehmen hat keine weiteren Mitarbeiter, das grösste Unternehmen 300 Mitarbeiter. 84.1 Prozent der Väter und Mütter der Studierenden leiten dabei das Familienunternehmen auch operativ. Durchschnittlich haben 66.9 Prozent der Studierenden mindestens einmal im eigenen Unternehmen gearbeitet. Die Familie hält dabei zu 60.1 Prozent 100 Prozent der Anteile des Unternehmens, wobei nur 18.7 Prozent der Familien 50 Prozent oder weniger Anteile

am Unternehmen besitzen. Mehrheitlich arbeiten die Familien somit in dem Unternehmen das sie auch besitzen.

Die Studierenden aus einem Unternehmerhaushalt wurden äquivalent zur unternehmerischen Absicht 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 3.2 deutlich niedriger liegt als die unternehmerische Absicht der Studierenden. Die Nachfolge in dem Unternehmen der Eltern anzutreten ist somit deutlich weniger attraktiv für die Studierenden als selbst ein Unternehmen zu gründen. Bei den Studierenden, welche das Unternehmen ihrer Eltern übernehmen wollen, steht diese Übernahme bei 29.8 Prozent der Studierenden in weniger als fünf Jahren an. Stattdessen wollen sich 70.2 Prozent der Studierenden 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.

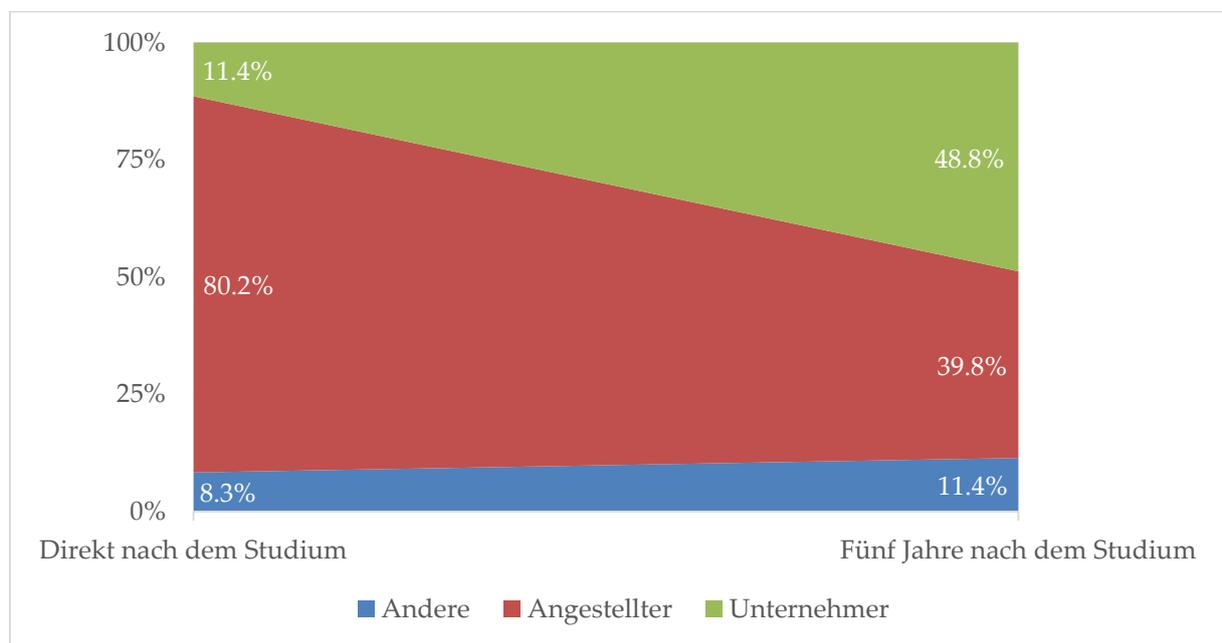
Es ist somit festzuhalten, dass Studierende an der Universität Liechtenstein zwar zu einem hohen Anteil aus einem Elternhaus stammen, in dem die Eltern selbstständig sind oder ein Familienunternehmen besitzen. Jedoch verfügen die Studierenden nur über eine geringe Absicht, das Familienunternehmen direkt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

## 7. Eine unternehmerische Universität

Der GUESSS Bericht 2018 analysiert die Berufsabsichten und unternehmerischen Aktivitäten von Studierenden. Im Jahr 2018 haben Universitäten und Hochschulen aus 56 Ländern an der Umfrage teilgenommen. Gesamthaft konnte ein Rücklauf von über 208'636 Fragebogen verzeichnet werden, wovon 324 von der Universität Liechtenstein stammen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 49.6 Prozent. Die Ergebnisse der Umfrage können auch in der GUESSS Untersuchung 2018 weiter dazu beitragen, die Universität Liechtenstein hinsichtlich ihrer Förderung von Entrepreneurship weiter zu entwickeln.

Als eines der wichtigsten Konstrukte wurden die unternehmerischen Absichten der Studierenden erhoben. Liechtenstein kann dabei seine guten Ergebnisse seit dem Jahre 2006 bestätigen und nimmt zum sechsten Mal in Folge einen Spitzenplatz ein. Liechtenstein liegt mit einem Wert von 4.4 für die unternehmerische Absicht im internationalen Durchschnitt von 4.5 und übertrifft alle deutschsprachigen Länder (Österreich 3.7, Deutschland 3,6 und Schweiz 3.5).

Weiter wurden in GUESSS 2018, wie auch in den vorangegangenen Jahren der Durchführung, die Berufsabsichten von Studierenden in Liechtenstein untersucht (Abbildung 19).



**Abbildung 19: Gründung direkt und fünf Jahre nach dem Studium**

Obwohl 80.2 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 11.4 Prozent die Selbstständigkeit und Unternehmensgründung anstreben, steigt dieser Wert 5 Jahre nach dem Studium auf 48.8 Prozent. Damit werden die Ergebnisse der Untersuchungen der letzten Jahre 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 vervierfacht.

Die beruflichen Absichten und unternehmerischen Aktivitäten von Studierenden sind von verschiedenen Einflussfaktoren abhängig, wie die Auswertung von GUESSS 2018 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 ist positiv auf die Förderung der eigenen Unternehmensgründung ausgerichtet. Dazu wurden zwei Facetten der Persönlichkeit untersucht: Erstens die Kontrollwahrnehmung der Studierenden; zweitens der langfristige Fokus auf gesetzte Ziele sowie die Beharrlichkeit, mit der diese Ziele verfolgt werden. Die Ergebnisse zur Kontrollwahrnehmung zeigen, dass sich die Studierenden in hohem Masse als selbst kontrolliert wahrnehmen und daran glauben, den beruflichen Erfolg weitgehend selber bestimmen zu können. Beim langfristigen Fokus und der Beharrlichkeit wird ersichtlich, dass die Studierenden sehr entschlossen und engagiert an ihren Zielen arbeiten, die sie jedoch öfters wechseln und so eher einen geringen langfristigen Fokus zeigen. Dies ist wenig überraschend, da sich die meisten Studierenden aufgrund ihres jungen Alters in der Phase der Exploration und des Experimentierens befinden. 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 sind 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.

8.0 Prozent der befragten Studierenden sind bereits aktive Gründer. Dieser Anteil liegt unter dem internationalen Durchschnitt von 11.2 Prozent, jedoch über dem Anteil der Gründer in den deutschsprachigen Ländern (Schweiz 2.4, Deutschland 3.7 und Österreich 4.5 Prozent). Weitere 21.9 Prozent der Studierenden sehen sich als potenzielle Gründer, sie haben bereits erste Schritte unternommen, ein Unternehmen zu gründen oder haben dies in naher Zukunft vor. Liechtensteiner Studierende sind somit deutlich unternehmerisch aktiver, als Studierende in den deutschsprachigen 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.

Bei den Studierenden aus Liechtenstein, welche bereits während des Studiums ein Unternehmen gegründet haben, hat sich der Fokus der Geschäftsfelder im Vergleich zu früheren Datenerhebungen deutlich verändert: Klar an der Spitze mit 34.6 Prozent steht Digital Entrepreneurship, das durch die unternehmerische Anwendung von Informationstechnologien (IT) und Kommunikation charakterisiert ist. Gefolgt wird Digital Entrepreneurship von Architektur und Ingenieurwesen, Marketing/Design/Werbung und unterschiedlichen Formen der Unternehmens- und Rechtsberatung. Am Schluss folgen Baugewerbe, Soziales und Finanzdienstleistungen. Diese Branchen der gegründeten Unternehmen werden durch die unterschiedlichen Studienschwerpunkte der Universität Liechtenstein repräsentiert. Die Studierenden der Universität Liechtenstein tendieren somit in Branchen zu gründen, die nahe an ihrem Studienschwerpunkt liegen.

Der Integration des Unternehmertums in die Studienpläne ist sich die Universität Liechtenstein durchaus bewusst. So können Studierende ihr Studium auf Entrepreneurship fokussieren. Auf der Bachelorstufe gibt es die Vertiefung «International Management & Entrepreneurship» und auf der Masterstufe den konsekutiven Studiengang Entrepreneurship. Diese Fokussierung geht einher mit einem Verlust an Breite quer durch die ganze Universität. Es ist noch nicht ganz gelungen, die Wahlfächer zu Entrepreneurship in das Curriculum von verschiedenen Studiengängen zu integrieren und den Anteil von Studierenden in diesen Kursen zu steigern. 63.8 Prozent der Studierenden haben bisher noch keinen Kurs zu Entrepreneurship besucht; auch im internationalen Vergleich ein überdurchschnittlich hoher Wert.

Für Studierende mit dem Schwerpunkt Entrepreneurship bietet die Universität Liechtenstein eine individuelle Betreuung der Studierenden mit ihren Gründungen an. Hier sind Projektarbeiten zu Geschäftsmodellen und Finanzierungsplänen, die Einrichtung von kostenfreien Räumlichkeiten zur Unternehmensgründung oder das Angebot von Tagungen und Vorträgen mit aktiven Unternehmern zu nennen. Weiterhin können Studierende im Start-up-Lab 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 5.0 deutlich besser ausgeprägt als der internationale Durchschnitt von 4.4. Die Studierenden haben mit einem Anteil von 23.4 Prozent ihr Studium an der liechtensteinischen Bildungseinrichtung gewählt, da diese eine Reputation in Bezug auf Entrepreneurship hat. Diese Reputation ist ein Erfolgskriterium, das sich aus vollzogenen Gründungen von Alumni 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 auszubilden.

## 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. (2017). The self-loving entrepreneur: Dual narcissism and entrepreneurial intention. *Int.J. of Entrepreneurial Venturing*, 9(4).
- 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.
- 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, H.& Halter, F. (2006): *International Survey on Collegiate Entrepreneurship - Länderbericht Liechtenstein 2006*. St. Gallen: Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG).
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6).
- Hall, D. T. (2002). *Careers in and out of organizations*. Foundations for organizational science. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- 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:



**Universität Liechtenstein**

Fürst-Franz-Josef-Strasse  
FL-9490 Vaduz  
[www.uni.li](http://www.uni.li)



**KMU-HSG**

Schweizerisches Institut für  
Klein- und Mittelunternehmen  
an der Universität St. Gallen  
[www.kmu-unisg.ch](http://www.kmu-unisg.ch)



**Universität Bern**

Institut für Marketing und Unter-  
nehmensführung  
[www.marketing.imu.unibe.ch](http://www.marketing.imu.unibe.ch)



**Ernst & Young**

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