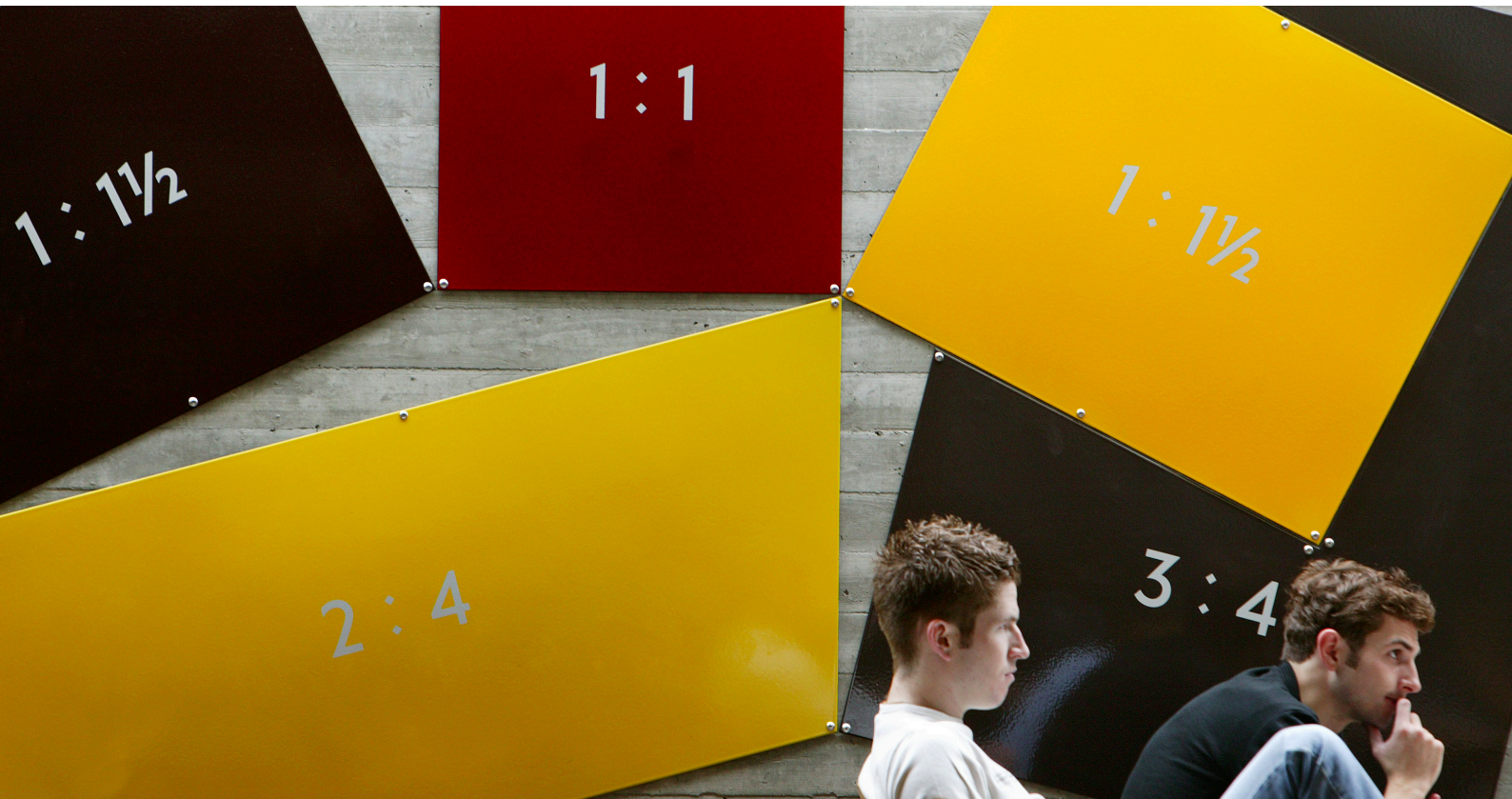




Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



Unternehmerische Absichten und Tätigkeiten von Studierenden in der Schweiz



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

Philipp Sieger, Rico Baldegger, Urs Fueglistaller

Schweizerisches Institut
für Klein- und Mittelunternehmen



Universität St.Gallen



SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
HAUTE ÉCOLE DE GESTION (HEG) DE FRIBOURG
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT (HSW) FREIBURG

GUESS 2011 wurde von Ernst & Young als internationalem Projektpartner unterstützt.



www.ey.com

Bei der technischen Realisierung konnten wir auf die Unterstützung der Information Factory GmbH in Deutschland zählen.



www.information-factory.com

Die Durchführung in der Schweiz wurde von unseren Sponsoren venturelab und venturekick gefördert.

VENTURELAB. TRAINING FÜR START-UPS DER
KOMMISSION FÜR TECHNOLOGIE UND INNOVATION KTI



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



Kommission für Technologie und Innovation KTI **venturelab**

www.venturelab.ch

venturelab, eine Initiative der Kommission für Technologie und Innovation KTI, führt in enger Zusammenarbeit mit ETH, Universitäten und Fachhochschulen massgeschneiderte Ausbildungsmodule zur Förderung von innovativen Jungunternehmen und zur Sensibilisierung von Studierenden für das Thema Entrepreneurship durch.



www.venturekick.ch

venture kick unterstützt Startups an Schweizer Hochschulen mit jährlich über CHF 2 Mio. Startkapital, resp. mit bis zu CHF 130 000 pro Projekt. venture kick wird finanziert von der Gebert Rüt Stiftung, der Ernst Göhner Stiftung sowie der OPO-Stiftung.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Partnern für ihre wertvolle Unterstützung.
Ohne sie wäre GUESS 2011 in dieser Form nicht möglich gewesen.

Dr. Philipp Sieger
Prof. Urs Fueglistaller
KMU-HSG

Prof. Rico Baldegger
Ana-Maria Pavalache
Université de Fribourg

Zitierweise:

Sieger, P., Baldegger, R. & Fueglistaller, U. (2011). *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden in der Schweiz: Ergebnisse aus dem GUESSS Projekt 2011*. St.Gallen: Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmern an der Universität St.Gallen (KMU-HSG).

KMU-HSG

Schweizerisches Institut für Klein- und Mittel-
unternehmen an der Universität St. Gallen
Dufourstrasse 40a
CH - 9000 St. Gallen
+41 (0) 71 224 71 00 (Telefon)
+41 (0) 71 224 71 01 (Fax)

www.kmu.unisg.ch

**Institut Entrepreneurship &
KMU**

Hochschule für Wirtschaft Freiburg

Chemin du Musée 4
CH – 1700 Fribourg
+41 (0) 26 429 63 78 (Telefon)
+41 (0) 26 429 63 75 (Fax)

www.entrepreneurshipinstitute.ch

Das Schweizerische Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St.Gallen (KMU-HSG) beschäftigt sich seit Jahrzehnten intensiv mit Klein- und Mittelunternehmen. Das Tätigkeitsgebiet umfasst Forschung, Lehre, Praxisförderung (Erfa-Gruppen, Beratung) und Weiterbildung. Die Themenschwerpunkte liegen in KMU, Entrepreneurship und Familienunternehmen.

Das Institut Entrepreneurship & KMU der Hochschule für Wirtschaft Freiburg i. Üe. konzentriert sich in Forschung und mit Mandaten auf den unternehmerischen Gründungsprozess, die Internationalisierung von KMU, die Unternehmensnachfolge und Intrapreneurship. Das Institut zeichnet zudem verantwortlich für einen Master of Science in Business Administration, Vertiefung Entrepreneurship (Innovation & Growth).

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort.....	4
2	Einleitung.....	5
2.1	Ausgangslage und Ziele von GUESSS.....	5
2.2	Theoretischer Bezugsrahmen.....	6
2.3	Projektorganisation	6
3	Die Erhebung in der Schweiz	7
3.1	Teilnehmende und Rücklauf.....	7
3.2	Eigenschaften der Befragten	8
3.2.1	Alter.....	8
3.2.2	Geschlecht	8
3.2.3	Nationalität	9
3.2.4	Studienstufen	9
3.2.5	Studienfächer.....	10
4	Unternehmerische Absichten und Tätigkeiten der Studierenden	12
4.1	Karriereabsichten direkt und 5 Jahre nach dem Studium	12
4.2	Detaillierte und vergleichende Betrachtung.....	13
4.2.1	Wirtschaftswissenschaftler 2011, 2008 und international	14
4.2.2	Naturwissenschaftler 2011, 2008 und international	15
4.2.3	Sozialwissenschaftler 2011, 2008 und international	16
5	Motive und Ziele für den zukünftigen Berufsweg.....	17
6	Stärke der Gründungsabsicht.....	18
6.1	Übersicht.....	18
6.2	Vertiefte und vergleichende Betrachtung	19
7	Potentielle Gründer.....	20
7.1	Aufwand und Berufserfahrung	20
7.2	Gründungspartner	21
7.3	Industrie	21
7.4	Finanzierung	22
7.5	Gründungsschritte.....	23
7.6	Gründungshindernisse	24
8	Vollzogene Gründungen.....	25
9	Kontext Familienunternehmen	26
10	Die Rolle der Hochschulen.....	29
11	Entrepreneurship Index.....	34
12	Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen.....	35
13	Abschluss.....	37
14	Anhang.....	38
15	Literaturverzeichnis	40

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen.....	6
Abbildung 2: Altersstruktur der Stichprobe	8
Abbildung 3: Anteil der Geschlechter im Vergleich.....	8
Abbildung 4: Nationalitäten in der Stichprobe	9
Abbildung 5: Verteilung der Studienstufen	9
Abbildung 6: Studienfächer im Detail	10
Abbildung 7: Studienrichtungen im Vergleich	11
Abbildung 8: Karriereabsichten von Schweizer Studierenden 2011	12
Abbildung 9: Karriereabsichten direkt nach dem Studium nach Fachrichtung	13
Abbildung 10: Karriereabsichten 5 Jahre nach dem Studium nach Fachrichtung	13
Abbildung 11: Karriereabsichten WiWi direkt nach dem Studium	14
Abbildung 12: Karriereabsichten WiWi 5 Jahre nach dem Studium	15
Abbildung 13: Karriereabsichten NatWi direkt nach dem Studium	15
Abbildung 14: Karriereabsichten NatWi 5 Jahre nach dem Studium	16
Abbildung 15: Karriereabsichten SoWi direkt nach dem Studium.....	16
Abbildung 16: Karriereabsichten SoWi 5 Jahre nach dem Studium.....	17
Abbildung 17: Wichtigkeit von verschiedenen Motiven je nach Karriereabsicht	17
Abbildung 18: Stärke der Gründungsabsicht in der Schweiz und international	18
Abbildung 19: Stärke der Gründungsabsicht gruppiert nach Studienfach und Stärke.....	19
Abbildung 20: Relevante Berufserfahrung der potentiellen Gründer	20
Abbildung 21: Partner bei der geplanten Gründung	21
Abbildung 22: Auswahl der Partner	21
Abbildung 23: Branchen der geplanten Unternehmen	22
Abbildung 24: Angestrebter Finanzierungsmix	23
Abbildung 25: Unternommene Gründungsschritte	24
Abbildung 26: Gründungshindernisse.....	24
Abbildung 27: Finanzierungsstruktur von bereits gegründeten Unternehmen	26
Abbildung 28: Existenz eines elterlichen Unternehmens	27
Abbildung 29: Nachfolgeabsichten von Studierenden aus Familienunternehmen	28
Abbildung 30: Hürden bezüglich interner Nachfolge	28
Abbildung 31: Existenz von Angeboten an den Hochschulen	29
Abbildung 32: Nachfrage nach Angeboten	30
Abbildung 33: Nutzung von Angeboten	31
Abbildung 34: Evaluierung der Angebote	32
Abbildung 35: Generelle Einschätzung der Angebote der Hochschulen.....	33
Abbildung 36: Entrepreneurship Index	35
Abbildung 37: Berufswünsche nach Hochschulen direkt	38
Abbildung 38: Berufswünsche nach Hochschulen nach 5 Jahren.....	39

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Teilnehmende Hochschulen und Rücklauf	7
Tabelle 2: Eigenschaften bereits gegründeter Unternehmen.....	25
Tabelle 3: Eigenschaften der Familienunternehmen.....	27
Tabelle 4: Indexgewichtung Frage 1	34
Tabelle 5: Indexgewichtung Frage 2	34

1 Vorwort

Die volkswirtschaftliche und soziale Bedeutung von Unternehmensgründungen ist allgemein anerkannt. Studierenden aller Fachrichtungen kommt dabei zu Recht ein hohes Mass an Aufmerksamkeit zu, da diese die UnternehmerInnen¹ von morgen darstellen. Es ist also mehr als gerechtfertigt, die unternehmerischen Absichten, Aktivitäten und relevanten Einflussfaktoren in diesem Kontext weiter zu erforschen.

Trotz aller Bemühungen in der Vergangenheit gibt es jedoch noch viele offene Fragen. Welche individuellen, gesellschaftlichen und universitätsbezogenen Faktoren bringen Studierende dazu, ein Unternehmen gründen zu wollen? Und wie wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass aus einer Gründung auch langfristig ein erfolgreiches Unternehmen wird? Diese Punkte bedürfen der weiteren Klärung.

Dies zu erforschen ist das übergeordnete Ziel des internationalen Forschungsprojekts GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). Dabei fokussieren wir uns jedoch nicht nur auf Unternehmensgründungen. Unternehmertum kann vielerlei Formen annehmen, beispielsweise auch die Übernahme eines bestehenden Unternehmens, oder der Einstieg ins elterliche Familienunternehmen. Diesen Optionen schenken wir verstärkte Aufmerksamkeit und erweitern dadurch die Perspektive um einige interessante Aspekte.

Der vorliegende Bericht illustriert die Erkenntnisse des GUESSS Projekts in der Schweiz. Bei der im Frühjahr 2011 durchgeführten Umfrage haben sich über 8'000 Studierende von über 40 Schweizer Universitäten und Fachhochschulen beteiligt. Sowohl den Studierenden als auch den Verantwortlichen der teilnehmenden Universitäten möchten wir an dieser Stelle unseren herzlichen Dank aussprechen.

Die gewonnenen Erkenntnisse vergleichen wir mit den Erkenntnissen auf internationaler Ebene und ziehen ausserdem einen Vergleich mit den früheren Durchführungen von GUESSS, um Trends und Entwicklungen beurteilen zu können.

Wir sind davon überzeugt, dass GUESSS 2011 für Studierende, Verantwortliche von Universitäten, Forschende, Politik und Gesellschaft wertvolle Einsichten generiert. Daher freuen wir uns auf Ihr Feedback und bereits jetzt auf die nächste Durchführung von GUESSS.

Wir wünschen Ihnen viel bei der Lektüre!

Dr. Philipp Sieger
Prof. Urs Fueglistaller

Prof. Rico Baldegger
Ana-Maria Pavalache

¹ Wenn es die Lesbarkeit erlaubt, verwenden wir in diesem Bericht eine geschlechterneutrale Sprache. In manchen Fällen entscheiden wir uns jedoch für die männliche Version. Damit richten wir uns jedoch ausdrücklich auch an das weibliche Geschlecht.

2 Einleitung

2.1 Ausgangslage und Ziele von GUESSS²

Das 2003 am KMU-HSG ins Leben gerufene Forschungsprojekt GUESSS (früher bekannt unter dem Namen ISCE) steht für Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey und befasst sich mit der Erforschung von unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden.

Mit jeder der nun insgesamt 5 Datenerhebungen ist das Projekt gewachsen und gleichzeitig internationaler geworden. 2011 wurde GUESSS in insgesamt 26 Ländern durchgeführt.

Auf den bisherigen Erfahrungen aufbauend wurde GUESSS 2011 durchgeführt, um wissenschaftlich fundiert und praxisgerecht den aktuellen Kenntnisstand zu erweitern.

Die Ziele von GUESSS sind wie folgt zusammenzufassen:

- Systematische Erfassung und langfristige Beobachtung von unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden
- Identifikation von Einflussfaktoren/Rahmenbedingungen bezüglich Unternehmensgründungen/des Einschlagens einer unternehmerischen Laufbahn allgemein
- Erfassung und Beurteilung der Aktivitäten der Hochschulen bezüglich der unternehmerischen Ausbildung ihrer Studierenden

Von GUESSS sollen verschiedene Anspruchsgruppen profitieren:

- Teilnehmende Länder gewinnen Einsichten über die unternehmerischen Rahmenbedingungen und die unternehmerische Kraft ihrer Studierenden
- Teilnehmende Universitäten können die Quantität und Qualität ihrer Angebote in Bezug auf Unternehmertum einschätzen
- Politik und Öffentlichkeit werden für Unternehmertum im Allgemeinen und Unternehmensgründungen im Speziellen sensibilisiert und erkennen entsprechenden Handlungsbedarf
- Studierende können mittel- bis langfristig von der Umsetzung von Massnahmen seitens der Hochschulen und der Politik profitieren.

² Für weitere Informationen zu GUESSS verweisen wir gerne auf die Webseite <http://www.guesssurvey.org>

2.2 Theoretischer Bezugsrahmen

Als theoretische Grundlage von GUESSS dient die „Theory of Planned Behavior“ (Ajzen, 2002; Fishbein & Ajzen, 1975; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Diese besagt im Wesentlichen, dass bestimmte Einflussfaktoren, wie z.B. die Einstellung gegenüber einem Verhalten, empfundene Normen, sowie empfundene Verhaltenskontrolle zur Bildung von Absichten führen, die sich in einem weiteren Schritt in konkretem Verhalten manifestieren. In unserem Kontext untersuchen wir unternehmerische Absichten, d.h. die Absicht ein Unternehmen gründen oder übernehmen zu wollen. Eine wichtige Rahmenbedingung hierbei ist der universitäre Kontext, worauf dieser Bericht sein spezielles Augenmerk lenkt.

Den theoretischen Bezugsrahmen illustriert folgende Grafik:

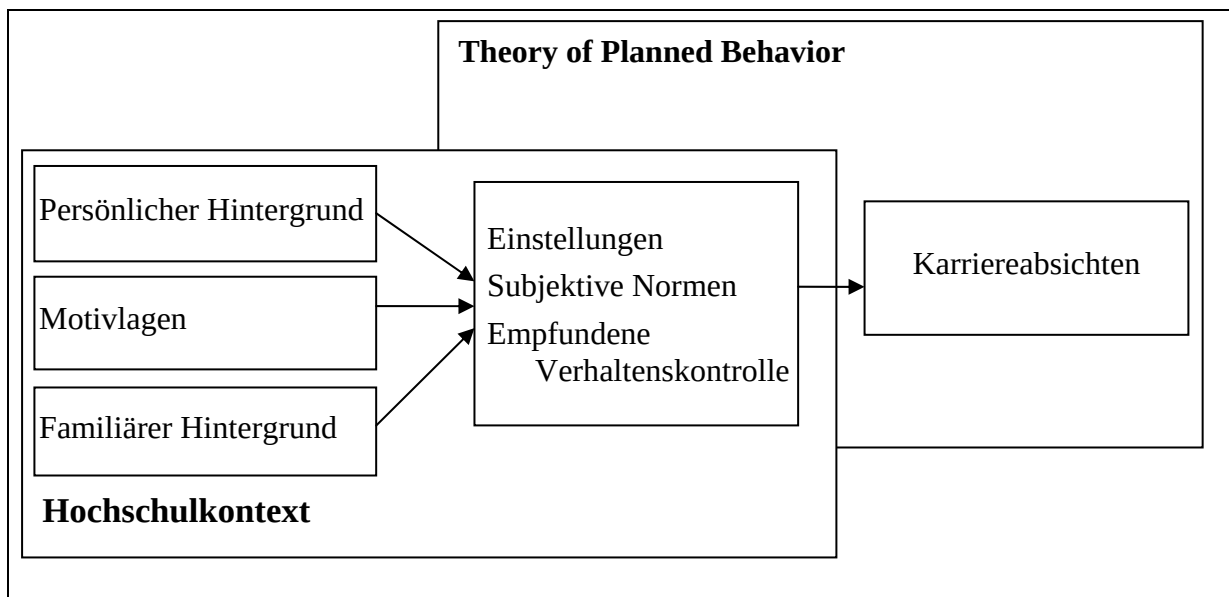


Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen

2.3 Projektorganisation

Das GUESSS Projekt wird vom KMU-HSG sowie vom Center for Family Business der Universität St.Gallen (CFB-HSG) getragen und geleitet. Für jedes Land ist ein Ländervertreter zuständig. In der Schweiz teilen sich das KMU-HSG/CFB-HSG sowie die Universität Fribourg diese Aufgabe. Während Philipp Sieger und Jonathan Fraser für die Durchführung in der Deutschschweiz verantwortlich zeichnen, oblag sie in der Romandie Prof. Rico Baldegger und Ana-Maria Pavalache.

3 Die Erhebung in der Schweiz

3.1 Teilnehmende und Rücklauf

Universität/FH	N	Total ³	Quote
Universitäten Deutsche Schweiz			
Universität Bern (UniBE)	1042	14500	7.19
Universität St. Gallen (HSG)	949	7556	12.56
Universität Zürich (UniZH)	114	4100	2.78
Universitäten Französische Schweiz			
Université de Fribourg (UniFR)	705	9209	7.66
Université de Lausanne (UniL)	686	12000	5.72
Université de Neuchâtel (UniNE)	202	1450	13.93
Fachhochschulen Deutsche Schweiz			
Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW)	350	9000	3.89
Berner Fachhochschule - Technik und Informatik (BFH-TI)	107	1400	7.64
Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur (HTW-Chur)	66	250	26.40
Hochschule Luzern - Wirtschaft (HSW)	59	275	21.45
Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs (NTB)	51	370	13.78
Private Hochschule Wirtschaft, Bern (PHW)	82	450	18.22
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)	738	7781	8.02
Fernfachhochschule Schweiz (FFHS)	147	926	15.87
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften - Angewandte Psychologie	39	290	13.45
Berner Fachhochschule, Architektur, Holz und Bau (BFH-AHB)	51	1062	4.80
Zürcher Hochschule der Künste (ZHDK)	209	2083	10.00
Berner Fachhochschule, Hochschule der Künste Bern (BFH-HKB)	62	900	6.89
Hochschule für Technik Rapperswil (HSR)	293	980	29.90
Hochschule für Angewandte Wissenschaft St.Gallen (FHSG)	25	2800	0.89
Fachhochschulen Französische Schweiz			
Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL)	114	570	20.00
Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg (EIA-FR)	85	867	9.80
Ecole hôtelière de Lausanne (EHL)	379	1660	22.83
Glion Institute of Higher Education	93	450	20.67
Haute école Arc Ingénierie (Le Locle, Porrentruy, St. Imier)	65	293	22.18
Haute école d'art et de design Genève (HEAD-GE)	28	719	3.89
Haute Ecole de Conservation-restauration Arc (HECR-Arc)	16	41	39.02
Haute école de gestion Arc (HEG-Arc)	113	605	18.68
Haute école de gestion de Fribourg (HEG-FR)	119	485	24.54
Haute école de gestion de Genève (HEG-GE)	204	1140	17.89
Haute école de Santé Arc (HEdS-Arc)	32	360	8.89
Haute école de Santé Fribourg (HEdS-FR)	45	333	13.51
Haute école de Santé Genève (HEdS-GE)	107	879	12.17
Haute école de travail social et de la santé ?Lausanne (EESP)	136	700	19.43
Haute école de travail social Genève (HETS-GE)	94	500	18.80
Haute école d'Ingénieurs et de Gestion du Canton de Vaud (HEIG-VD)	89	1600	5.56
Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève (HEPIA-GE)	56	800	7.00
Haute école du travail social Fribourg (HEF-TS)	37	437	8.47
HES-SO MScBA Lausanne	90	270	33.33
HES-SO//Valais - Sciences de l'ingénieur	25	72	34.72
HES-SO//Valais Economie et services	33	170	19.41
HES-SO//Valais Santé et Travail Social	90	905	9.94
Les Roches International School of Hospitality Management (Bluche)	28	800	3.50
Les Roches-Gruyère University of Applied Sciences (LRG)	31	700	4.43
Andere	29		
Total	8115	92738	8.80

Tabelle 1: Teilnehmende Hochschulen und Rücklauf

³ Diese Spalte enthält die Anzahl der tatsächlich per Email angeschriebenen Studierenden je Hochschule, was nicht zwangsläufig der Anzahl der insgesamt immatrikulierten Studierenden entspricht.

Insgesamt konnten 6 Universitäten, 14 Fachhochschulen aus der Deutschschweiz und 24 Fachhochschulen aus der französischsprachigen Schweiz für GUESSS 2011 gewonnen werden. Dabei wurde den Studierenden jeweils eine Email mit einem Kurzbeschreibung der Umfrage sowie einem Link zum Online-Fragebogen gesandt. Mit dem Rücklauf von insgesamt über 8'000 Fragebögen (N=8'115) sind wir sehr zufrieden. In Anbetracht des immer schwieriger werdenden Umfelds für online durchgeführte Befragungen unter Studierenden erachten wir die Rücklaufquote von 8,80 Prozent als akzeptabel.

3.2 Eigenschaften der Befragten

3.2.1 Alter

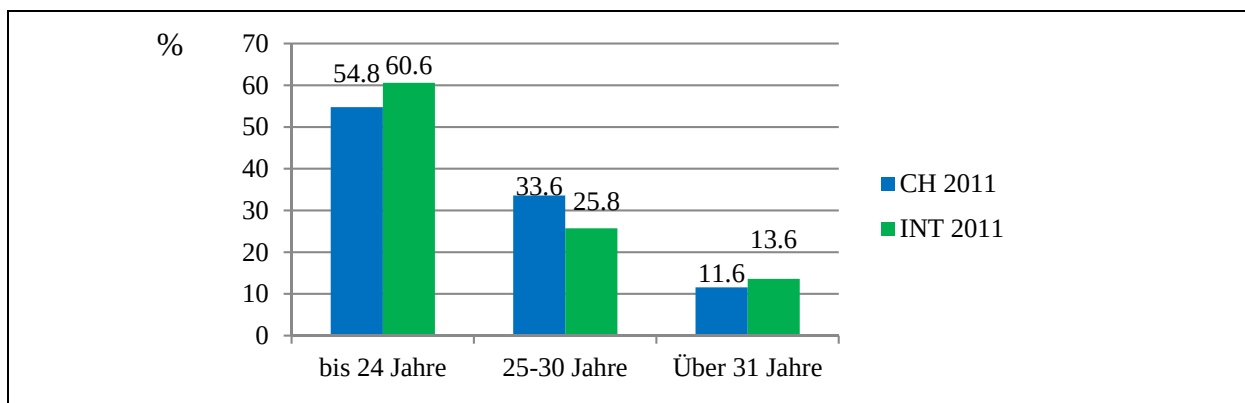


Abbildung 2: Altersstruktur der Stichprobe

Die Altersstruktur unserer Stichprobe in der Schweiz (CH 2011) entspricht ungefähr jener von GUESSS über alle 26 Länder hinweg (INT 2011). Der Anteil der unter 24-jährigen Studierenden ist in der Schweiz etwas geringer, dafür ist der Anteil der 25-30-jährigen etwas höher, während sich die über 31-jährigen in etwa die Waage halten.

3.2.2 Geschlecht

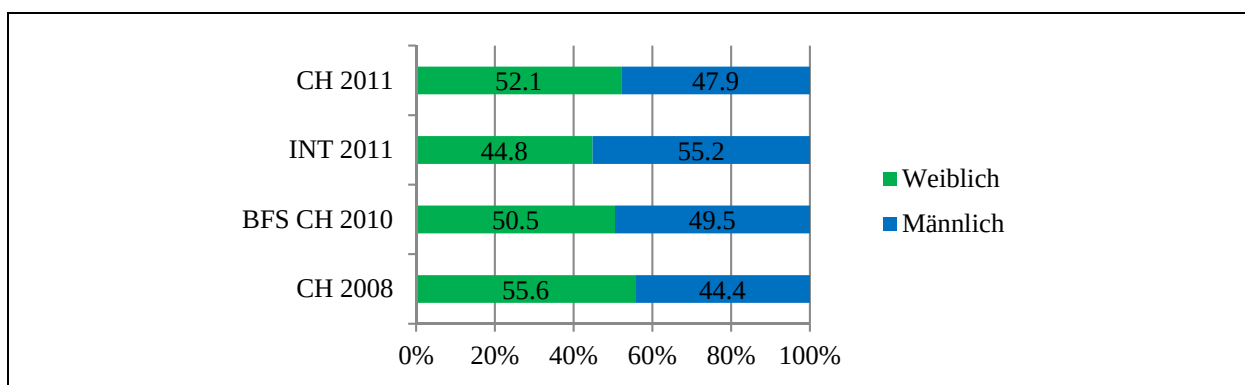


Abbildung 3: Anteil der Geschlechter im Vergleich

Bezüglich des Geschlechts lässt sich feststellen, dass der Anteil der Frauen in der Schweizer Stichprobe im Vergleich zu den internationalen Daten leicht höher ist (knapp über 50%). Dieser Wert liegt im gleichen Bereich wie die Daten des Bundesamts für Statistik (BFS) aus dem Jahr 2010 (BFS, 2011a, 2011b) sowie die GUESSS Daten für die Schweiz aus dem Jahr 2008 (Baldegger, Halter, Fueglistaller, & Müller, 2009). Bezogen auf das Geschlecht ist uns also ein repräsentatives Abbild der Schweizerischen Studierenden gelungen.

3.2.3 Nationalität

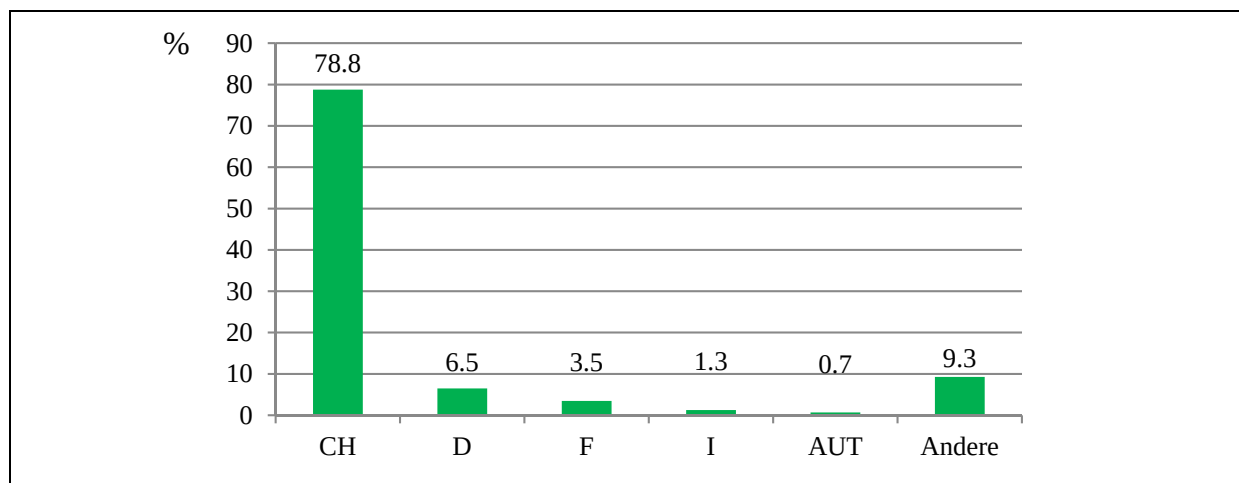


Abbildung 4: Nationalitäten in der Stichprobe

Fast 80% der antwortenden Studierenden sind Schweizer Nationalität. Auf Platz 2 folgen deutsche Staatsbürger mit 6.5%. Der Anteil von Franzosen, Italienern und Österreichern liegt jeweils bei unter 5%.

3.2.4 Studienstufen

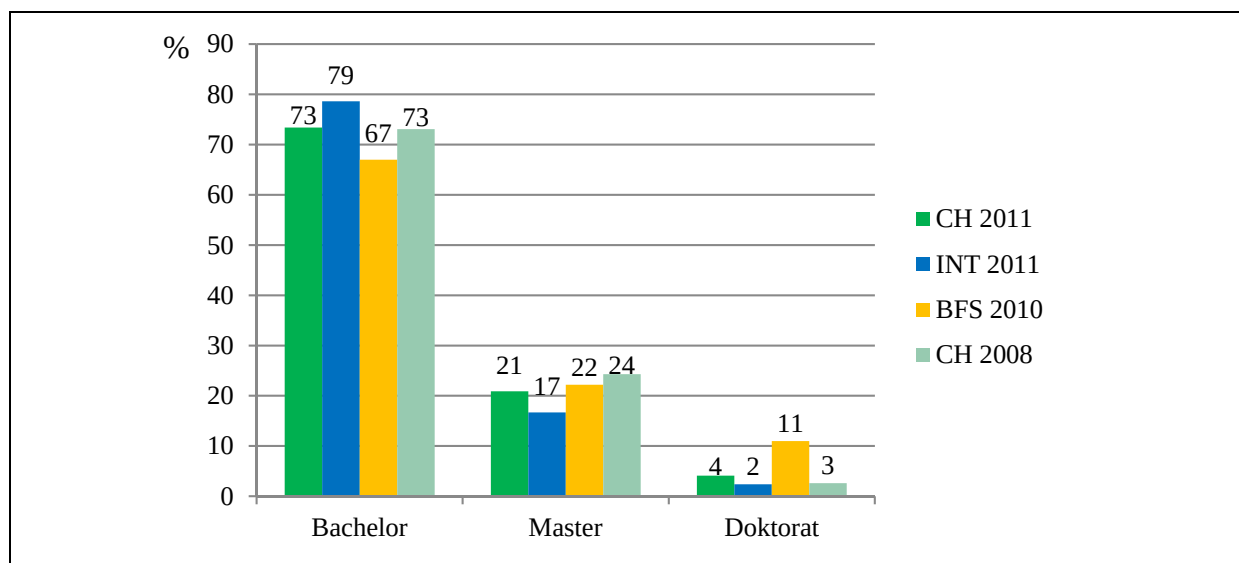


Abbildung 5: Verteilung der Studienstufen

Auch in Bezug auf die Studienstufe der befragten Studierenden liegen die Schweizer Daten und die internationalen Daten eng beisammen. In beiden Stichproben liegt der Anteil der Bachelorstudierenden bei ca. drei Vierteln, derjenige der Masterstudierenden bei ca. einem Fünftel. Dies deckt sich im Wesentlichen mit den Daten des BFS für Universitäten und Fachhochschulen von 2010. Bezogen auf GUESSS 2008 in der Schweiz sind ebenfalls keine wesentlichen Unterschiede zu erkennen. Der Anteil der postdoktoralen Antwortenden sowie der Studierenden in Weiterbildungs- oder Qualifizierungsprogrammen ist marginal (unter 2%) und wird daher nicht dargestellt.

3.2.5 Studienfächer

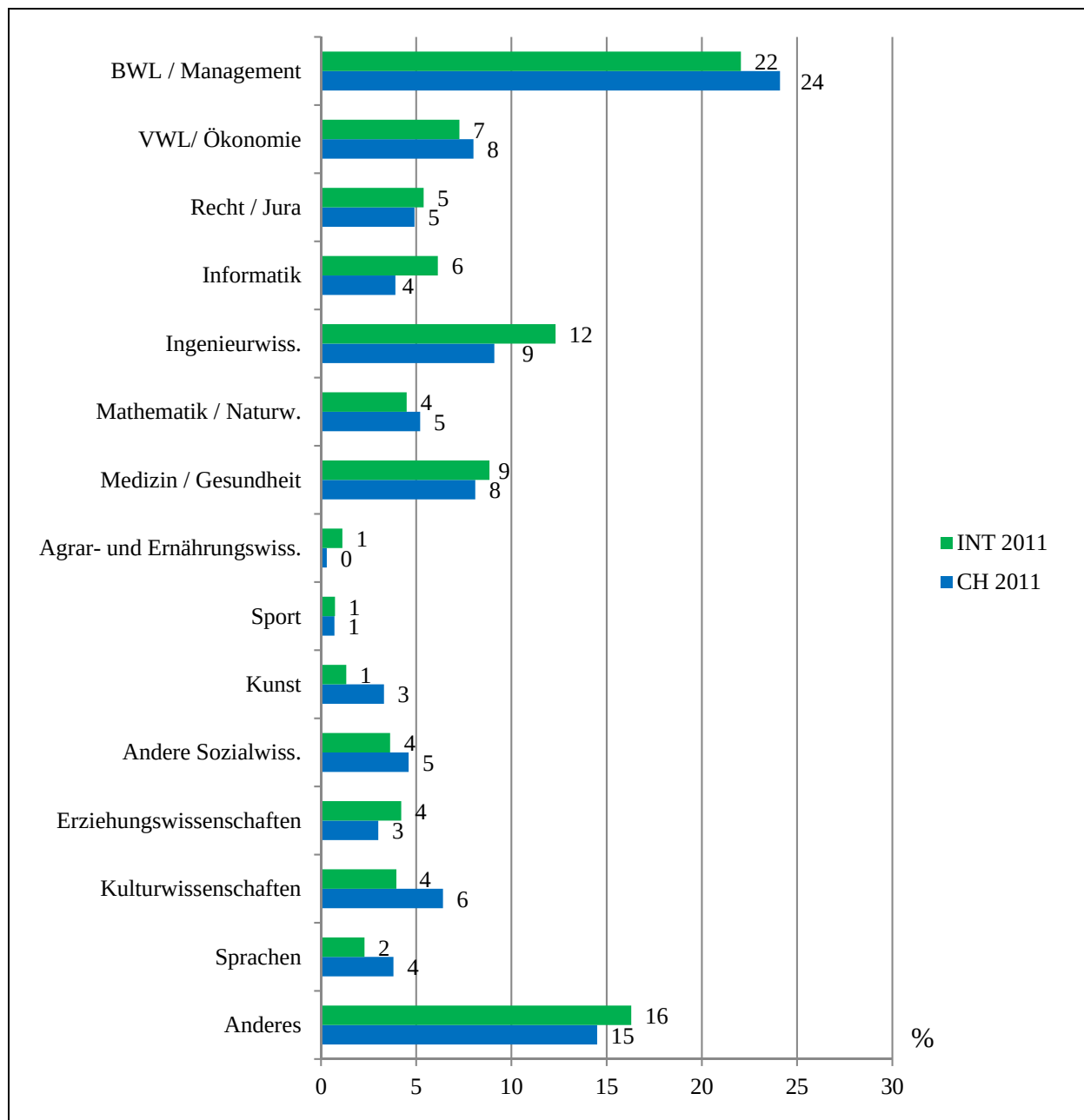


Abbildung 6: Studienfächer im Detail

Vergleicht man die Verteilung der Studienfächer der Schweizer mit den internationalen Daten, fällt auf, dass es in den meisten Fällen keine signifikanten Abweichungen gibt. Lediglich der Anteil der Studierenden in den Fächern Ingenieurwissenschaften und Informatik ist im internationalen Datensatz deutlich höher; der Anteil der Sprach- und Kulturwissenschaftler fällt dagegen geringer aus.

Die meisten Studierenden sind dem Studienfach Betriebswirtschaft und Management zuzuordnen, gefolgt von Ingenieurwissenschaften (inklusive Architektur).

Um weitere Erkenntnisse über die Verteilung der Studienfächer zu gewinnen, wurden diese den Kategorien Wirtschaftswissenschaften (WiWi), Naturwissenschaften (NatWi) und Sozialwissenschaften (SoWi) zugeordnet. Hier zeigt sich wie erwartet, dass der Anteil der Naturwissenschaftler im internationalen Datensatz deutlich höher ist als im Schweizerischen. Der Anteil der Wirtschaftswissenschaftler ist ähnlich. Diese ungleiche Verteilung gilt es zu berücksichtigen, wenn Ergebnisse aus der Schweiz mit Ergebnissen auf internationaler Ebene verglichen werden. Verglichen mit den Statistiken des BFS zeigt sich, dass Wirtschaftswissenschaftler in unserer Stichprobe überrepräsentiert sind, während bei Natur- und Sozialwissenschaftlern das Gegenteil der Fall ist. Auch zeigt sich, dass der Anteil der Wirtschaftswissenschaftler in der Schweiz 2011 wesentlich höher ist als 2008; 2008 waren dafür deutlich mehr Natur- und Sozialwissenschaftler in der Stichprobe enthalten.

Dies muss bei der Ableitung von Erkenntnissen und Handlungsempfehlungen für die Schweiz berücksichtigt werden.

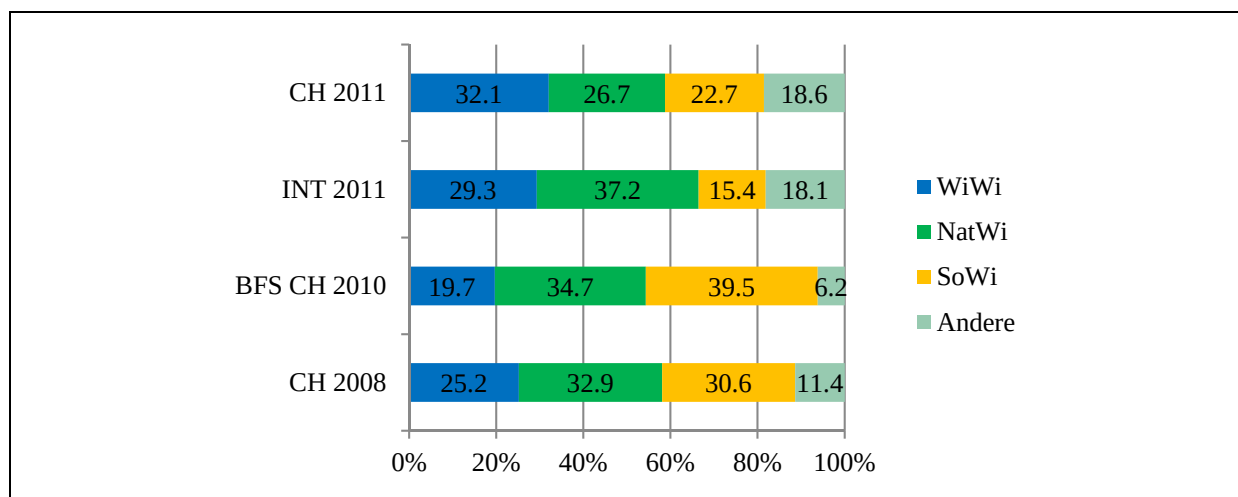


Abbildung 7: Studienrichtungen im Vergleich

4 Unternehmerische Absichten und Tätigkeiten der Studierenden

4.1 Karriereabsichten direkt und 5 Jahre nach dem Studium

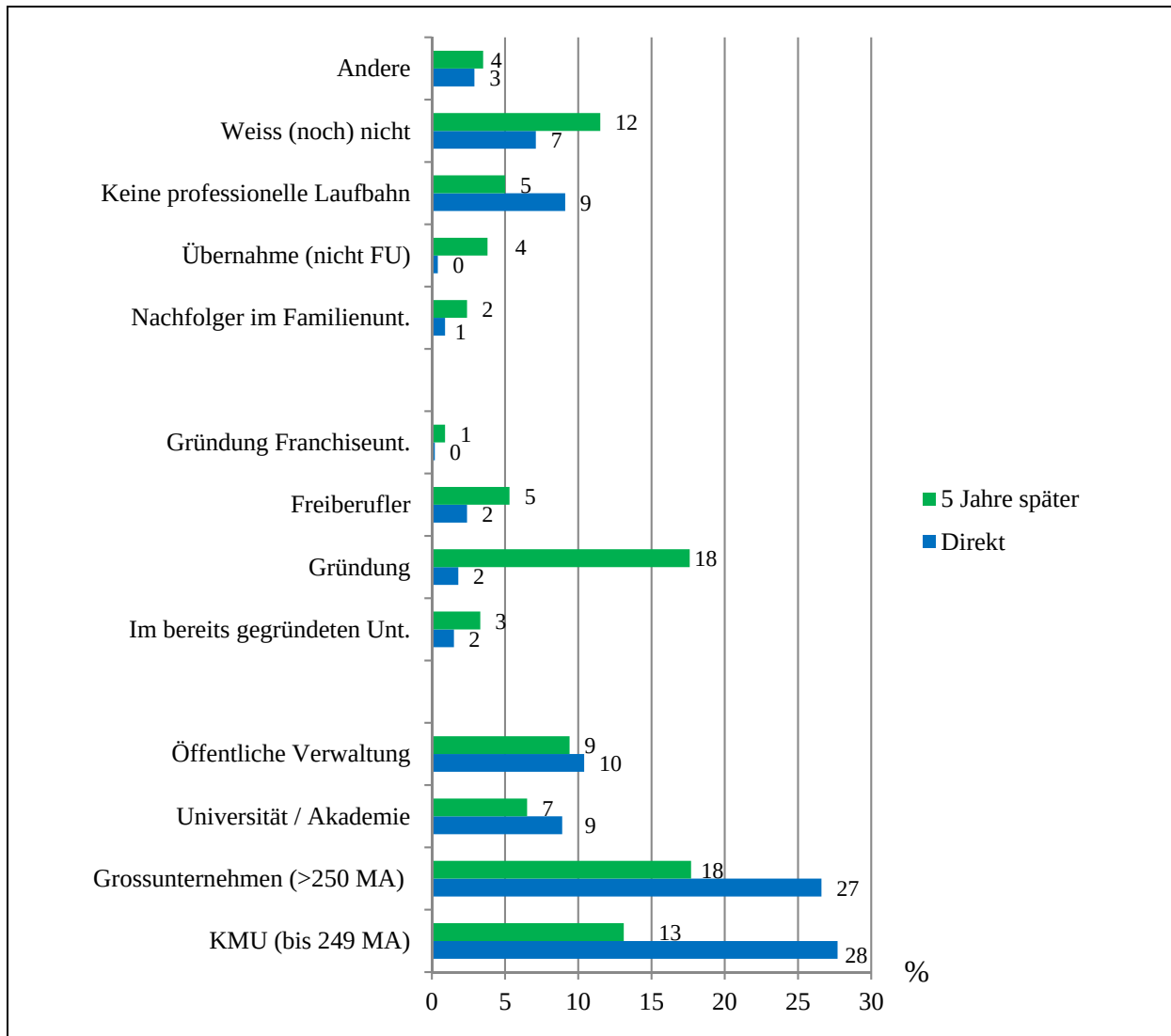


Abbildung 8: Karriereabsichten von Schweizer Studierenden 2011

Bei dieser Analyse stellen wir fest, dass über 50% der Studierenden direkt nach dem Studium in KMU beziehungsweise Grossunternehmen arbeiten möchten. Die Gründung eines Unternehmens unmittelbar nach dem Studium wird nur von ca. 2% der Studierenden angestrebt. Bei den Berufswünschen 5 Jahre nach Abschluss des Studiums zeigt sich ein anderes Bild: Hier möchten nur noch insgesamt ca. 30% der Studierenden in KMU bzw. Grossunternehmen arbeiten. Die Gründung eines eigenen Unternehmens streben immerhin 17.6% der Studierenden an.

Im internationalen Datensatz zeigt sich ein sehr ähnliches Muster der Karriereabsichten. Die Abweichungen liegen jeweils nur im niedrigen einstelligen Prozentbereich, weshalb wir an dieser Stelle nicht näher darauf eingehen.

4.2 Detaillierte und vergleichende Betrachtung

Um die Erkenntnisse auf nationaler und internationaler Ebene sinnvoll vergleichen zu können, schlüsseln wir die Karriereabsichten der Studierenden nach Studienschwerpunkt auf. Wie in Abbildung 6 gezeigt, unterscheiden sich die beiden Stichproben in dieser Hinsicht, was eine differenzierte Analyse notwendig macht. Zusätzlich gruppieren wir die Karriereabsichten in die drei Gruppen "Angestellter", "Gründer", und "Nachfolger". Letztere beinhaltet die Optionen, das elterliche Familienunternehmen zu übernehmen sowie in ein bestehendes Unternehmen ausserhalb der Familie einzusteigen.⁴ Wie die nachfolgenden Abbildungen zeigen, unterscheiden sich die drei Studienschwerpunkte hinsichtlich der Karriereabsichten zum Teil deutlich, sowohl direkt nach dem Studium als auch 5 Jahre danach. So ist beispielsweise die Gründungsabsicht bei Wirtschaftswissenschaftlern deutlich ausgeprägter.

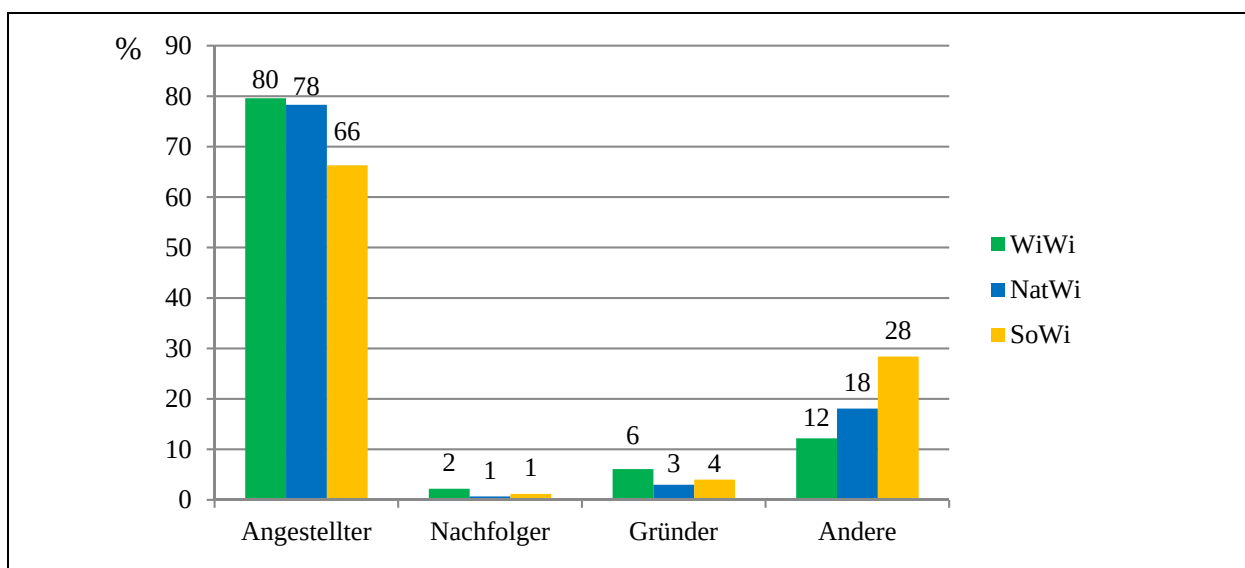


Abbildung 9: Karriereabsichten direkt nach dem Studium nach Fachrichtung

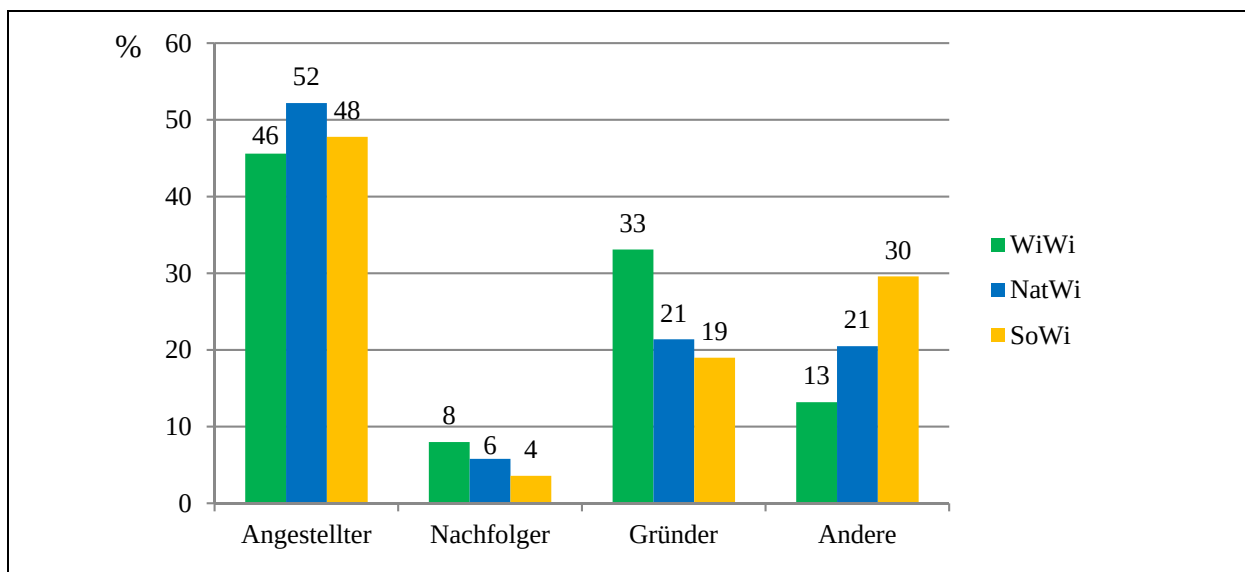


Abbildung 10: Karriereabsichten 5 Jahre nach dem Studium nach Fachrichtung

⁴ Die zusätzliche Gruppe „Andere“ beinhaltet die Antwortmöglichkeiten „Weiss (noch) nicht“, „Keine professionelle Laufbahn“, und „Andere“.

Da sich auch die Schweizerische Stichprobe von GUESSS 2008 in Bezug auf die Verteilung der Studienschwerpunkte von GUESSS 2011 unterscheidet, ist die in dieser Hinsicht differenzierte Analyse auch für Langzeitvergleiche angebracht. Andernfalls würde diese ungleiche Verteilung die Resultate verfälschen.

Im Folgenden vergleichen wir also zunächst die Daten der Wirtschaftswissenschaftler in der Schweiz 2011 mit den Schweizer Daten von 2008 sowie mit den internationalen Daten von 2011, sowohl bezogen auf die Karriereabsichten direkt nach dem Studium als auch 5 Jahre nach Abschluss. Anschliessend folgen dieselben Analysen für Natur- und Sozialwissenschaftler.

4.2.1 Wirtschaftswissenschaftler 2011, 2008 und international

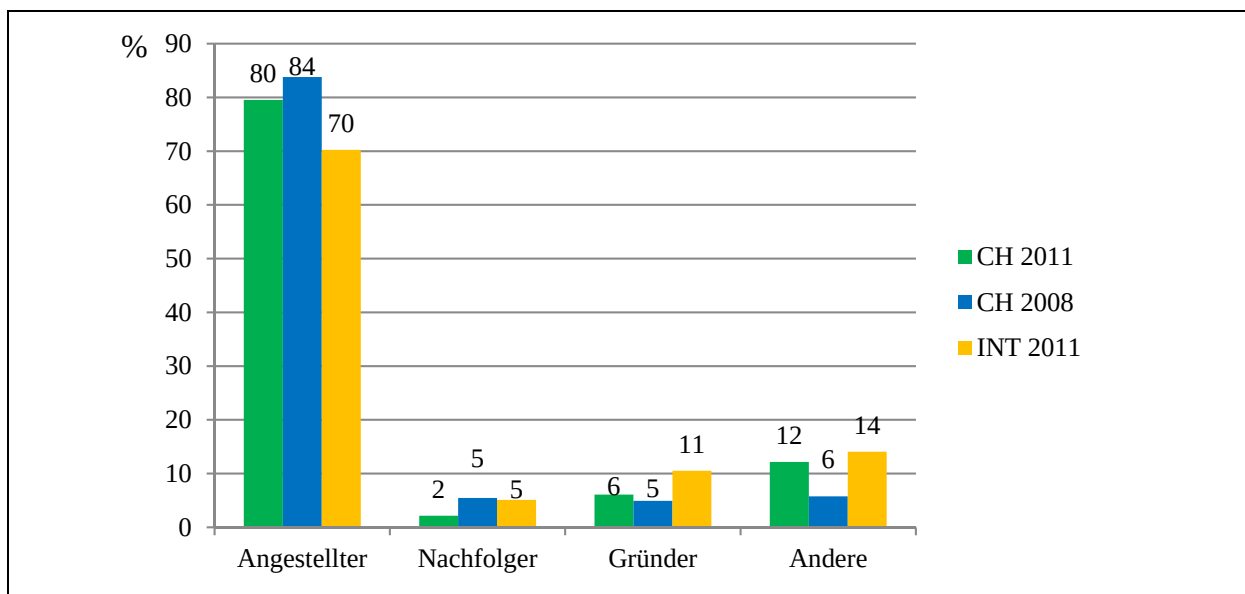


Abbildung 11: Karriereabsichten WiWi direkt nach dem Studium

Vergleicht man die Schweizerischen Daten von 2011 mit denjenigen aus dem Jahr 2008, stellen wir fest, dass etwas weniger Studierende eine Angestelltentätigkeit direkt nach dem Studium aufnehmen wollen; dafür gewinnt eine Unternehmensgründung direkt nach dem Studium an Attraktivität. Jedoch hat sich der Anteil jener Studierenden, welche bezüglich ihres Karrierepfads noch unschlüssig sind bzw. eine nicht kategorisierte Tätigkeit anstreben, stark erhöht. Im internationalen Vergleich ist der Anteil der Studierenden mit der Absicht Angestellter zu werden in der Schweiz markant höher; die Anzahl der potentiellen Gründer direkt nach dem Studium ist geringer. Unter Schweizerischen Wirtschaftswissenschaftlern ist also ein leichter Trend zu weniger Angestellten- und mehr Unternehmertum festzustellen, wobei international gesehen aus unternehmerischer Sicht noch Nachholbedarf besteht. Bezogen auf die Karriereabsichten von Wirtschaftswissenschaftlern 5 Jahre nach Abschluss des Studiums zeigt sich ein identisches Muster. Ein unternehmerischer Karrierepfad gewinnt unter Schweizer Wirtschaftswissenschaftlern an Bedeutung; im internationalen Vergleich ist dieser jedoch immer noch weniger attraktiv als im Durchschnitt aller anderen befragten Länder.

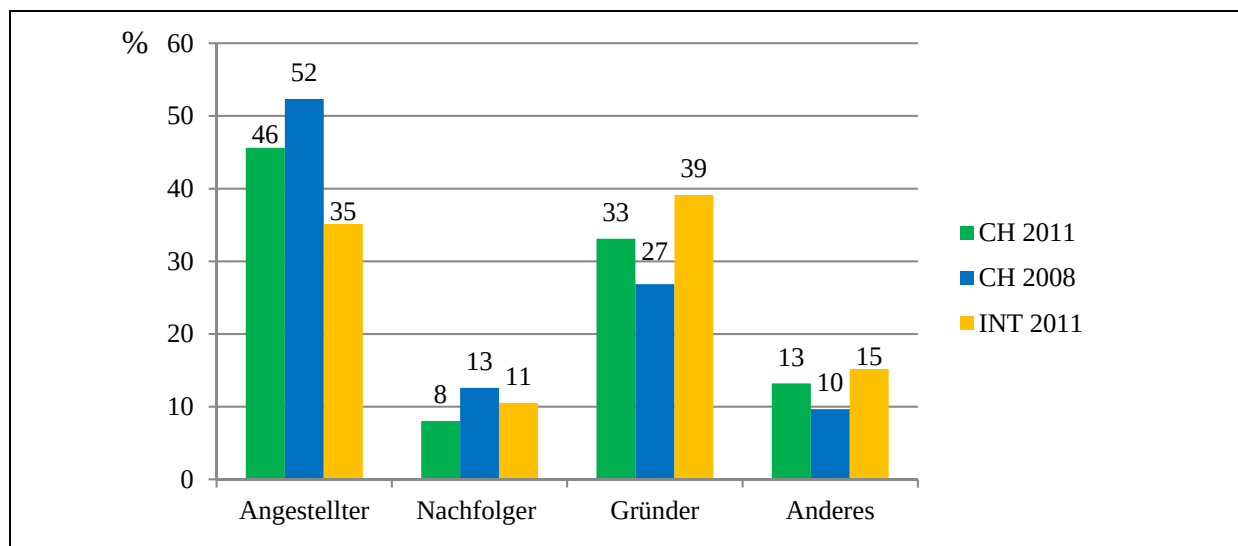


Abbildung 12: Karriereabsichten WiWi 5 Jahre nach dem Studium

4.2.2 Naturwissenschaftler 2011, 2008 und international

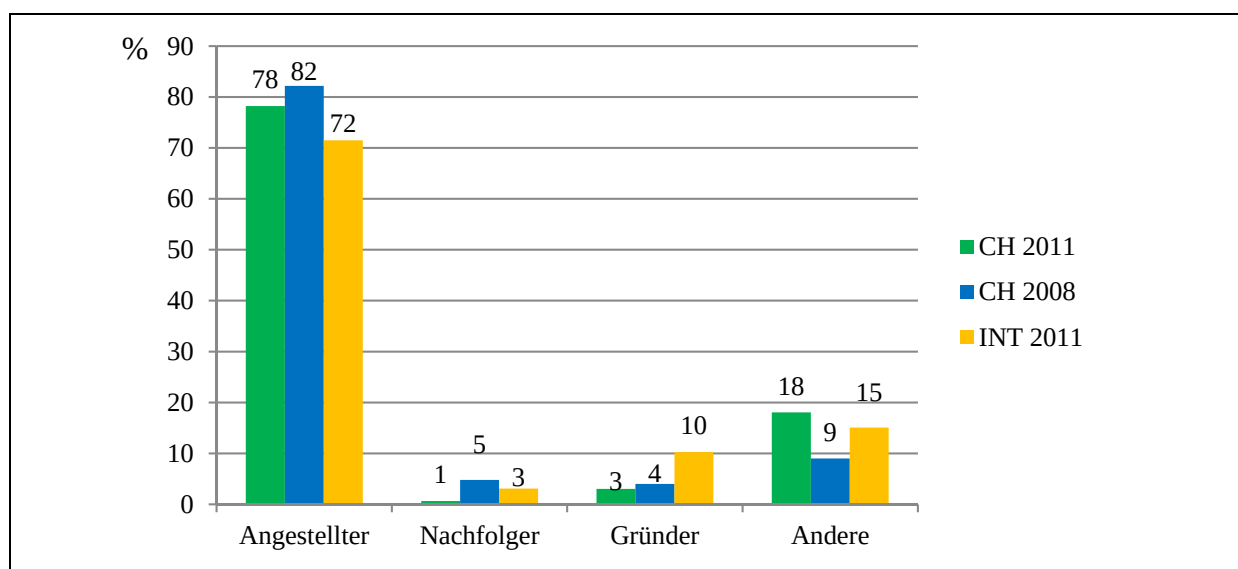


Abbildung 13: Karriereabsichten NatWi direkt nach dem Studium

Bei den Naturwissenschaftlern stellen wir in der Schweiz fest, dass 2011 weniger Studierende direkt nach dem Studium in ein Angestelltenverhältnis gehen wollen als 2008. Dies sind allerdings immer noch mehr als im Durchschnitt aller 26 Länder von GUESSSS 2011. Bezüglich der Absicht, direkt nach dem Studium ein Unternehmen zu gründen, ist seit 2008 sogar ein leichter Rückgang festzustellen (von 3,99% auf 3,04%). In den anderen Ländern der GUESSSS-Erhebung ist dieser Wert im Durchschnitt mehr als dreimal so hoch (10,3%). Auch die Absicht, direkt nach dem Studium ein bestehendes Unternehmen zu übernehmen, ist zurückgegangen.

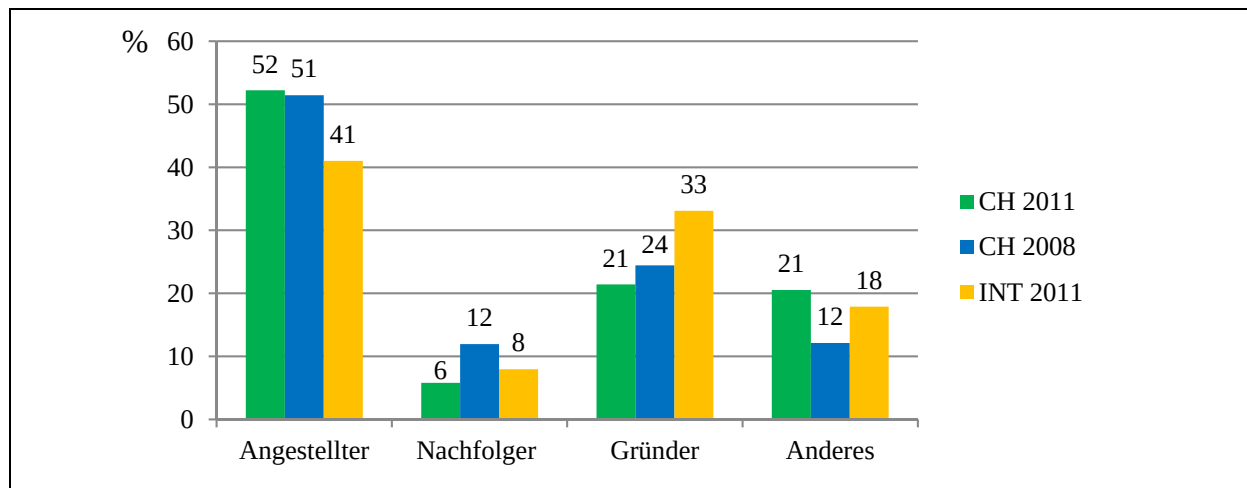


Abbildung 14: Karriereabsichten NatWi 5 Jahre nach dem Studium

Auf die Frage, welchen Karrierepfad sie 5 Jahre nach Abschluss des Studiums einschlagen wollen, antworteten 2011 weniger Naturwissenschaftler mit Gründung oder Nachfolge als 2008. Die Präferenz einer Angestelltentätigkeit hat sich kaum verändert. Der Anteil der Studierenden, welche eine andere Tätigkeit verfolgen wollen oder noch unentschlossen sind, ist hingegen stark gewachsen. Im internationalen Vergleich ist die Gründungsabsicht ausserhalb der Schweiz viel stärker ausgeprägt, während sich die Antworten der Kategorie "Anderes" in etwa die Waage halten.

4.2.3 Sozialwissenschaftler 2011, 2008 und international

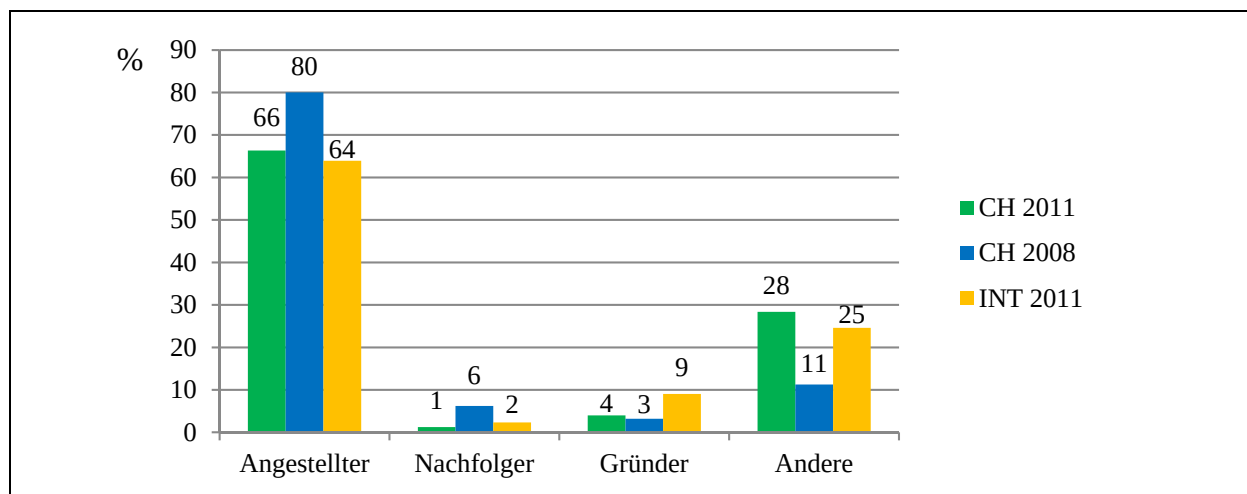


Abbildung 15: Karriereabsichten SoWi direkt nach dem Studium

Bei den Sozialwissenschaftlern ist ein deutlicher Rückgang bei der Absicht, direkt nach dem Studium ein Angestelltenverhältnis einzugehen, festzustellen. Die Nachfolgeabsicht ist ebenfalls stark gesunken. Dafür sind 28% der Sozialwissenschaftler zum jetzigen Zeitpunkt noch unschlüssig, was sie direkt nach dem Studium tun sollen bzw. streben eine nicht kategorisierte Tätigkeit an. Dieser Wert hat sich im Vergleich zu 2008 mehr als verdoppelt, was jedoch ein international ebenfalls zu beobachtendes Phänomen zu sein scheint.

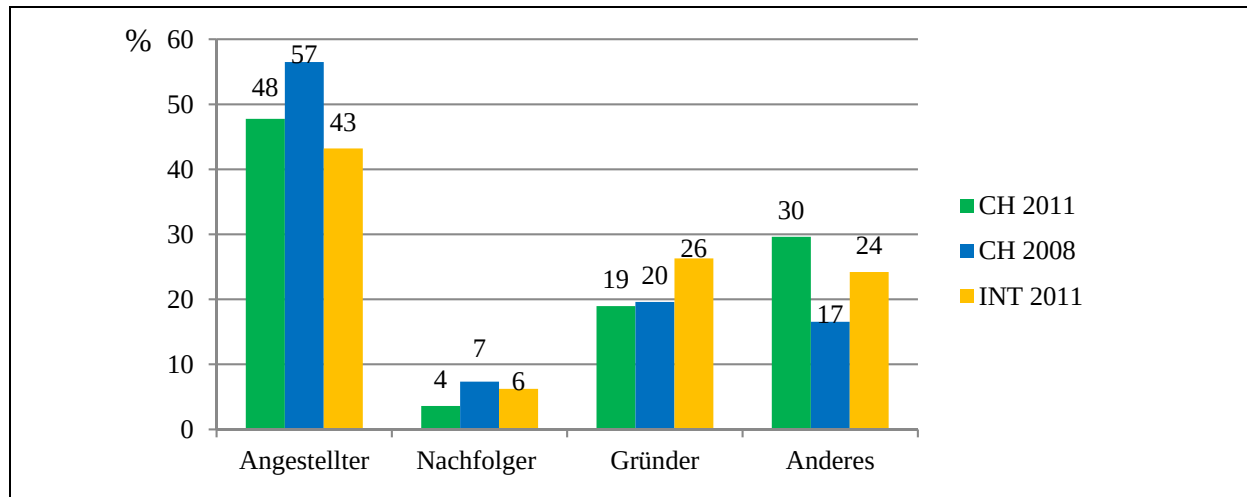


Abbildung 16: Karriereabsichten SoWi 5 Jahre nach dem Studium

Bei den Karriereabsichten 5 Jahre nach dem Studium zeigt sich ein ähnliches Bild. Wiederum hat die Absicht Angestellter zu werden relativ stark abgenommen; dafür ist der Anteil der Unentschlossenen stark gestiegen, sogar über das internationale Durchschnittsniveau.

5 Motive und Ziele für den zukünftigen Berufsweg

Es liegt auf der Hand, dass sich Studierende, die entweder Angestellter, Nachfolger oder Gründer werden wollen, in wichtigen Aspekten unterscheiden. Während die Wissenschaft in diesem Kontext eine Vielzahl von Faktoren untersucht, wollen wir uns in diesem Bericht auf unterschiedliche Motivlagen und Ziele konzentrieren (siehe dazu auch Zellweger, Sieger, & Halter, 2011). Die Studierenden wurden gefragt, wie wichtig verschiedene Motive für sie sind (1=überhaupt nicht wichtig, 7=sehr wichtig).

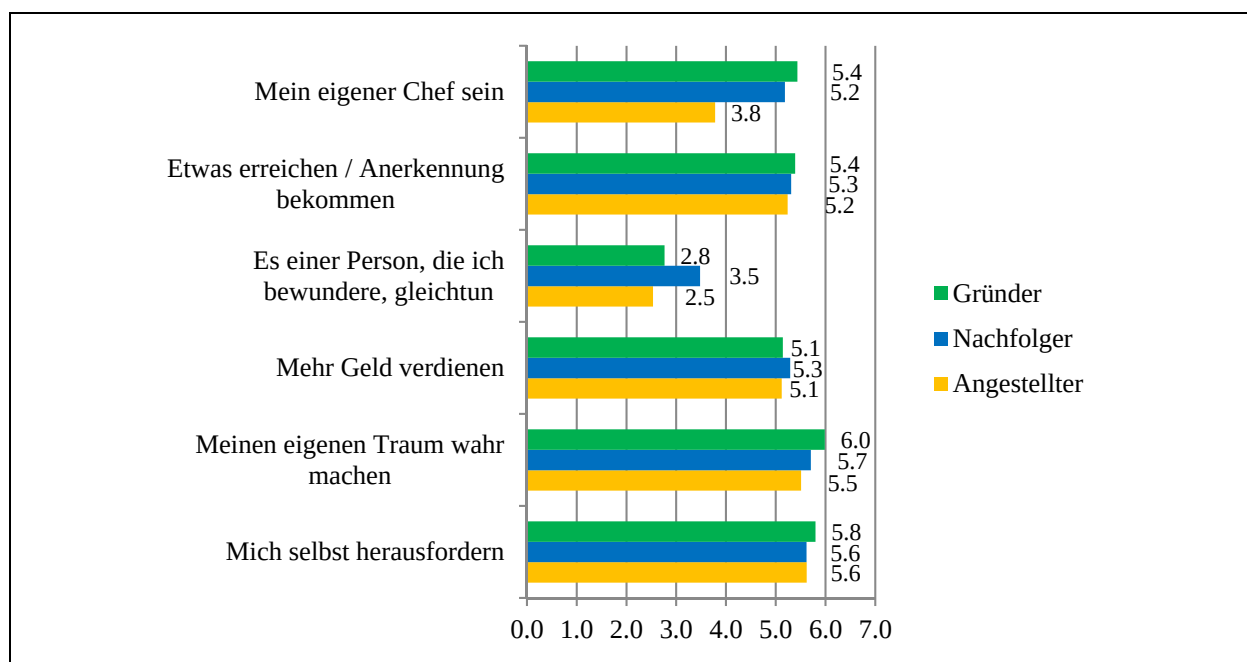


Abbildung 17: Wichtigkeit von verschiedenen Motiven je nach Karriereabsicht

Das Motiv, sein eigener Chef zu sein, ist bei zukünftigen Gründern und Nachfolgern wie erwartet stärker ausgeprägt als bei Angestellten. Interessanterweise ist das Ziel, im Leben etwas zu erreichen und anerkannt zu werden, bei allen drei Karrierepfaden ungefähr gleich wichtig. Einem Vorbild zu folgen ist bei den potentiellen Nachfolgern besonders ausgeprägt. Hier scheinen besonders unternehmerisch tätige Eltern ein wichtiges Rollenvorbild zu sein. Geld sowie Herausforderung als Motiv sind bei allen drei Karrierepfaden ähnlich hoch gewichtet. Der Wunsch, einen eigenen Traum wahrzumachen, ist generell bei allen drei Optionen relativ stark vorhanden, insbesondere jedoch bei Gründern.

6 Stärke der Gründungsabsicht

6.1 Übersicht

Wenn Studierende angeben, direkt nach dem Studium und/oder 5 Jahre nach Abschluss des Studiums ein Unternehmen gründen zu wollen, gibt dies eine erste allgemeine Auskunft über Gründungsabsichten. Um die Stärke dieser Gründungsabsichten noch genauer zu erforschen, wurden alle Studierenden gefragt, ob und wie intensiv sie bereits daran gedacht haben, ein Unternehmen zu gründen. Die Antworten verteilen sich dabei wie im Folgenden illustriert, wobei sich beim Vergleich der Schweizer mit den internationalen Daten ein sehr ähnliches Muster zeigt.

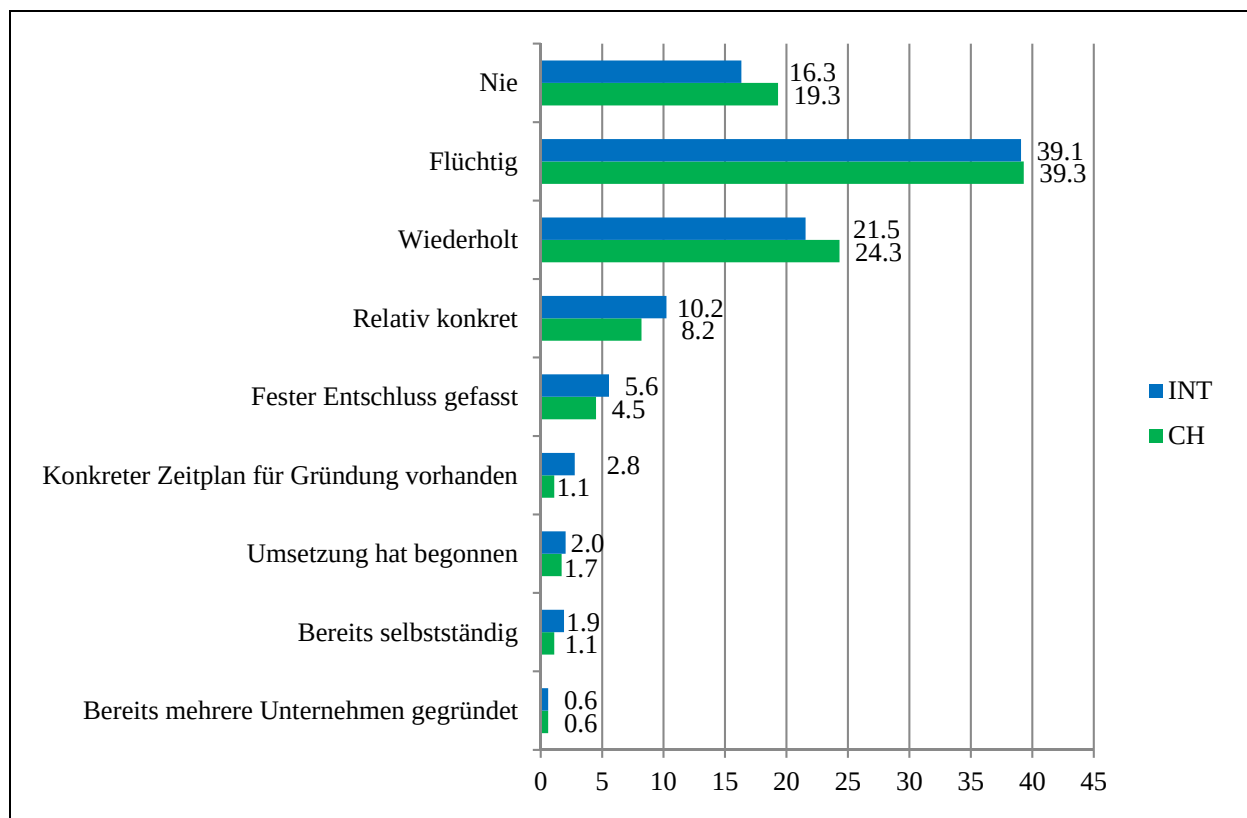


Abbildung 18: Stärke der Gründungsabsicht in der Schweiz und international

6.2 Vertiefte und vergleichende Betrachtung

Um vertiefte Einsichten zu gewinnen, kategorisieren wir die Studierenden anhand der Stärke ihrer Gründungsabsicht in drei Gruppen: Nichtgründer⁵, potentielle Gründer⁶, und bereits bestehende Gründer⁷. Ausserdem unterscheiden wir wiederum zwischen Wirtschafts-, Natur- und Sozialwissenschaftlern. Die jeweiligen Resultate stellen wir nicht nur den internationalen Daten von 2011, sondern auch den Daten von 2008 aus der Schweiz gegenüber.

Bei den Sozialwissenschaften hat die Quote der Nichtgründer im Vergleich zu 2008 abgenommen, während die potentiellen Gründer zugelegt haben. Damit hat sich die Schweiz dem internationalen Niveau zumindest angenähert. Bei den Naturwissenschaften ist dieselbe Entwicklung festzustellen: Der Anteil der Nichtgründer hat zu Gunsten der potentiellen Gründer abgenommen, wobei das internationale Niveau noch nicht erreicht wird. Bei den Wirtschaftswissenschaften ist derselbe Trend, jedoch in stärkerem Ausmass, vorzufinden. Dort hat sich der Anteil der Nichtgründer fast halbiert, während sich der Anteil der potentiellen Gründer fast verdoppelt hat. Dabei werden sogar die über alle 26 Länder aggregierten Resultate übertroffen (siehe folgende Abbildung).

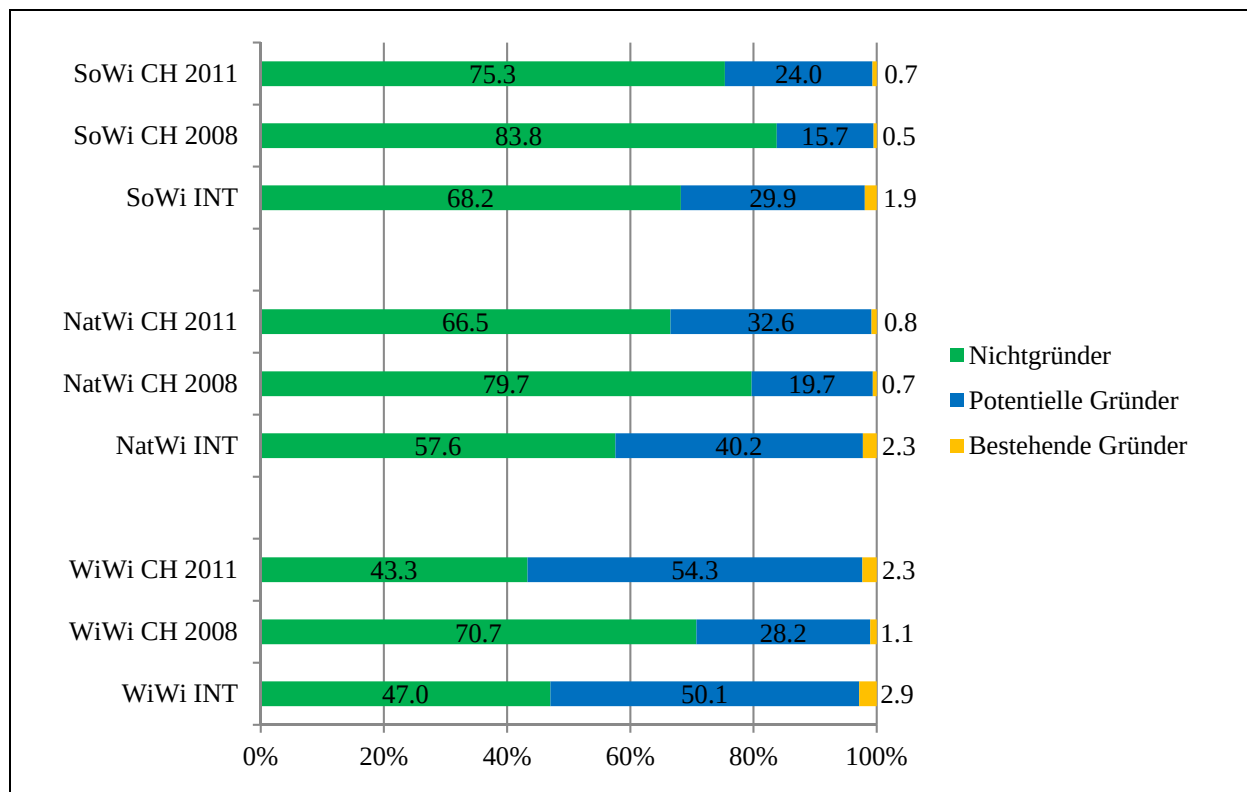


Abbildung 19: Stärke der Gründungsabsicht gruppiert nach Studienfach und Stärke

⁵ Umfasst: Antwortoptionen "Nie" und "Flüchtig".

⁶ Umfasst: Antwortoptionen "Wiederholt", "Relativ konkret", "Fester Entschluss gefasst", "Konkreter Zeitplan für Gründung vorhanden" und "Umsetzung hat begonnen".

⁷ Umfasst: Antwortoptionen "Bereits selbstständig" und "Bereits mehrere Unternehmen gegründet".

7 Potentielle Gründer

Im Folgenden wollen wir uns nun vollständig den oben identifizierten potentiellen Gründern widmen. Wann wollen sie gründen, in welcher Branche, mit wem, mit welchem Geld, und welche Schritte haben sie bereits unternommen? Hierbei verzichten wir auf eine Unterscheidung nach Studienschwerpunkt, da erste Analysen keine auffälligen Unterschiede zwischen diesen Gruppen zeigten, und wir diese aus theoretischer Sicht auch nicht erwarten.

7.1 Aufwand und Berufserfahrung

Die potentiellen Unternehmensgründer in unserer Schweizer Stichprobe wollen durchschnittlich 50,18% ihrer wöchentlichen Arbeitszeit in das zu gründende Unternehmen investieren. Die geplanten Gründungen sind also oftmals nicht als Vollzeitbeschäftigung geplant.

Interessant ist ein Blick auf die relevante Berufserfahrung, welche die potentiellen Gründer bereits gemacht haben. Es fällt auf, dass die durchschnittliche Berufserfahrung, die in verwandten Branchen oder ähnlichen Unternehmen gesammelt wurde, zwar einen Durchschnitt von 3,53 Jahren erreicht; über 50% der potentiellen Gründer verfügen jedoch über noch gar keine verwertbare Berufserfahrung. Über 75% der potentiellen Gründer bringen es auf maximal 2 Jahre relevante Berufserfahrung.

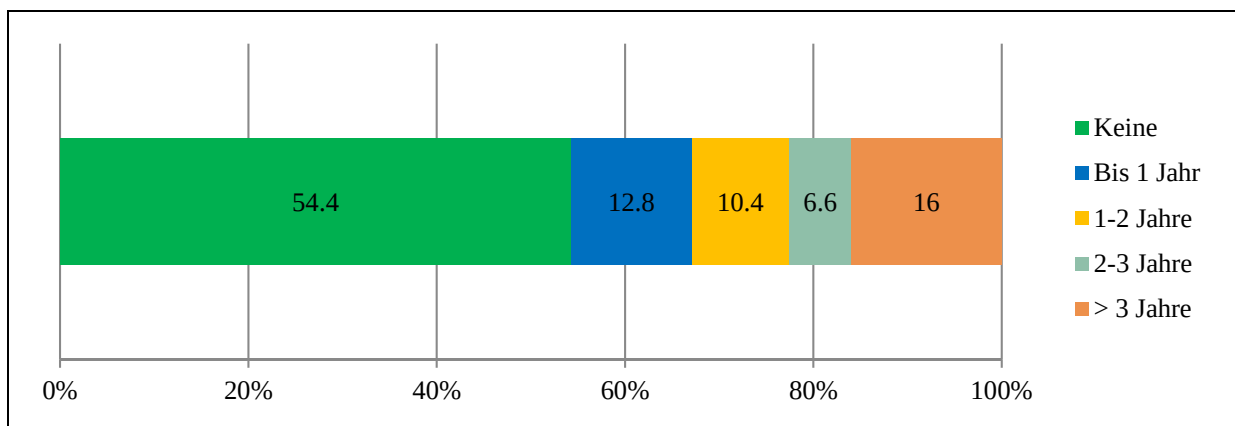


Abbildung 20: Relevante Berufserfahrung der potentiellen Gründer

7.2 Gründungspartner

Unsere Erhebung zeigt, dass nur bei etwa einem Drittel der geplanten Gründungen kein Partner mit einbezogen werden soll. In über 60% der Fälle wollen die befragten Studierenden mit einem oder zwei Partnern gründen.

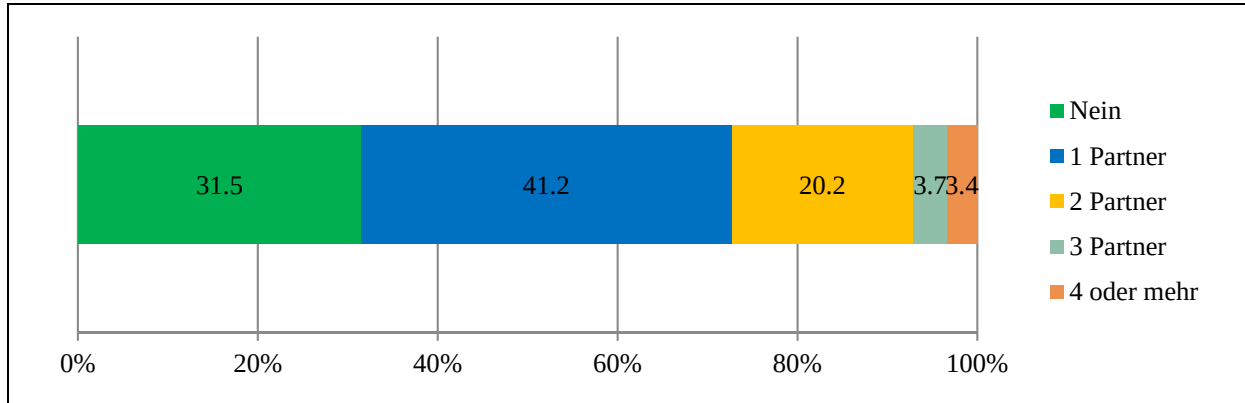


Abbildung 21: Partner bei der geplanten Gründung

Bei der Auswahl der Partner spielen die Universität sowie der Freundeskreis ausserhalb der Universität eine grosse Rolle (Mehrfachantworten möglich). Dies verdeutlicht die grosse Bedeutung des Hochschulkontexts im Rahmen von Unternehmensgründungen.

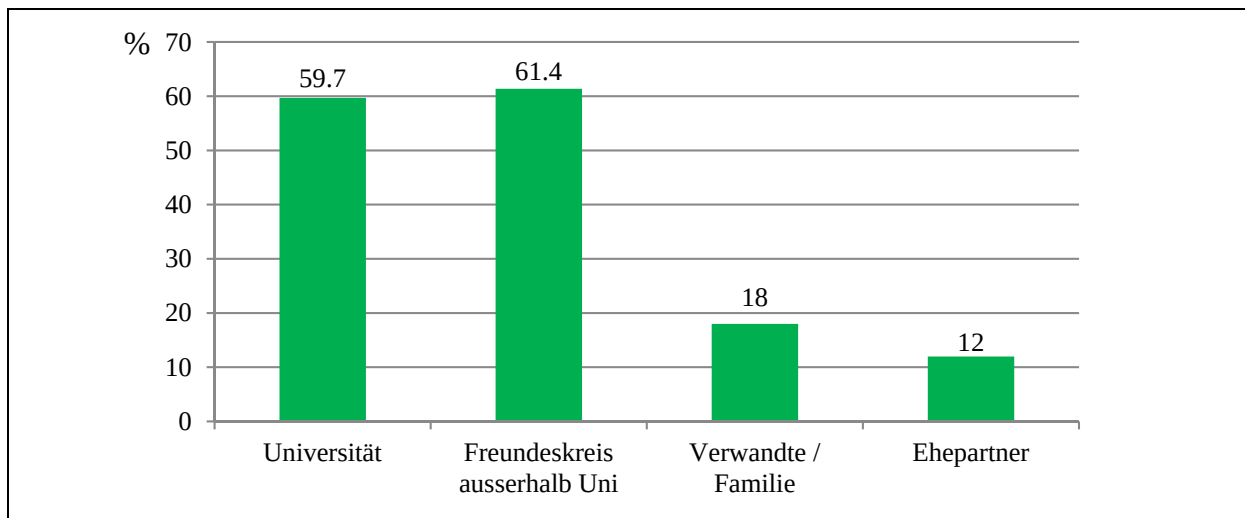


Abbildung 22: Auswahl der Partner

7.3 Industrie

In welcher Branche/Industrie wollen die potentiellen Gründer gründen? Die folgende Grafik zeigt, dass die zu gründenden Unternehmen sehr heterogen sind. Die Standardklassifizierung der Industriebranchen kann viele Unternehmen nicht erfassen, was die hohe Bedeutung der Kategorie „Andere“ beweist. Zu den beliebtesten Branchen zählen das Gastgewerbe sowie Kommunikation/IT und Werbung/Marketing/Design. Grundsätzlich deckt sich dies mit den Erkenntnissen auf internationaler Ebene. Auffällig sind jedoch die höhere Präferenz für das Gastgewerbe und die Finanzbranche in der Schweiz, während Einzel- und Grosshandel weniger attraktiv sind.

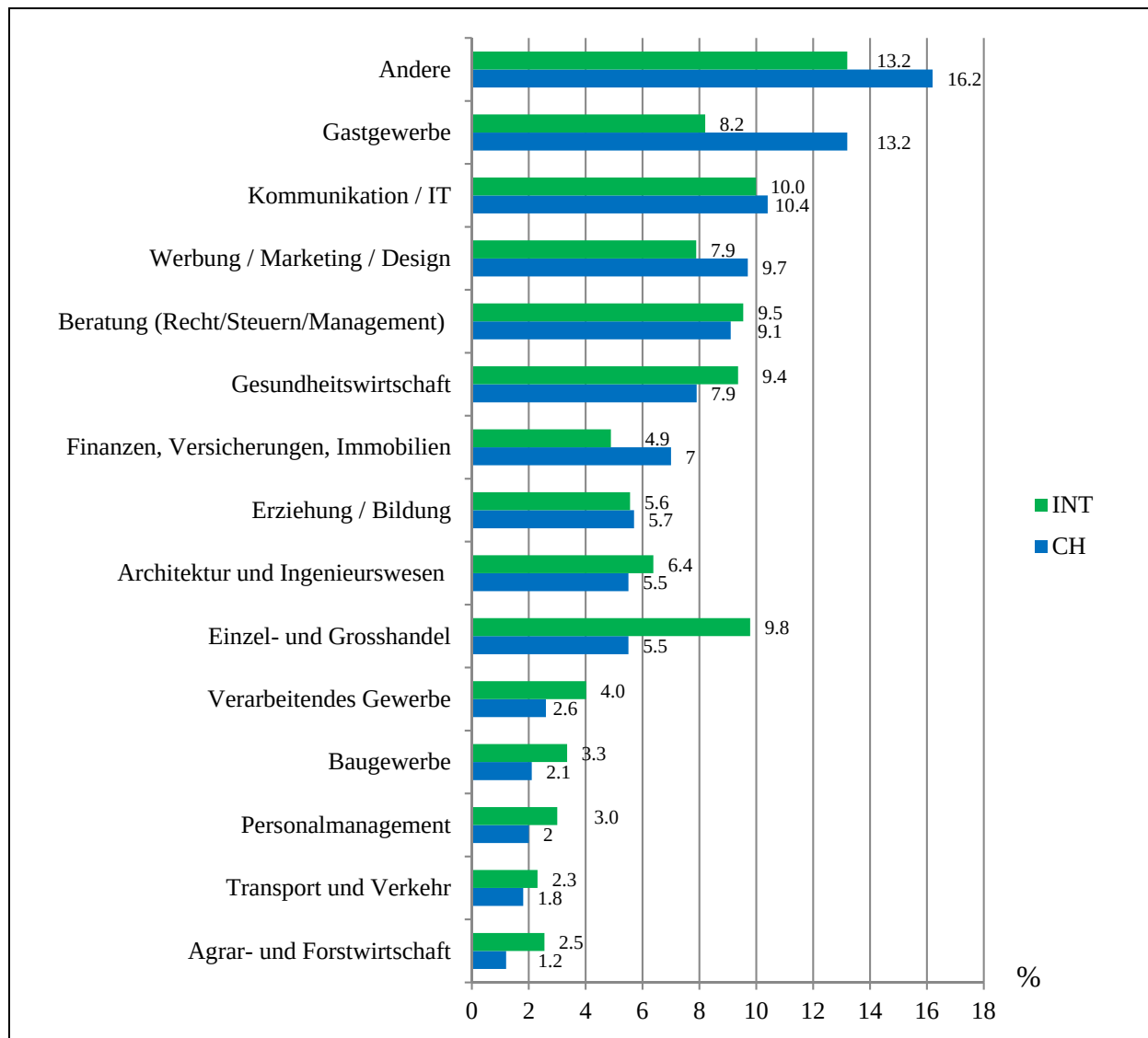


Abbildung 23: Branchen der geplanten Unternehmen

7.4 Finanzierung

Die Finanzierung von Start-Ups ist ein grosses Thema in Wissenschaft und Praxis. Dafür stehen eine Vielzahl von Instrumentarien zur Auswahl: Eigenkapital, der klassische Bankkredit, Venture Capital, Business Angels, Freunde und Familie sowie Fördermittel verschiedenster Art. Welche Finanzierungsquellen sind nun den Studierenden bekannt, und wie sieht eine über alle Antworten gemittelte geplante Finanzierung aus? Dies zeigt die folgende Grafik.

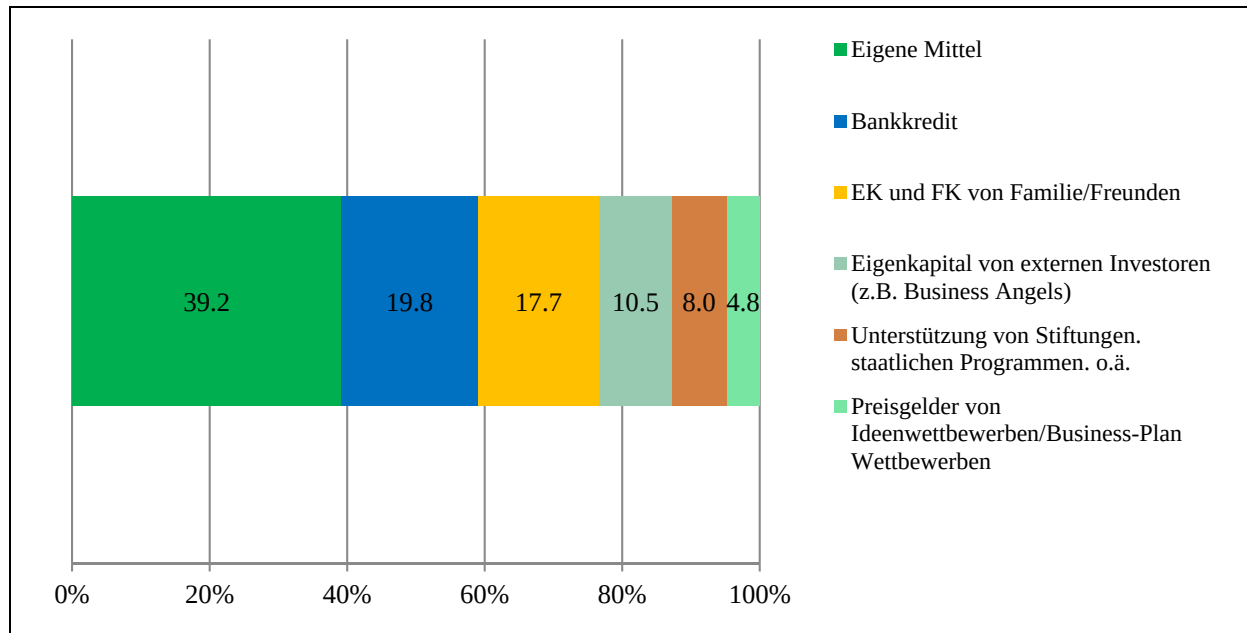


Abbildung 24: Angestrebter Finanzierungsmix

Es zeigt sich, dass Eigenmitteln eine sehr hohe Bedeutung zukommt, gefolgt von Bankkrediten und finanzieller Unterstützung durch Familie und Freunde. Business Angels, Förderprogramme und Gründungswettbewerbe verschiedener Art sind nicht zu vernachlässigende Grössen, verglichen mit den eher traditionellen Alternativen aber (noch) von eher geringerer Bedeutung.

7.5 Gründungsschritte

Interessant ist nicht nur die Stärke der Gründungsabsicht, sondern auch, welche konkreten Schritte bereits unternommen worden sind. Der Schritt von der reinen Absicht zu tatsächlichem Handeln ist oft weit. Von allen potentiellen Gründern in unserer Stichprobe geben immerhin 30% an, noch überhaupt nichts bezüglich der geplanten Gründung unternommen zu haben (Mehrfachantworten möglich). Fast genau zwei Drittel der potentiellen Gründer haben zumindest an eine erste Geschäftsidee gedacht. Wenn wir die Daten aus der Schweiz mit denen aus allen 26 Ländern vergleichen, sehen wir ein sehr ähnliches Muster.

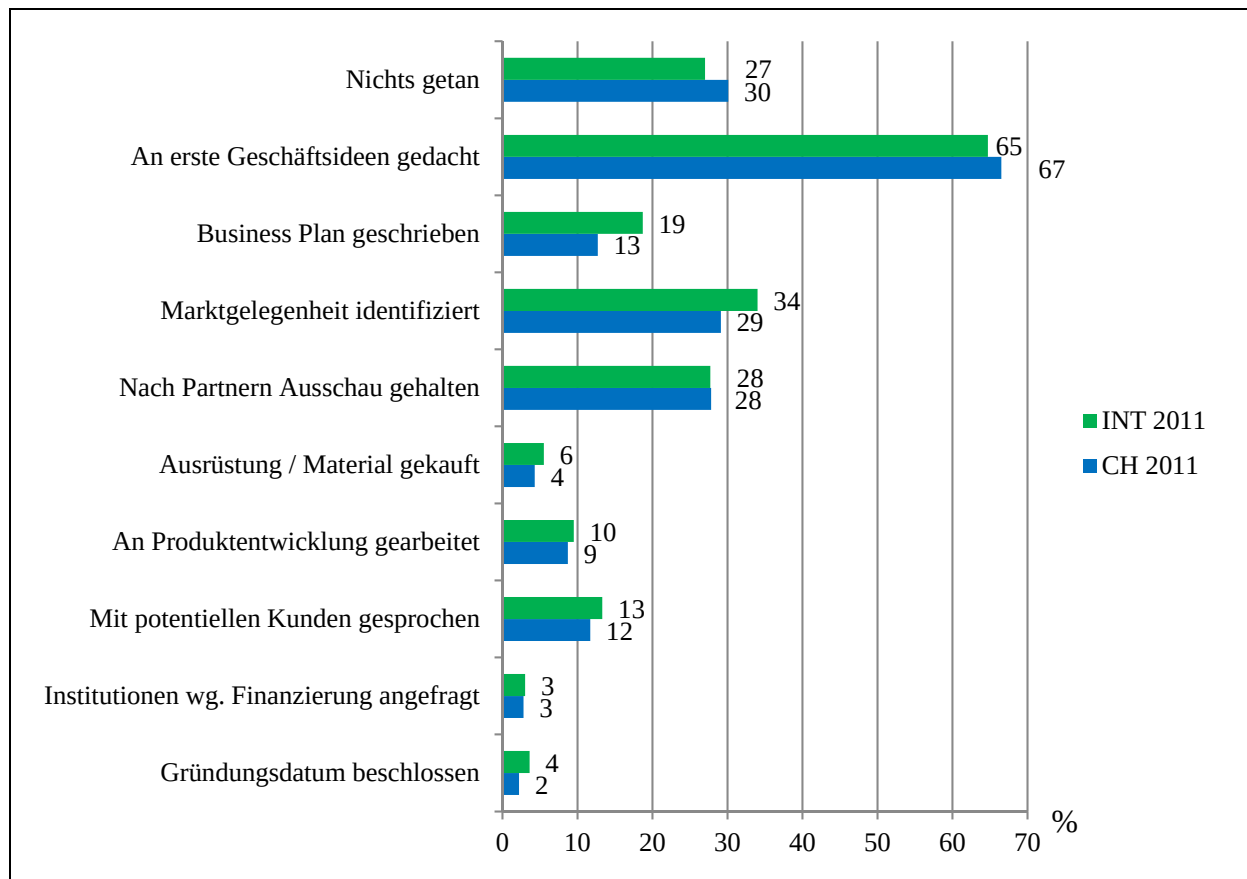


Abbildung 25: Unternommene Gründungsschritte

7.6 Gründungshindernisse

Faktoren, welche einer potentiellen Unternehmensgründung entgegenstehen, finden hohe Beachtung in Wissenschaft und Praxis. Bei der Erhebung in der Schweiz fragten wir die Studierenden daher, in welchem Ausmass die folgenden Punkte für sie eine Hürde bei der geplanten Unternehmensgründung darstellen (1=überhaupt nicht, 7=sehr stark). Dabei liegen zwei Faktoren über dem Mittelwert von 4, nämlich der Zugang zu Kapital und das damit verbundene finanzielle Risiko. Hier scheint der grösste Handlungsbedarf zu bestehen.

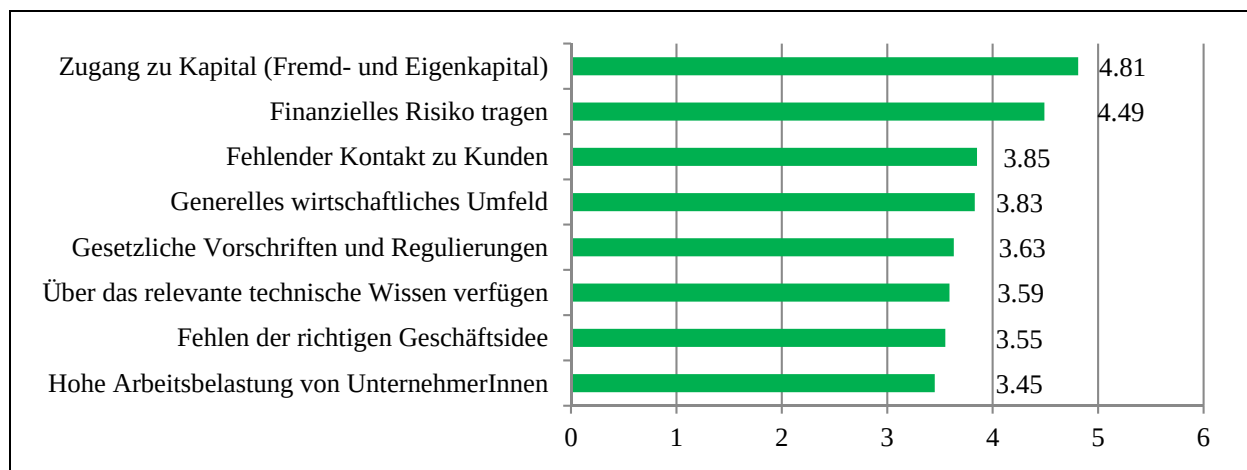


Abbildung 26: Gründungshindernisse

8 Vollzogene Gründungen

Ein Unternehmen gründen zu wollen, ist nur der erste Schritt. Tatsächlich vollzogene Gründungen sind daher umso interessanter. In der Schweizerischen Stichprobe sind 1.7% der Studierenden bereits selbstständig, manche von ihnen haben sogar schon mehrere Unternehmen gegründet und arbeiten momentan in mindestens einem davon.

Die meisten bereits gegründeten Unternehmen sind keiner der in Standardklassifizierungen enthaltenen Branchen zuzuordnen (28,4%). 15,7% der Unternehmen sind in der Kommunikations- und IT-Branche tätig, 12,7% im Bereich Marketing/Werbung/Design, sowie 9,7% in der Beratung (Recht, Steuern, Management). Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die wesentlichen Eigenschaften der bereits gegründeten Unternehmen in unserer Stichprobe.

Beschreibung	Durchschnittswert
Anzahl der Partner	1,99
Eigenkapitalanteil des/der Befragten	65,04%
Anzahl Angestellte (aktuell)	2,14 Vollzeitäquivalente
Anzahl Angestellte (geplant in 5 Jahren)	9,20 Vollzeitäquivalente
Wöchentlicher Aufwand für das Unternehmen	25,92 Stunden

Tabelle 2: Eigenschaften bereits gegründeter Unternehmen

Die Unternehmen wurden demnach im Schnitt mit 2 Partnern gegründet, wobei die befragten Studierenden die Mehrheit des Eigenkapitals halten. Dabei sind diese Unternehmen jedoch meist kein Full-time-Job, da im Schnitt nur knapp 26 Stunden Arbeit pro Woche in das Unternehmen gesteckt werden. Dies deckt sich im Wesentlichen mit den Angaben der potentiellen Gründer. Das Thema Finanzierung von Start-Ups wurde in diesem Bericht bereits angesprochen. Wie wurden bereits gegründete Unternehmen tatsächlich finanziert? Die über Fälle gemittelte Finanzierungsstruktur wird in der folgenden Abbildung dargestellt. Die bereits investierten Geldbeträge betragen bis zu CHF 260'000. Die meisten Nennungen sind CHF 20'000 (12% aller gegründeten Unternehmen) und CHF 100'000 (10%). Der Durchschnitt liegt bei CHF 102'589.

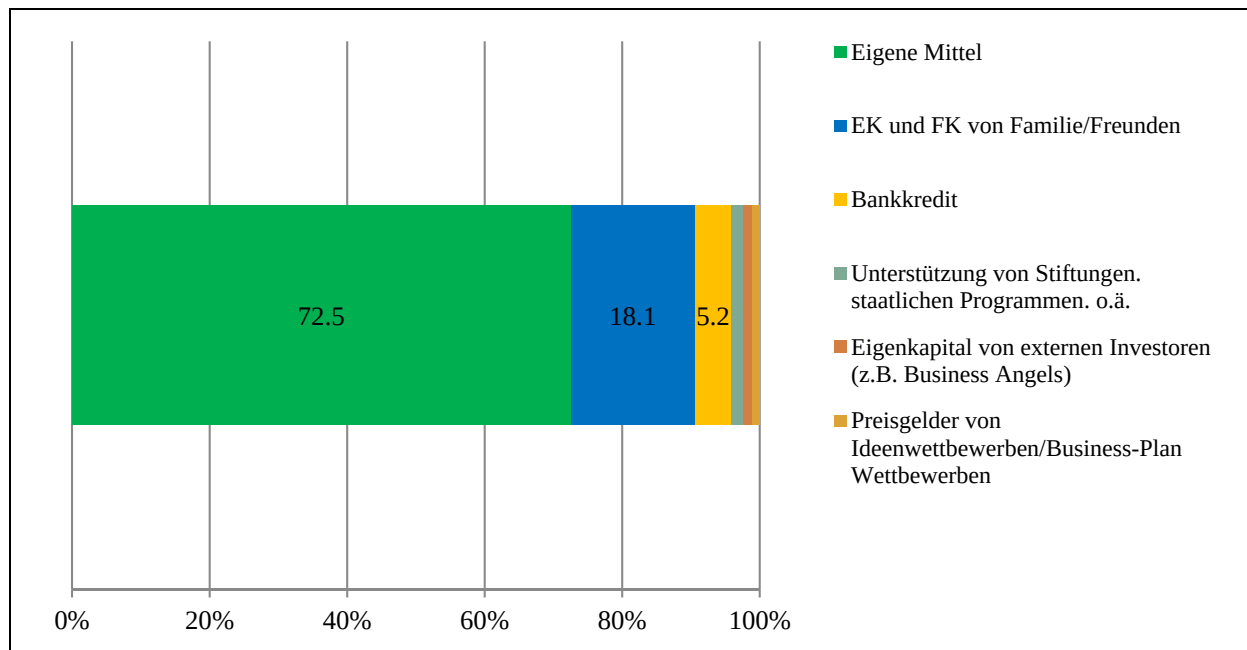


Abbildung 27: Finanzierungsstruktur von bereits gegründeten Unternehmen

Der Anteil von Eigenmitteln ist erstaunlich hoch. Eigen- bzw. Fremdkapital von Verwandten/Freunden folgt an zweiter Stelle, noch vor dem klassischen Bankkredit. Unterstützung von staatlichen oder privaten Geldgebern (wie z.B. Business Angels) sowie Preisgelder, die bei Wettbewerben verschiedener Art generiert werden, spielen nur eine untergeordnete Rolle. Auffallend ist die Diskrepanz zwischen den geplanten Finanzierungen der potentiellen Gründer, die bereits vorgestellt wurden, und den Modellen bei den realisierten Gründungen. Bei den geplanten Gründungen ist die Hoffnung speziell auf Bankkredite und Fördermittel von staatlichen und privaten Institutionen deutlich höher als das, was später realisierbar erscheint.

9 Kontext Familienunternehmen

Wie eingangs erwähnt, wollen wir nicht nur die Gründungsabsichten und -Tätigkeiten von Studierenden untersuchen, sondern einen breiteren Schwerpunkt setzen. In Anbetracht der hohen volkswirtschaftlichen und sozialen Bedeutung von Familienunternehmen in der Schweiz (Frey, Halter, & Zellweger, 2005) sowie der damit verbundenen Nachfolgeproblematik (Halter, Schrettle, & Baldegger, 2009), ist die Nachfolgeoption von besonderem Interesse. Im Folgenden wollen wir daher diejenigen Studierenden genauer betrachten, welche aus einem Familienunternehmen stammen und denen daher die interne Nachfolgeoption offen steht.

Insgesamt haben knapp 30% der befragten Studierenden mindestens einen selbständigen Elternteil. Bei knapp 10% sind es sogar Vater und Mutter.

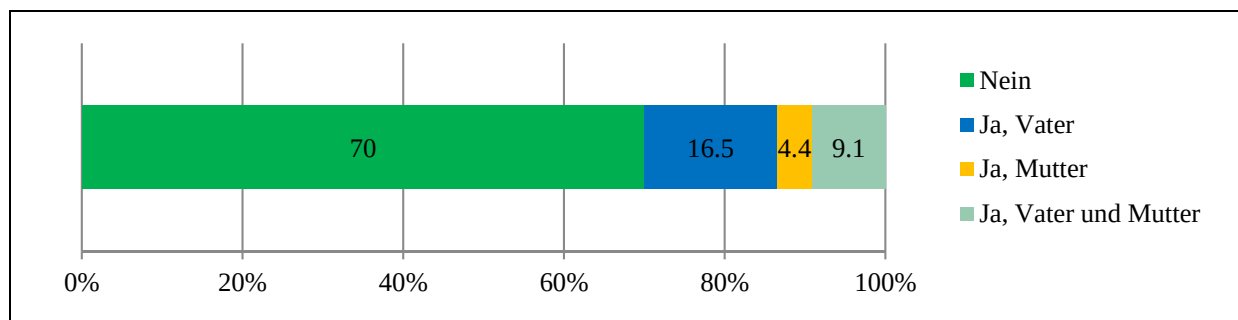


Abbildung 28: Existenz eines elterlichen Unternehmens

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die wesentlichen Eigenschaften der Familienunternehmen in unserer Stichprobe. Das Durchschnittsalter liegt bei unter 30 Jahren. Über drei Viertel des Eigenkapitals befinden sich in den Händen der Familie, und die Unternehmen beschäftigen im Schnitt knapp über 20 Angestellte (Vollzeitäquivalente). Fast die Hälfte der Studierenden hat bereits im elterlichen Unternehmen gearbeitet.

Beschreibung	Durchschnittswerte
Seit wann existiert das Unternehmen	27,85 Jahre
Wie viele Familienmitglieder arbeiten insgesamt im Unternehmen?	1,91
Welcher Anteil des Eigenkapitals wird von Ihrer Familie gehalten?	77,92%
Gesamte Anzahl Angestellte (Vollzeitäquivalente)	21,28
Haben Sie bereits für das Unternehmen Ihrer Familie gearbeitet	48,5% Ja

Tabelle 3: Eigenschaften der Familienunternehmen

Interessant ist nun, wie viele der Studierenden mit Familienunternehmenshintergrund daran denken, eventuell einmal das elterliche Familienunternehmen zu übernehmen. Deshalb wurden sie gefragt, ob und wie intensiv sie bereits darüber nachgedacht haben, das Unternehmen ihrer Eltern zu übernehmen.

Wir stellen fest, dass etwa die Hälfte des Nachwuchses aus Unternehmerfamilien überhaupt noch nie daran gedacht hat, das Unternehmen zu übernehmen. Ein gutes Viertel hat darüber hinaus nur flüchtig an diese Karriereoption gedacht. Somit stellt sich für fast 80% der Studierenden, die grundsätzlich als Nachfolger in Frage kommen würden, diese Option momentan überhaupt nicht. Wir erachten dies als eine für Familienunternehmen kritische Erkenntnis. Insbesondere auch deshalb, weil eine interne Nachfolgeregelung bei den Familienunternehmen unserer Stichprobe vor allem auf Grund ihrer Grösse durchaus realisierbar erscheint.

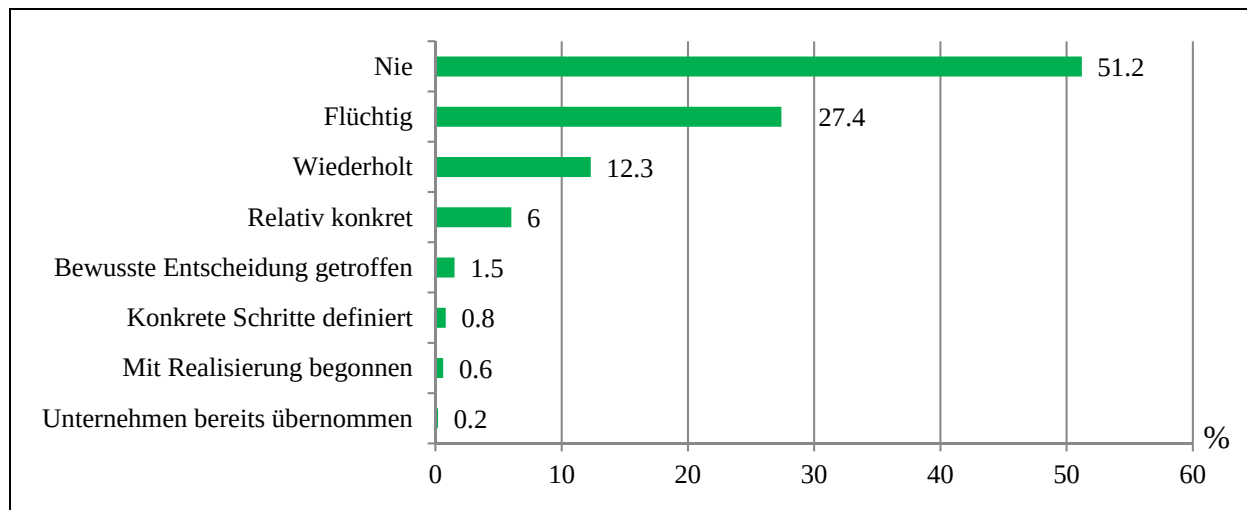


Abbildung 29: Nachfolgeabsichten von Studierenden aus Familienunternehmen

Ferner fragten wir die Studierenden, inwiefern verschiedene Punkte eine Hürde in Bezug auf eine mögliche interne Nachfolgeregelung darstellen. Die folgende Abbildung illustriert die erhaltenen Antworten (1=überhaupt nicht, 7=sehr stark).

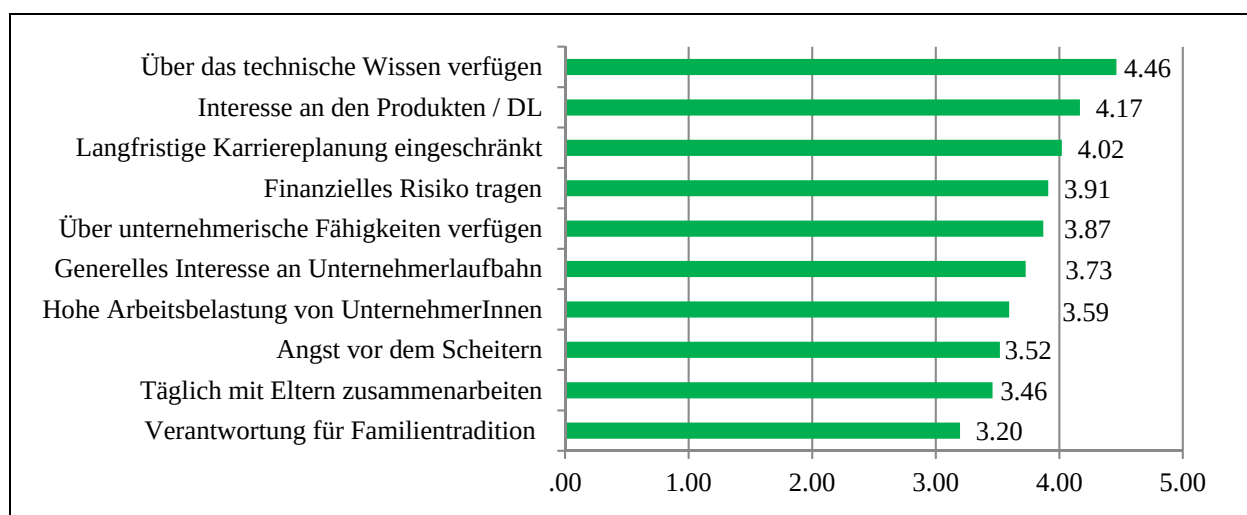


Abbildung 30: Hürden bezüglich interner Nachfolge

Wir sehen, dass es nicht einen zentralen Grund gibt, der der Nachfolgeabsicht unserer Studierenden entgegensteht. Die grössten Hürden, welche jedoch alle nur knapp über dem Mittelwert von 4 (auf einer Skala von 1 bis 7) liegen, sind notwendiges technisches Wissen sowie das fehlende Interesse an den vom Familienunternehmen angebotenen Produkten / Dienstleistungen. Interessanterweise sind Faktoren, die als Hürden erwartet werden könnten, wie beispielsweise hohe Arbeitsbelastung oder Verantwortung für die Familientradition, unter den am wenigsten genannten Hindernissen. Es bedarf also noch weiterer Forschung, um die relativ geringe Stärke der Nachfolgeabsicht unter Unternehmerkindern zu erklären und Handlungsempfehlungen abzuleiten.

10 Die Rolle der Hochschulen

Den Hochschulen, unabhängig ob Universität oder Fachhochschule, kommt im Kontext von unternehmerischen Karriereabsichten im Allgemeinen und Gründungsabsichten im Besonderen eine zentrale Rolle zu. Deshalb befassen wir uns im folgenden Kapitel intensiv mit den Angeboten der Hochschulen, den Wünschen der Studierenden, der Nutzung der Angebote sowie deren Beurteilung. Wir fragten alle Studierenden, ob bestimmte Angebote im Kontext von Unternehmensgründungen an den jeweiligen Hochschulen existieren.

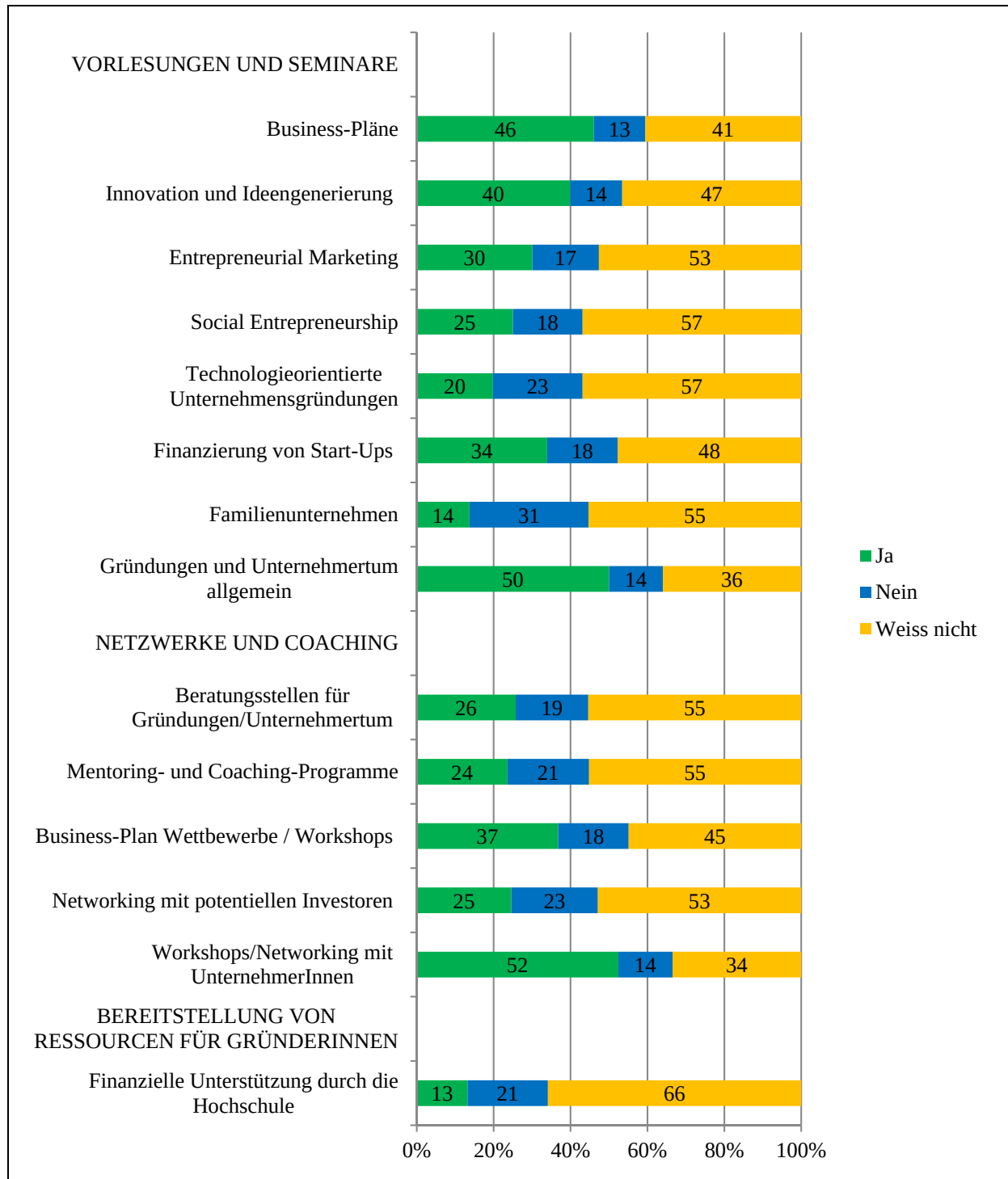


Abbildung 31: Existenz von Angeboten an den Hochschulen

Vorlesungen über Unternehmensgründungen und Unternehmertum allgemein existieren an etwa der Hälfte der in der Studie berücksichtigten Hochschulen, ebenso Netzwerkplattformen mit UnternehmerInnen. Auch Veranstaltungen über Business Pläne sind weit verbreitet. Spezielle Veranstaltungen zu Familienunternehmen sind hingegen noch nicht etabliert. Es zeigt sich, dass der Anteil der Studierenden, welche "weiss nicht" angekreuzt haben, bezüglich aller Angebote relativ hoch ist. Hier scheint seitens der Hochschulen noch Nachholbedarf bezüglich der Kommunikation der verschiedenen Angebote zu bestehen.

Um die Bedürfnisse der Studierenden bezüglich der Angebote im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen zu erfassen, fragten wir, ob Angebote, falls nicht vorhanden, gewünscht werden. Hier differenzieren wir bei der Auswertung wiederum nach Wirtschafts-, Natur- und Sozialwissenschaften.

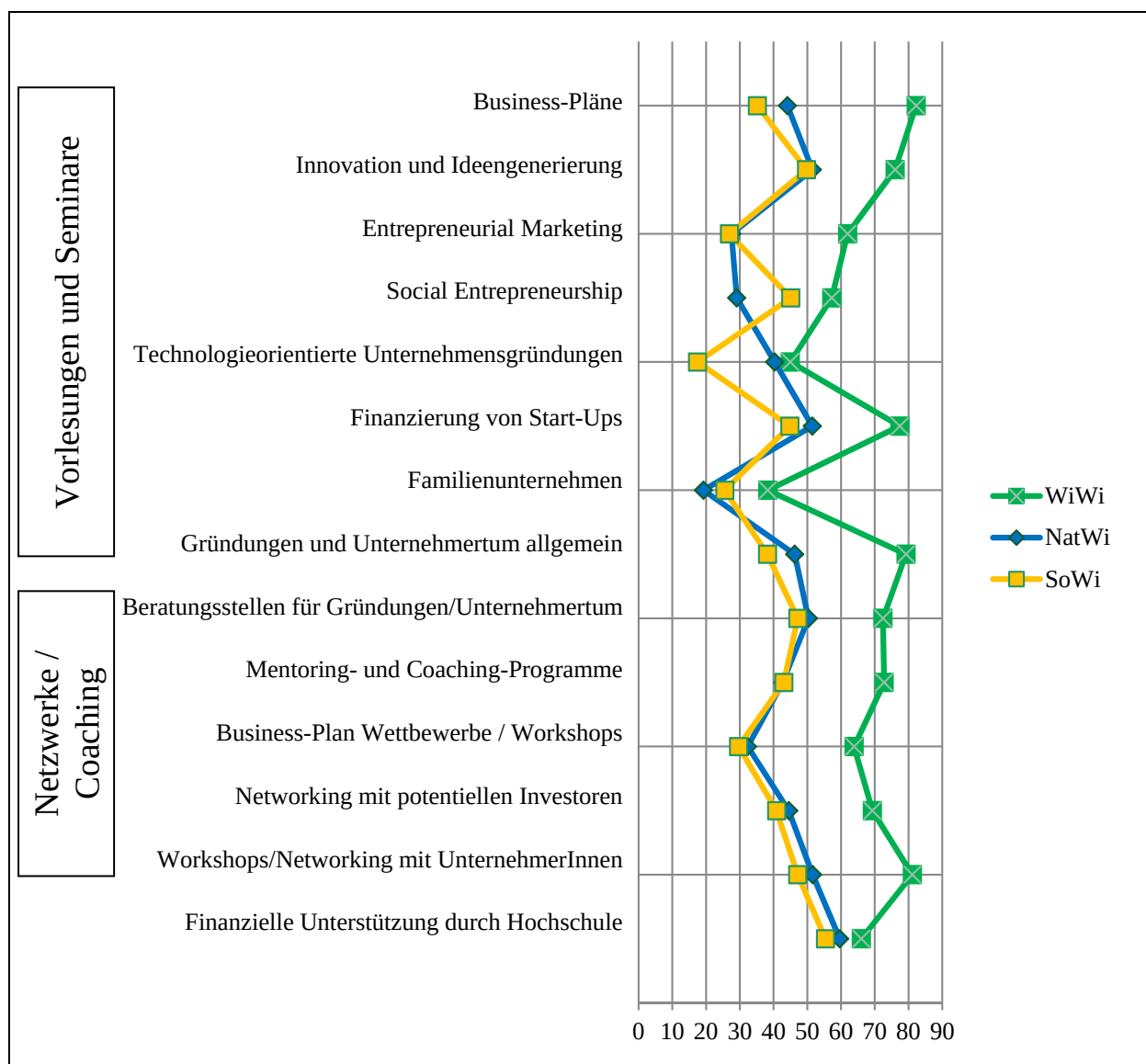


Abbildung 32: Nachfrage nach Angeboten

Wir konstatieren, dass Studierende der Wirtschaftswissenschaften stärker ausgeprägte Wünsche nach verschiedenen Angeboten im Kontext von Unternehmensgründungen haben als Studierende der Natur- oder Sozialwissenschaften. Am stärksten sind die Wünsche nach Vorlesungen über Businesspläne, der Finanzierung von Start-ups, sowie über Unternehmertum und Gründungen allgemein. Auch Netzwerkveranstaltungen mit UnternehmerInnen werden stark nachgefragt.

Das Bewusstsein über die Existenz von verschiedenen Angeboten ist nur der erste Schritt. Interessant zu wissen ist, wie viele Studierende diese auch tatsächlich wahrgenommen haben. Die Daten zeigen, dass Wirtschaftswissenschaftler die meisten der Angebote am häufigsten nutzen. Der Unterschied zu den Naturwissenschaftlern ist meist relativ gering, während die Sozialwissenschaftler deutlich zurück liegen. Zu den von Studierenden aller Fachrichtungen am häufigsten genutzten Angeboten zählen Vorlesungen zu Innovation und Ideengenerierung, Business Plänen und Gründungen/Unternehmertum allgemein. Wirtschaftswissenschaftler sind darüber hinaus Netzwerkplattformen mit UnternehmerInnen zugetan; diese werden von fast der Hälfte dieser Studierenden genutzt.

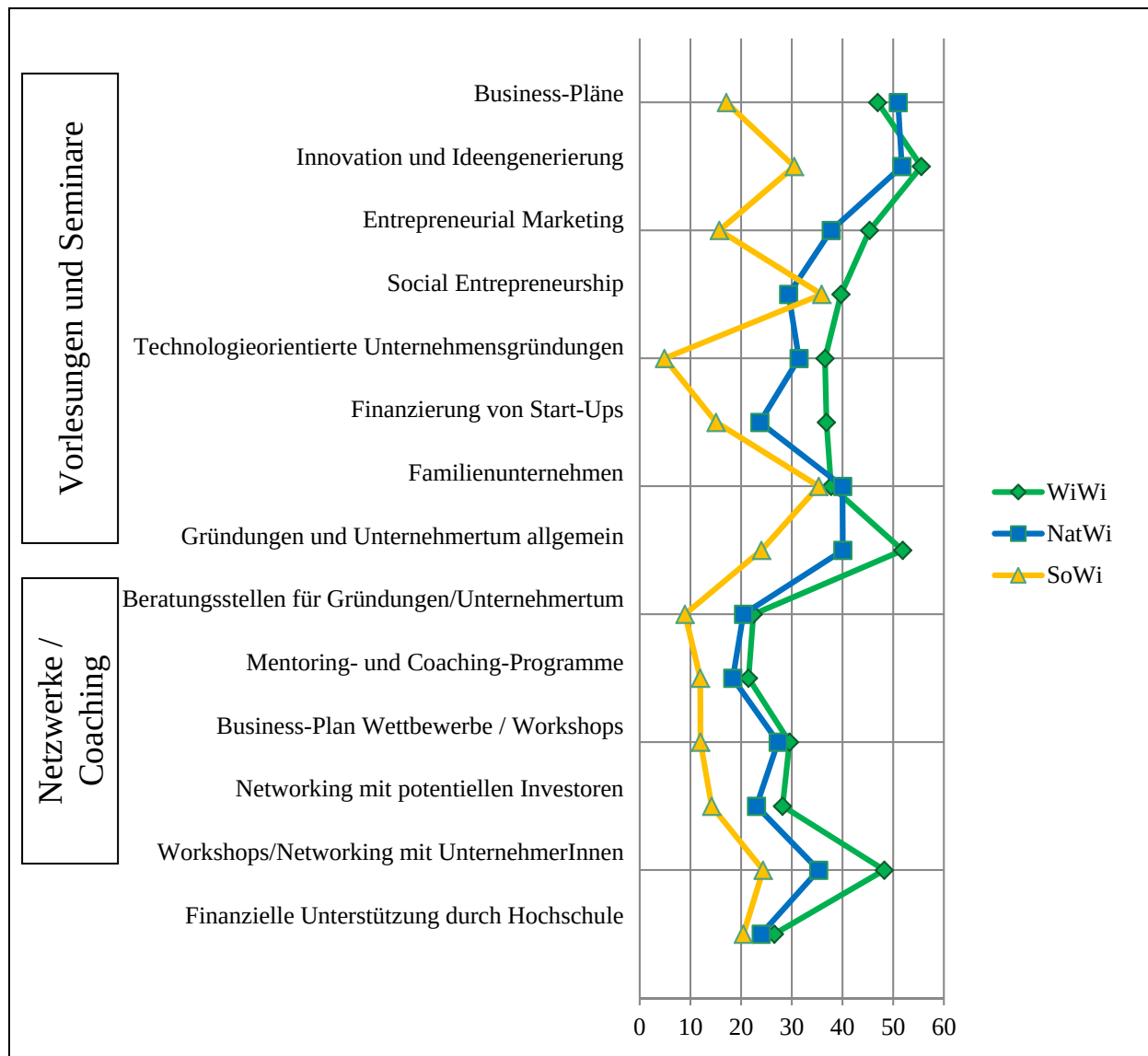


Abbildung 33: Nutzung von Angeboten

Selbstverständlich ist nicht nur relevant, ob die verschiedenen Angebote zur Verfügung gestellt und genutzt werden, sondern auch wie deren Qualität eingeschätzt wird. Wir fragten die Studierenden daher, wie zufrieden sie mit den von ihnen genutzten Angeboten waren. Hier sind zwischen den drei Studienschwerpunkten nur geringe Unterschiede ersichtlich. Generell ist auffallend, dass sich die Bewertungen auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht zufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) meist im Bereich zwischen 3.5 und 4 bewegen. Die generelle Evaluation ist also als gut, aber nicht als sehr gut zu betrachten.

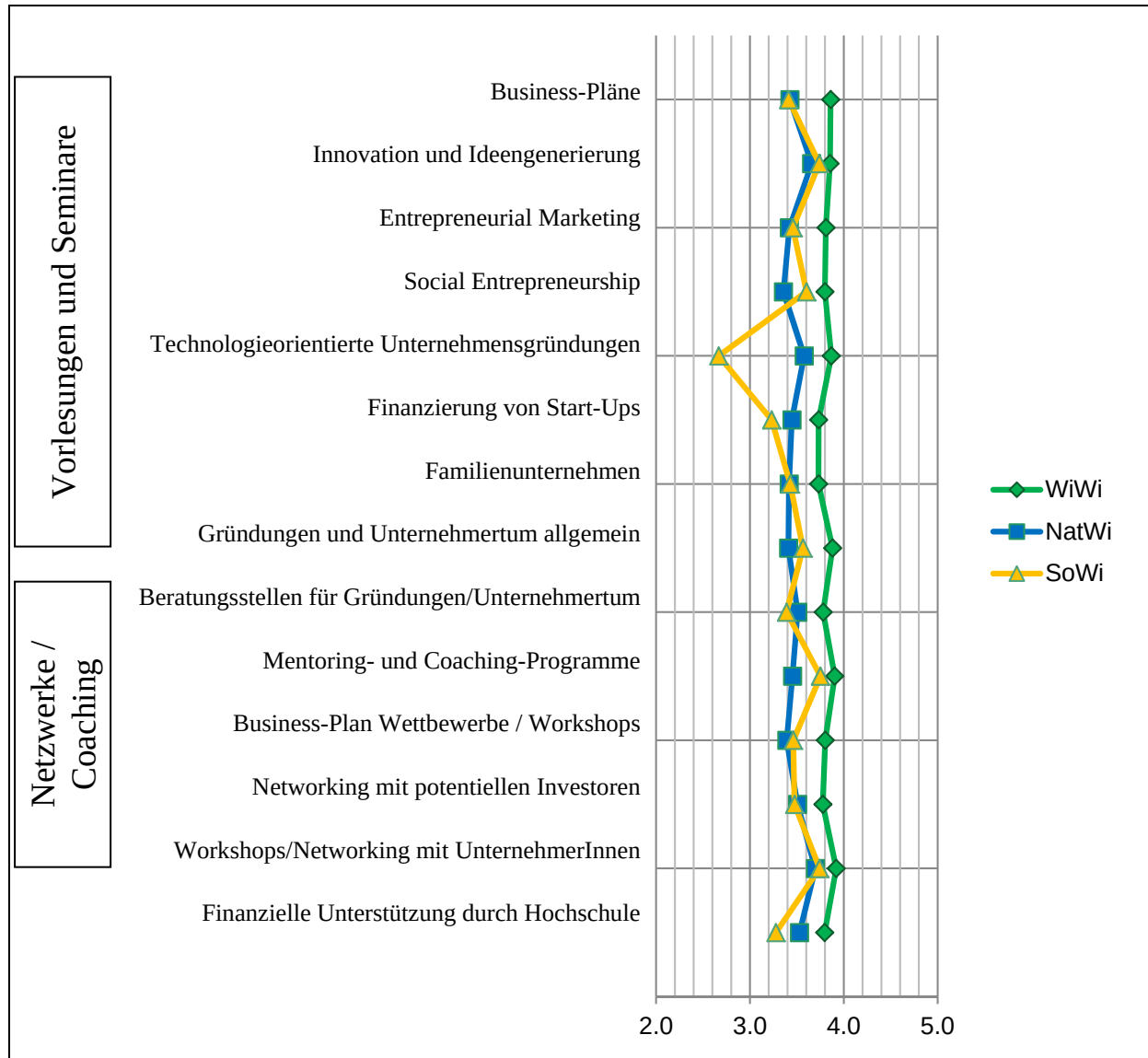


Abbildung 34: Evaluierung der Angebote

Um den Universitätskontext allgemein noch besser zu erfassen, fragten wir die Studierenden, wie stark sie verschiedenen Aussagen über die Angebote ihrer Hochschule zustimmen (1=stimme überhaupt nicht zu, 7=stimme voll und ganz zu).

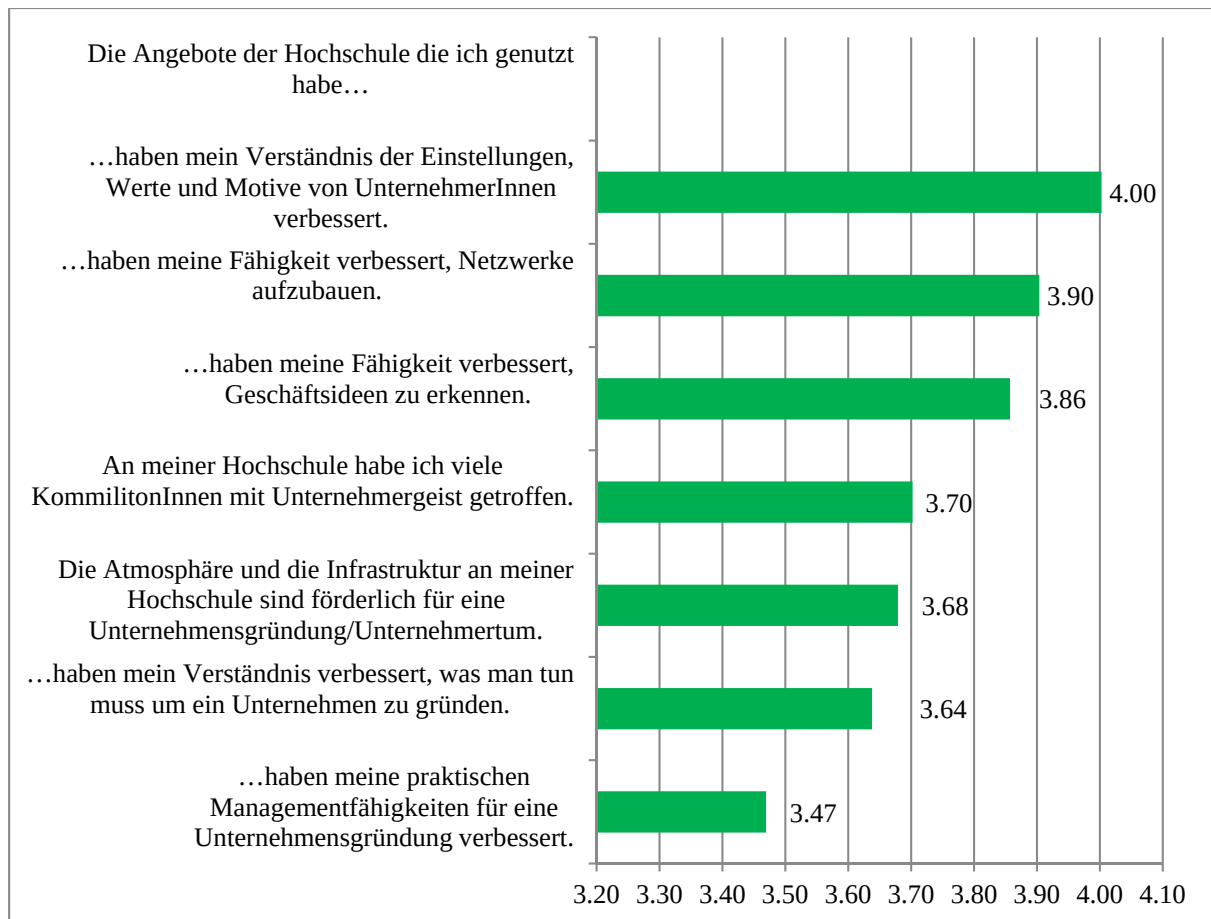


Abbildung 35: Generelle Einschätzung der Angebote der Hochschulen

Wir sehen hierbei, dass generell noch grosser Handlungsbedarf besteht. Sämtliche Einschätzungen liegen auf oder unter dem Mittelwert der Skala (1-7). Speziell der Verbesserung von praktischen Managementfähigkeiten und der Förderung des Verständnisses der wesentlichen Aspekte einer Unternehmensgründung sollten verstärkte Aufmerksamkeit geschenkt werden.

11 Entrepreneurship Index

Auch 2011 berechnen wir den Entrepreneurship Index, der eine Aussage über die unternehmerische Kraft von Schweizerischen Studierenden im internationalen Vergleich treffen möchte. Der Index basiert auf zwei Fragen. Zum einen wurden alle Studierenden gefragt, ob sie bereits einmal daran gedacht haben, ein Unternehmen zu gründen. Die möglichen Antworten (Einfachantwort) wurden wie folgt gewichtet:

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

Tabelle 4: Indexgewichtung Frage 1

Diejenigen Studierenden, die der Kategorie "potentieller Gründer" zugeordnet wurden, erhielten eine weitere Frage, nämlich jene nach den bereits unternommenen Aktivitäten in Bezug auf die geplante Gründung (Mehrfachantworten möglich). Die verschiedenen Antwortoptionen wurden ebenfalls gewichtet.⁸

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

Tabelle 5: Indexgewichtung Frage 2

Die so berechneten Indexe fördern interessante Erkenntnisse zu Tage, wie die folgende Abbildung illustriert. So liegt die unternehmerische Kraft der Studierenden in der Schweiz in allen Fachbereichen unter derjenigen auf internationaler Ebene, was sich mit den Erfahrungen von 2008 deckt. Über die Zeit betrachtet, lässt sich innerhalb der Schweiz jedoch ein Fortschritt erkennen. In allen Fächergruppen ist der Index in den letzten 3 Jahren gestiegen.

⁸ Die gestellten Antwortoptionen wurden internationalen Studien angepasst (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, PSED, und Global Entrepreneurship Monitor, GEM) und entsprechend gewichtet. Siehe <http://www.psed.isr.umich.edu/psed/home> bzw. <http://www.gemconsortium.org/>. Der Index für die Schweiz 2008 wurde auf dieser Basis neu berechnet, um die Werte miteinander vergleichen zu können.

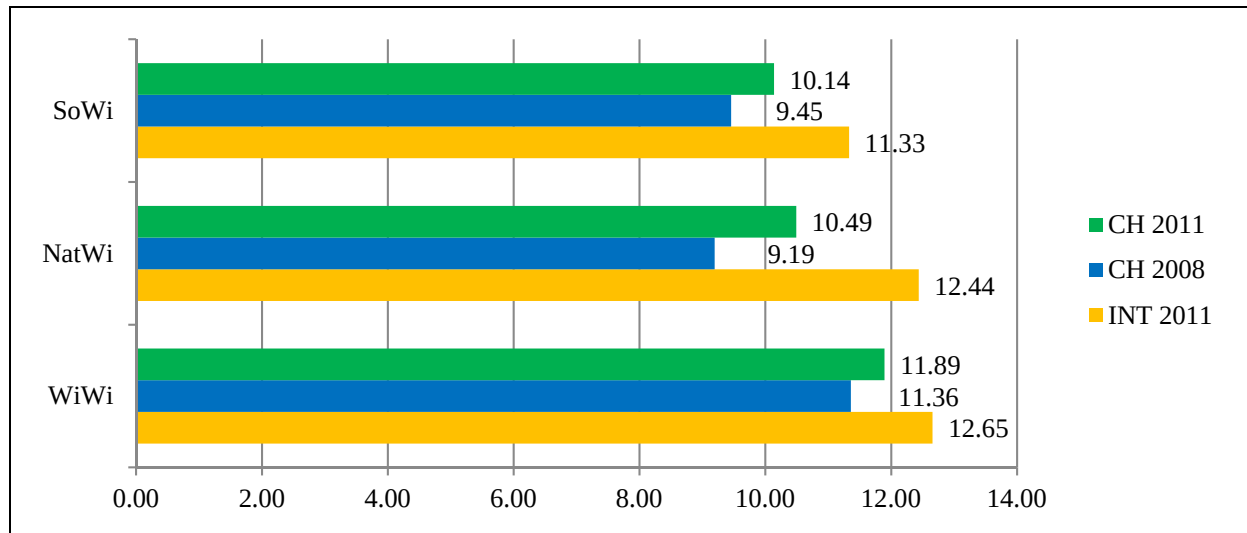


Abbildung 36: Entrepreneurship Index

12 Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Die GUESSS Erhebung in der Schweiz hat einige interessante Erkenntnisse zu Tage gefördert, die sich wie folgt zusammenfassen lassen:

- Schweizerische Studierende aller Fachrichtungen streben direkt nach dem Studium vor allem eine Tätigkeit als Angestellte in KMU oder Grossunternehmen an.
- 5 Jahre nach Abschluss des Studiums haben ungefähr ein Sechstel der Schweizer Studierenden vor, ein Unternehmen zu gründen, und nur noch ca. 30% wollen als Angestellte in KMU oder Grossunternehmen arbeiten.
- Dieses grundlegende Muster der Karriereabsichten deckt sich mit den Ergebnissen internationaler Untersuchungen.
- Studierende der Wirtschaftswissenschaften haben unternehmerischere Karriereabsichten als ihre KommilitonInnen in den Natur- und Sozialwissenschaften.
- Bei Wirtschaftswissenschaftlern hat sich die Tendenz zu unternehmerischen Karrierepfaden im Vergleich zu 2008 verstärkt. Im internationalen Vergleich liegt die Schweiz jedoch weiter zurück.
- Bei Natur- und Sozialwissenschaftlern hat zwar die Absicht Angestellter zu werden abgenommen, dies schlägt sich jedoch nicht in verstärkten unternehmerischen Absichten nieder. Vielmehr ist der Anteil der unentschlossenen Studierenden hier z.T. stark angestiegen.
- Im internationalen Vergleich sind Natur- und Sozialwissenschaftler immer noch weniger unternehmerisch.
- Generell stellen wir fest, dass der Anteil der in Bezug auf Karriereabsichten unentschlossenen Studierenden in allen Fächergruppen seit 2008 verhältnismässig stark gestiegen ist.
- Der Anteil der "Nichtgründer" ist in allen Fachbereichen im Vergleich zu 2008 gesunken, während sich der Anteil der potentiellen Gründer jeweils erhöht hat.

- Dies ist eine erfreuliche Tendenz, auch wenn mit Ausnahme der Wirtschaftswissenschaften das internationale Niveau (noch) nicht erreicht wurde.
- Die Vorstellung bezüglich des Finanzierungsmixes der potentiellen Gründer unterscheidet sich relativ stark von den tatsächlich realisierten Finanzierungsvarianten der bestehenden Gründer.
- Wettbewerbe, Fördergelder und staatliche Angebote wecken bei potentiellen Gründern vielerlei Hoffnungen, die (noch) nicht realisiert werden können.
- Der Zugang zu Fremd- und Eigenkapital ist die grösste Hürde für Gründungen, auch wenn das absolute Level eher als mittel einzustufen ist.
- Von denjenigen Studierenden, die aus einem Familienunternehmen stammen, haben 51% noch überhaupt nicht daran gedacht, das Unternehmen eines Tages zu übernehmen, und 27% haben sich nur flüchtig damit beschäftigt. Diese Werte sind erstaunlich hoch.
- Bezogen auf die Angebote von Hochschulen im Gründungs- und Unternehmertumkontext stellen wir fest, dass oftmals etwa die Hälfte der Studierenden gar nicht weiss, ob diese Angebote überhaupt existieren.
- Der Wunsch nach entsprechenden Angeboten ist bei Wirtschaftswissenschaftlern stärker ausgeprägt als bei den anderen beiden Fächergruppen.
- Am stärksten gewünscht werden Vorlesungen zu Business Plänen, Finanzierung von Start-ups, und Gründungen/Unternehmertum allgemein, sowie Networking-Veranstaltungen mit UnternehmerInnen.
- Die Beurteilung der abgefragten Angebote durch die Studierenden ist im Durchschnitt gut, aber nicht sehr gut.
- Der Entrepreneurship-Index zeigt, dass sich die Schweizer Studierenden gegenüber 2008 aus unternehmerischer Sicht verbessert haben. Der absolute Wert liegt jedoch nach wie vor unter dem internationalen Durchschnittswert aus 26 Ländern.

Basierend auf diesen Erkenntnissen lassen sich Handlungsanleitungen und Empfehlungen für verschiedene Anspruchsgruppen ableiten.

- Politik
 - Die Erhebung zeigt, dass sich unternehmerische Absichten und Aktivitäten unter Schweizer Studierenden verstärken, im internationalen Vergleich aber immer noch Nachholbedarf besteht.
 - Hier besteht Handlungsbedarf seitens der Politik, um die Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen und Unternehmensnachfolgen zu verbessern.
 - Möglichkeiten sind die Verbesserung und die verstärkte Vermarktung von Förderprogrammen, einfachere gesetzliche Rahmenbedingungen bei Unternehmensnachfolgen, und vor allem Zugang zu Kapital. Aktuell scheint in der Schweiz nur gründen zu können, wer über recht hohes Eigenkapital verfügt.

- Hochschulen
 - o GUESSS 2011 zeigt, dass die Existenz von Gründungs- oder Unternehmertum-bezogenen Angeboten zu wenig bekannt ist. Hier ist eine bessere Kommunikation und Vermarktung notwendig.
 - o GUESSS zeigt ebenfalls, welche Angebote von welchen Studierendengruppen am ehesten nachgefragt werden. Hochschulen können auf dieser Basis ihr Portfolio überprüfen und gegebenenfalls anpassen.
 - o Um eine sehr gute Beurteilung der Angebote seitens der Studierenden zu erhalten, sind weitere Anstrengungen in Bezug auf die Qualität der Veranstaltungen notwendig.
- Studierende
 - o Grundsätzlich möchte GUESSS Studierenden aller Fachrichtungen ermutigen, über einen unternehmerischen Karriereweg nachzudenken.
 - o Die Daten über bereits von Studierenden gegründete Unternehmen zeigen, dass eine solche Option möglich ist und viel Potential bietet.
- Forschende
 - o GUESSS zeigt, dass im Kontext von unternehmerischen Absichten von Studierenden noch viele Möglichkeiten für weitere Forschung bestehen, wobei GUESSS einen wichtigen Beitrag leisten möchte.
 - o Vielversprechend sind dabei longitudinale und internationale Analysen.

13 Abschluss

GUESSS hat sich zum Ziel gesetzt, unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden sowohl national als auch international langfristig zu erforschen. In diesem Sinne liefert der vorliegende Bericht eine Reihe von interessanten Erkenntnissen. Als Gesamtfazit ist zu sagen, dass sich die Schweizer Studierenden aus unternehmerischer Sicht in die richtige Richtung bewegt. Es gibt jedoch noch einiges zu tun, wobei GUESSS auch in Zukunft einen Beitrag leisten möchte.

14 Anhang

Berufswünsche direkt nach dem Studium nach Hochschulen

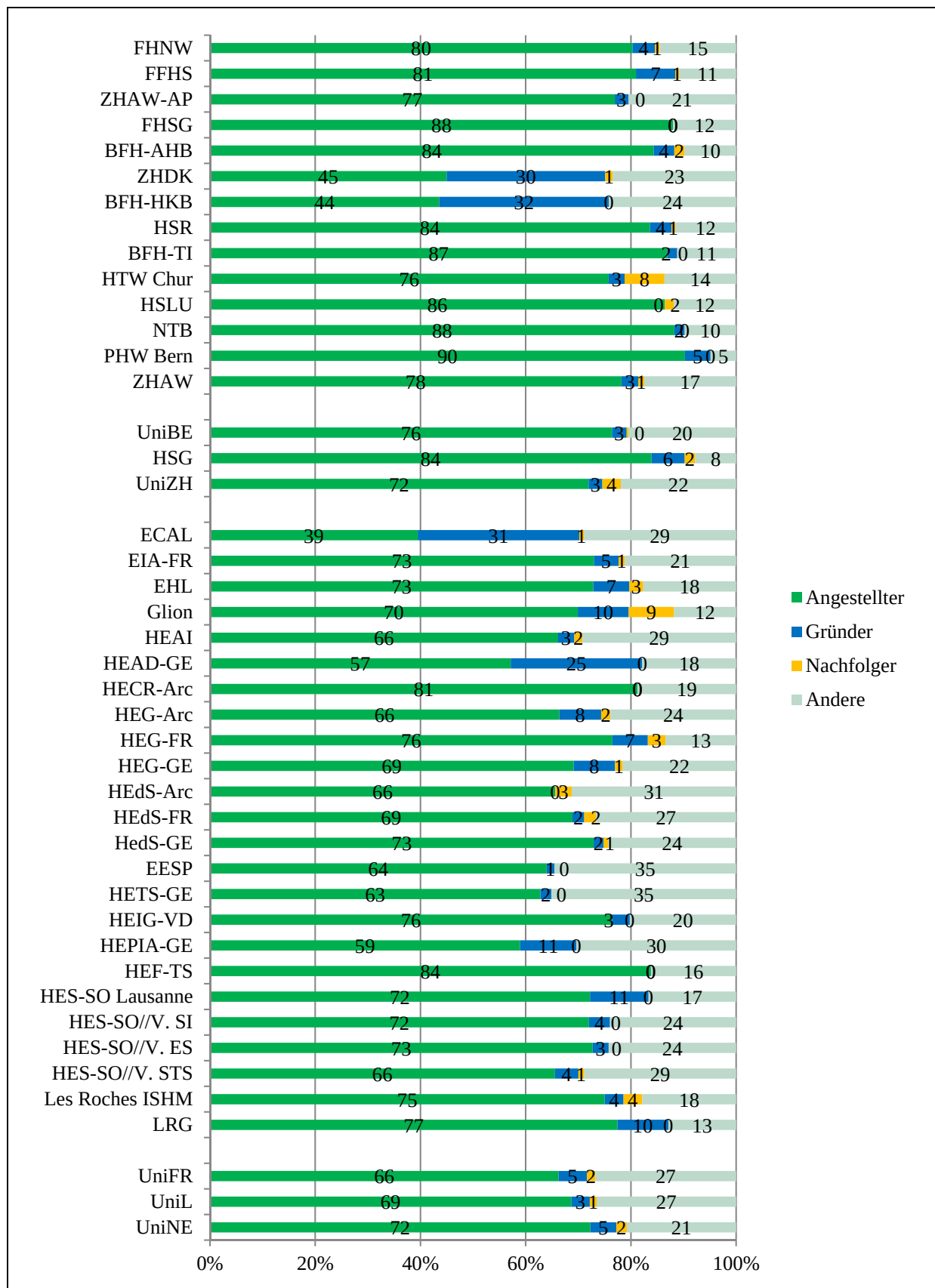


Abbildung 37: Berufswünsche nach Hochschulen direkt

Berufswünsche 5 Jahre nach dem Studium nach Hochschulen

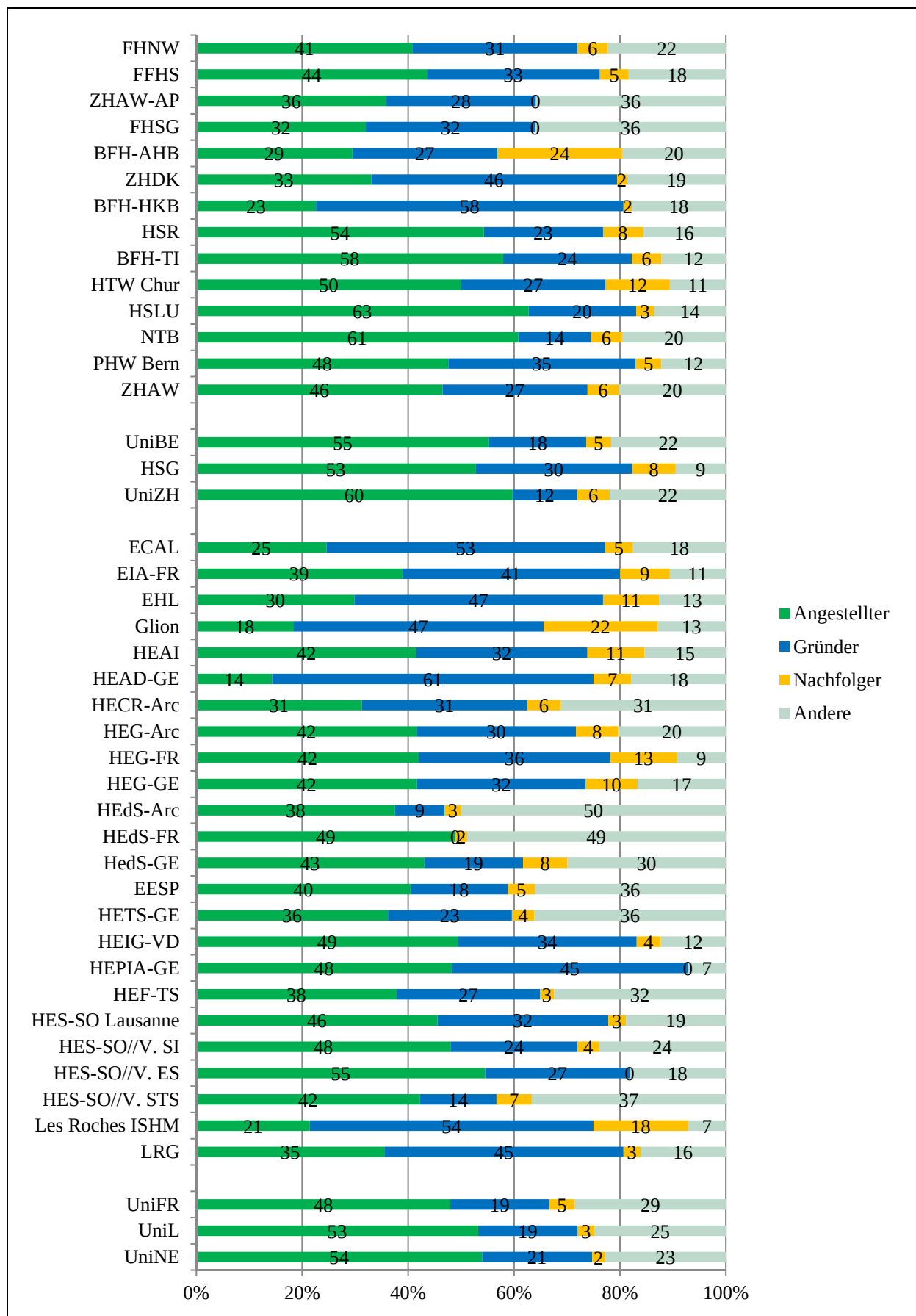


Abbildung 38: Berufswünsche nach Hochschulen nach 5 Jahren

15 Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Baldegger, R., Halter, F., Fueglistaller, U., & Müller, C. (2009). *Unternehmerisches Verhalten von Studierenden in der Schweiz (2008/2009). Ergebnisse für die Schweiz aus dem Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS)*. St.Gallen: Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG).
- BFS. (2011a). *Studierende an den Fachhochschulen 2010/11*. Neuchatel: Bundesamt für Statistik (BFS).
- BFS. (2011b). *Studierende an den universitären Hochschulen*. Neuchatel: Bundesamt für Statistik (BFS).
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Frey, U., Halter, F., & Zellweger, T. (2005). *Nachfolger gesucht! Empirische Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen für die Schweiz*. Zürich: PricewaterhouseCoopers AG [PWC].
- Halter, F., Schrettle, T., & Baldegger, R. (2009). *Erfolgreiche Unternehmensnachfolge : Studie mit KMU-Unternehmern zu emotionalen und finanziellen Aspekten*. Zürich: Credit Suisse.
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5,6), 411-432.
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521-536.