



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



Unternehmerisches Verhalten von Studierenden in der Schweiz



Ergebnisse für die Schweiz aus dem
Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey (GUESSS 2008)

Rico Baldegger, Frank Halter, Urs Fueglistaller, Christoph Müller

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

Auf internationaler Ebene wurde das Projekt von folgenden Institutionen unterstützt:



Information Factory GmbH
www.information-factory.com



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



Lehrstuhl für Entrepreneurship
an der European Business School (EBS)
www.ebs.de

Auf nationaler Ebene wurde das Projekt von folgender Institution unterstützt:



venturelab.ch
c/o Institut für Jungunternehmertum
Kirchlistrasse 1
CH-9000 St.Gallen
www.venturelab.ch

Zitierweise:

Baldegger, Rico; Halter, Frank; Fueglistaller, Urs; Müller, Christoph (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).

KMU-HSG

Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen 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.heg-fr.ch/entrepreneurship

Das Schweizerisches 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 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.

Grusswort der Projektverantwortlichen

GUESSS steht für „Global University Entrepreneurial Students’ Spirit Survey“ und ist ein internationales Forschungsprojekt, welches das Unternehmertum und die unternehmerische Absicht von Studierenden im Fokus hat; es führt das bisherige Projekt ISCE (International Survey on Collegiate Entrepreneurship) fort. Wir haben die Initiative mit dem Ziel ins Leben gerufen, das Verhalten und die Intentionen der Studenten bezüglich ihrer Unternehmensgründungsabsichten und -aktivitäten möglichst umfassend und im internationalen Vergleich zu untersuchen und zu diskutieren.

Ein Forschungsprojekt in diesem Umfang ist ohne tatkräftige Unterstützung von Partnern aus den einzelnen Ländern nicht möglich. Dank ihres Engagements hat sich GUESSS zu einem erfolgreichen Forschungsprojekt entwickelt. Wir bedanken uns bei allen unseren Partnern.

Vorliegende Publikation ist zugleich der Schlussbericht für die Schweiz, der vom Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG) in Zusammenarbeit mit dem Institut Entrepreneurship & KMU der Hochschule für Wirtschaft Freiburg (HEG-FR) verfasst wurde. Auf internationaler Ebene geht unser Dank an Information Factory Deutschland GmbH, die uns technisch bei der Umsetzung des webbasierten Fragebogens und der Verwaltung der Datensätze professionell und effizient unterstützt hat (www.information-factory.com).

Weitere Informationen zum Gesamtprojekt sowie den internationalen Schlussbericht unserer Studie finden Sie unter www.guesssurvey.com.

Wir hoffen, dass Interessierte mit dem vorliegenden Bericht neue Ideen und Impulse gewinnen. Fernerhin sind wir zuversichtlich, die wissenschaftliche Gemeinde in ihren Forschungsaktivitäten zu unterstützen, die Öffentlichkeit für das studentische Gründungsgeschehen zu sensibilisieren und einen Stand über das Hochschulklima im Bereich Entrepreneurship dargelegt zu haben.

Prof. Dr. Urs Fueglistaller

Projekt Vorsitzender

Universität St. Gallen
Schweizerisches Institut für Klein- und
Mittelunternehmen (KMU-HSG)
St. Gallen, Schweiz

Prof. Dr. Heinz Klandt

Projekt Vorsitzender

European Business School (EBS)
Lehrstuhl für Entrepreneurship
Oestrich-Winkel, Deutschland

Dr. Frank Halter

Projektleiter

Universität St. Gallen
Schweizerisches Institut für Klein- und
Mittelunternehmen (KMU-HSG)
St. Gallen, Schweiz

Vorwort der Autoren

Innovationskraft und damit einhergehende positive volkswirtschaftliche Effekte eines ausgeprägten, verbreiteten unternehmerischen Verhaltens sind ein zentrales Thema in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik geworden. Die Situation in Belangen unternehmerische Dynamik in der Schweiz ist komplex und nicht eindeutig. Verschiedene Studien zeigen aber letztlich, dass Entrepreneurship in der Schweiz positiver einzuschätzen ist als gemeinhin angenommen.

Die Schweiz belegt im neu entwickelten Global Entrepreneurship Index in Mitteleuropa freilich eine Spitzenposition. Die positive Einschätzung der unternehmerischen Dynamik ist insofern erklärbar, da ausser der unternehmerischen Einstellungen und Aktivitäten die unternehmerischen Ambitionen berücksichtigt wurden, d. h., die Frage, wie schnell wachsende Unternehmen aufgebaut und unterstützt werden. In diesem Zusammenhang interessieren die Kapazitäten im Hinblick auf Produktinnovationen oder technologische Innovation durch Unternehmer. Ferner wird der Anteil an stark wachsenden Unternehmen, die internationale Innovationskapazität und die Verfügbarkeit von formellem und informellem Venture Capital diskutiert.

Wie erfüllen die schweizerischen Hochschulen ihre Rolle als Katalysator zwischen Wissenschaft und Wirtschaft? Inwiefern haben und verfolgen Studierende unternehmerische Ziele, wie sind diese Ziele geartet? Bieten die Hochschulen unternehmerisch denkenden und handelnden Studierenden adäquate Rahmenbedingungen? Diese und andere damit verbundene Fragen sind von Interesse, um gewissermassen eine Form von Rendite der Investitionen in den tertiären Bildungsbereich zu eruieren.

Ohne die Unterstützung von Partnern wäre das vorliegende Projekt nicht realisierbar gewesen. Auf nationaler Ebene unterstützte der Projekt-sponsor *venturelab.ch*. Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre, die möglichst viele Anregungen für die Praxis zeitigen möge und freuen uns auf Ihr Feedback.

St. Gallen und Fribourg im Juli 2009



Rico Baldegger
Prof. Dr., HEG-FR
Projektleiter



Frank Halter
Dr., KMU-HSG
Projektleiter



Urs Fueglistaller
Prof. Dr., KMU-HSG
Projekt-Vorsitzender



Christoph Müller
Prof. Dr., CEE-HSG
Projekt-Vorsitzender

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Untersuchungshintergrund und Ausgangslage	1
1.2	Ziele der Untersuchung und Vorgehen.....	1
1.3	Projektkoordination und Methodologie.....	2
1.4	Signifikanz der Studie und Projektentwicklung	3
2	Unternehmerische Aktivitäten von Studierenden.....	5
2.1	Berufliche Zukunftsvorstellungen	5
2.2	Beabsichtigtes Unternehmertum	8
2.3	Gelebtes Unternehmertum	12
2.4	Indexierte unternehmerische Kraft der Studierenden.....	15
2.5	Vollzogene Unternehmensgründungen von Studierenden	17
3	Ziele und Innovationsgrad der Gründungsaktivitäten.....	19
3.1	Ziele der geplanten und realisierten Unternehmen.....	19
3.2	Innovationsgrad der geplanten und realisierten Unternehmen	23
4	Rahmenbedingungen zur Unternehmensgründung an Hochschulen.....	26
4.1	Wahrnehmung der Angebote	26
4.2	Nutzung und Qualität der Angebote an Hochschulen	28
5	Fazit	31
6	Anhang	34
6.1	Berufliche Zukunftsvorstellung direkt nach Studium nach Hochschulen.....	34
6.2	Berufliche Zukunftsvorstellung 5 Jahre nach Studium nach Hochschulen	35
6.3	Indexkonstruktion zur Messung der unternehmerischen Kraft von Studierenden	36
6.4	Potentielle Gründer und Gründer nach einzelnen Hochschulen	37
6.5	Gründungsaktivitäten nach Alter	38
6.6	Gründungsaktivitäten nach Geschlecht	38
6.7	Unternehmerische Kraft nach einzelnen Hochschulen.....	39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bezugsrahmen der Untersuchung	2
Abbildung 2: Angestrebte Tätigkeit (in %)	5
Abbildung 3: Berufswünsche nach dem Studium (in %).....	6
Abbildung 4: Studienrichtung und Zukunftsvorstellungen direkt nach Studium (in %)	7
Abbildung 5: Studienrichtung und Zukunftsvorstellungen 5 Jahre nach dem Studium (in %).....	8
Abbildung 6: Gründungsabsichten und -aktivitäten der Studierenden im Vergleich (in %) ...	9
Abbildung 7: Intention und -tätigkeit nach Hochschulen und Studiengängen (in %).....	10
Abbildung 8: Gründungsaktivitäten im Vergleich CH und international (in %)	12
Abbildung 9: Gründungsaktivitäten aggregiert nach Gründungsschritten (in %).....	14
Abbildung 10: Unternehmerische Kraft	16
Abbildung 11: Wichtigkeit der Unternehmensziele nach Studienrichtung (Mw-Vergleich)..	20
Abbildung 12: Wichtigkeit der Unternehmensziele nach Hochschultyp (Mw-Vergleich).....	21
Abbildung 13: Wichtigkeit der Unternehmensziele nach Geschlecht (Mw-Vergleich)	22
Abbildung 14: Innovationsgrad nach Hochschultyp (in %).....	23
Abbildung 15: Innovationsgrad nach Studienrichtung	24
Abbildung 16: Innovationsgrad nach Geschlecht.....	25
Abbildung 17: Übersicht über die Unterstützungswünsche der Studierenden	27
Abbildung 18: Beurteilung des Hochschulangebots	30
Abbildung 19: Unternehmerische Kraft im Zeitvergleich	31
Abbildung 20: Berufswünsche der Studierenden 5 Jahre nach dem Studium (2006/2008)	32
Abbildung 21: Gründungsschritte im Zeitvergleich	33

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zusammensetzung des Datensatzes	4
Tabelle 2: Gründungsintention und -tätigkeit nach Studienrichtung	11
Tabelle 3: Gründungsintention im Verhältnis zu Gründungsschritten (in %)	15
Tabelle 4: Charaktereigenschaften der Gründungen durch Studierende	18

1 Einleitung

1.1 Untersuchungshintergrund und Ausgangslage

Unternehmertum beziehungsweise Entrepreneurship ist wesentlich für die Dynamik einer Volkswirtschaft. Eine hohe Flexibilität und die überdurchschnittlichen innovativen Fähigkeiten von Klein- und Mittelunternehmen sind wesentliche Anzeichen einer gesunden Volkswirtschaft. Unternehmertum wirkt dem Abfluss von Know-how und Arbeitsplätzen entgegen, den die Globalisierung verstärkt. Es liegt daher ein begründetes volkswirtschaftliches Interessen darin, Unternehmertum zu erforschen und zu fördern.

Das Projekt GUESS 2008 ist eine wissenschaftliche Untersuchung der Gründerkompetenz und des Unternehmertums mit Fokus auf Studierende an Universitäten, Eidgenössisch Technischen Hochschulen und Fachhochschulen. Der Fokus entspringt der Überzeugung, dass vor allem im Hochschulwesen Innovationskraft und Gründerkompetenz bei den Studierenden überdurchschnittlich ausgeprägt sind respektive gefördert werden können. Aus der Untersuchung sollen einerseits konkrete Massnahmen zur Förderung der Attraktivität des Standorts Schweiz, andererseits des Hochschulwesens abgeleitet werden. Um die Massnahmen zur Förderung der Innovationskraft und Gründerkompetenz zu überprüfen, wird das Forschungsprojekt periodisch im Abstand von 2 Jahren durchgeführt. Der periodische Vergleich und die Beobachtung des unternehmerischen Potentials und Wandels in internationalem und nationalem Rahmen tragen dazu bei, das unternehmerische Umfeld an Hochschulen sowie den Standort Schweiz positiv zu beeinflussen.

Das Forschungsprojekt GUESS baut darauf, die Güte des Hochschulwesens bezüglich Gründerkompetenz zu erhöhen und gleichzeitig Studierende an den gewählten Hochschulen für die Thematik zu sensibilisieren. Der folgende Bericht verfolgt das Ziel, Handlungsempfehlungen zu evaluieren und die Gegebenheiten in der Schweiz differenziert zu betrachten. Explizit zu erwähnen ist, dass das Ziel des Projektes keinesfalls darin liegt, eine Rangliste der Hochschule zu erstellen.

1.2 Ziele der Untersuchung und Vorgehen

Das Ziel der Studie besteht darin, die unternehmerischen Aktivitäten sowie die Gründungskompetenzen der Studierenden an ausgewählten Hochschulen der Schweiz zu vergleichen und in den internationalen Kontext zu setzen. Mithin soll das Forschungsprojekt in einen periodischen Zusammenhang eingereiht werden, um die unternehmerische Entwicklung nachzeichnen zu können.

Zunächst wird daher auf die unternehmerischen Absichten, Ziele und Aktivitäten von Studierenden eingegangen. Die beruflichen Zukunftsvorstellungen von Studierenden werden nachfolgend analysiert und auf geplante Gründungsaktivitäten von Studierenden ein-

gegangen (vgl. Abbildung 1). In einem nächsten Schritt werden die aktuellen (realisierten) unternehmerischen Aktivitäten dokumentiert, um sie schliesslich in einen internationalen Vergleich integriert zu diskutieren.

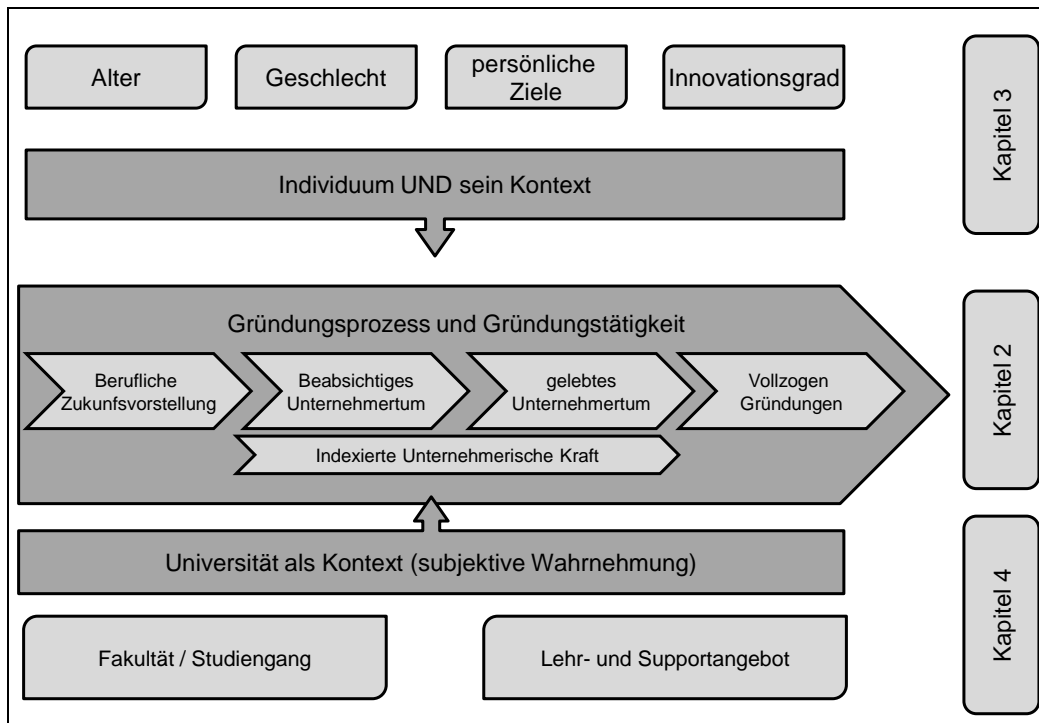


Abbildung 1: Bezugsrahmen der Untersuchung

Im Anschluss werden im 3. Kapitel die Motivation der Studierenden für eine unternehmerische Aktivität und deren Hintergründe durchleuchtet, während im 4. Kapitel die Rahmenbedingungen der Hochschulen im Fokus stehen. Die Unterstützungsangebote der Hochschulen werden näher betrachtet und konfrontiert mit den Wünschen der Studierenden. Auf dieser Basis werden die Tendenzen zwischen der unternehmerischen Kraft und der universitären unternehmerischen Umwelt, der Studienrichtung sowie der gewünschten Angebote seitens der Studenten/-innen ermittelt.

Schliesslich vergleichen die Autoren die erhobenen Daten mit der Studie aus dem Jahr 2006 (damals unter dem Namen ISCE). Zum einen ist eine Entwicklung erkennbar, zum anderen werden im Schlussteil die relevanten Implikationen und Schlussfolgerungen formuliert.

1.3 Projektkoordination und Methodologie

Für die Erschliessung der Universitäten und Fachhochschulen ist das Schweizerische Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG) verantwortlich. Unterstützt wurde sie dabei wesentlich von Prof. Dr. Rico Baldegger an der HSW Fribourg,

Institut Entrepreneurship & KMU, der sich für die Hochschulen der französischsprachigen Schweiz verantwortlich zeichnet.

Die vorliegenden Daten wurden mittels eines webbasierten Fragebogens erhoben, dessen Link per E-Mail den Studierenden an den verschiedenen Universitäten und Fachhochschulen zugestellt wurde. Um einen angemessenen Rücklauf zu garantieren, wurden attraktive Preise verlost, die der nationale Sponsor *venturelab.ch* offerierte.

1.4 Signifikanz der Studie und Projektentwicklung

Das der vorliegenden Studie zugrunde liegende Sample setzt sich aus 12'685 auswertbaren Fragebogen zusammen, die von Studierenden aus 35 Hochschulen der Schweiz ausgefüllt wurden. Tabelle 1 zeigt die Verteilung der Fragebogen auf die verschiedenen Institutionen. Das Hochschulwesen wurde gruppiert in Universitäten, Fachhochschulen und in die Eidgenössischen Technischen Hochschulen.

Der Erfolg einer webbasierten Umfrage hängt von der Erreichbarkeit der Studierenden via e-Mail ab. Entscheidend waren der Informationsfluss und die Infrastruktur an den jeweiligen Institutionen (E-Accounts der Studierenden) sowie die Bewilligung durch die jeweils zuständige Stelle, die Studierenden mit E-Mail anzuschreiben.

In der vorliegenden Studie werden primär Aussagen auf aggregierter Ebene vorgenommen, einerseits auf der Ebene der Studienrichtungen, andererseits bedeutet dies, dass im Bericht die Gruppen Universitäten, Eidgenössischen Technischen Hochschulen und die Fachhochschulen zusammenfassend dargestellt werden. Auf die einzelnen Fachhochschulen oder Universitäten wird nicht an jeder Stelle explizit eingegangen. Vereinzelt können die Daten aber über den Anhang erschlossen werden, denn die Ausführung weiterer Details würde den Umfang resp. die Lesbarkeit des vorliegenden Berichtes zu sehr einschränken.

In nachfolgender Tabelle sind lediglich jene Schulen aufgelistet, die offiziell am Forschungsprojekt GUESS 2008 partizipierten:

Universitäten und Fachhochschulen	Kürzel	Anvisierte Grundgesamtheit (absolut)	Real. Stichprobe (absolut)	Rücklaufquote (%)
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich	ETHZ	9'526	1'920	20.2
Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne	EPFL	6'500	747	11.5
Eidgenössische Technische Hochschulen	ETH	16'026	2'667	16.4

Universitäten und Fachhochschulen	Kürzel	Anvisierte Grundgesamtheit (absolut)	Real. Stichprobe (absolut)	Rücklaufquote (%)
Universität St. Gallen	HSG	7'729	1'529	19.8
Universität Bern	UniBE	6'371	1'186	18.6
Université de Fribourg	UniFR	9'542	1'517	15.9
Université de Lausanne	UniL	11'500	1'319	11.5
Université de Neuchâtel	UniNE	5'984	259	4.3
Universitäten	Uni	41'126	5'810	6.1
Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Bern	HSW Bern	302	79	26.2
Schweizer Hochschule für Landwirtschaft, Zollikofen	SHL	300	74	24.7
Hochschule für Architektur, Bau und Holz, Burgdorf, Biel	HSB	590	106	18.0
Berner Fachhochschule	BFH	1'192	259	21.7
Hochschule für Wirtschaft	HSW	1787	255	14.3
Hochschule für Architektur, Bau und Geomatik	HABG	275	44	16.0
Hochschule für Angewandte Psychologie (Olten)	APS	238	54	22.7
Hochschule für Gestaltung und Kunst (Basel)	HGK	579	105	18.1
Hochschule für Soziale Arbeit (Olten)	HLS	378	169	44.7
Hochschule für Technik (Brugg-Windisch)	HT	991	210	21.2
Pädagogische Hochschule (Brugg)	PH	1549	209	13.5
FHNW diverse	FHNW div.	565	304	53.8
Fachhochschule Nordwestschweiz	FHNW	6362	1350	21.2
Hochschule für Technik und Architektur	HTA	800	244	30.5
Hochschule für Wirtschaft Luzern	HSW	1'080	290	26.9
Fachhochschulen Zentralschweiz	FHZS	1'880	534	28.4
Hochschule für Angewandte Wissenschaften, St. Gallen	FHS-SG	2'800	119	4.3
NTB Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs	NTB	313	106	33.9
Fachhochschule Ostschweiz	FHO	3'113	225	7.3
Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg	EIA-FR	900	195	21.7
Haute Ecole de gestion de Fribourg	HEG-FR	382	147	38.5
Haute Ecole Arc Ingénierie (St. Imier, Le Locle, Porrentruy)	EI Arc	417	162	38.8
Haute Ecole Arc de gestion (Neuchâtel)	HEG Arc	723	127	17.6
Haute Ecole Valaisanne de gestion	HEG-Vs	700	162	23.1
Haute Ecole Valaisanne - sciences de l'ingénieur (HEVs)	EI-Vs	350	93	26.6
Schweizerische Tourismusfachschule	STF	200	90	45.0
Haute Ecole d'ingénieurs et de gestion du canton de Vaud	HEG-VD	1500	462	30.8
Haute Ecole de gestion de Genève	HEG-GE	845	207	24.5
Fachhochschule Westschweiz	HES-SO	6'017	1'645	27.3
Diverse ¹	Diverse*	0	195	-
Schweiz gesamt (von angeschriebenen Universitäten)		69'489	12'490	18.0
Schweiz gesamt (totaler Rücklauf)		69'489	12'685	18.3

Tabelle 1: Zusammensetzung des Datensatzes

¹ Beinhaltet alle restlichen Universitäten und Fachhochschulen, die nicht offiziell am Forschungsbericht GUESSS partizipierten.

2 Unternehmerische Aktivitäten von Studierenden

In diesem Kapitel werden die unternehmerischen Aktivitäten von Studierenden an schweizerischen Hochschulen näher betrachtet. Dabei soll einerseits das unternehmerische Potential und andererseits die real vorhandenen unternehmerischen Tätigkeiten evaluiert und gegenübergestellt werden. Zunächst wird daher auf die beruflichen Zukunftsvorstellungen der Studierenden eingegangen.

2.1 Berufliche Zukunftsvorstellungen

Zunächst werden die beruflichen Zukunftsvorstellungen generell festgehalten und eine gesamtschweizerische Analyse wird erstellt. In einem zweiten Schritt werden die verschiedenen Studienrichtungen zu Kategorien zusammengefasst, um Erkenntnisse darüber zu erhalten, ob gewisse Studienrichtungen Tendenzen für unternehmerische Aktivitäten und Intentionen bergen.

Die Ziele der Studierenden bezüglich Berufswünsche können sehr unterschiedlich ausfallen. Es ist davon auszugehen, dass viele Studierende die Erstanstellung quasi als Berufs- und Wanderjahre beziehungsweise als einen weiteren Schritt der Ausbildung betrachten. Insofern ist nicht überraschend, dass in den ersten 5 Jahren nach dem Studium eine Tätigkeit in einem Angestelltenverhältnis vom überwiegenden Teil der an der Studie teilgenommenen Studierenden angestrebt wird (Abbildung 2). Insgesamt trifft diese Aussage auf 83,0% der Studierenden zu, während lediglich 10,2% eine selbstständige oder zumindest eine freiberufliche Tätigkeit anstreben. 6,3% sind unentschlossen und 0,6% streben keine Arbeit an, sondern konzentrieren sich beispielsweise auf die Familie.

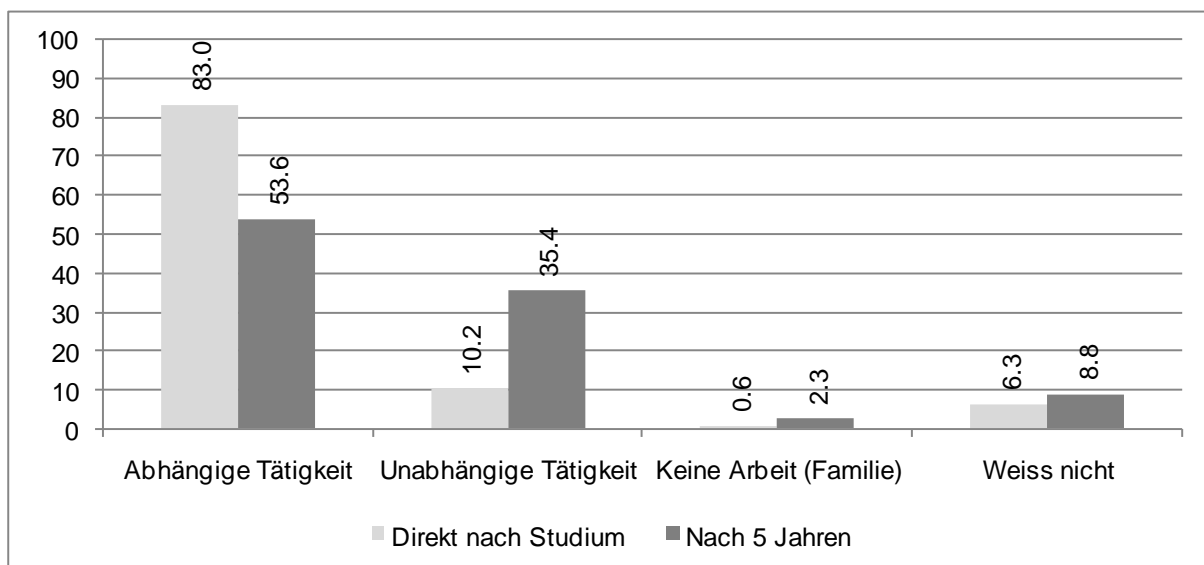


Abbildung 2: Angestrebte Tätigkeit (in %)

Die Dominanz des Wunsches nach einer Tätigkeit in einem Angestelltenverhältnis ändert sich mit zunehmendem Zeithorizont. So zeigt die Befragung, dass die bekundete Bereitschaft, ein Unternehmen zu gründen, nach 5 Jahren wesentlich höher ist. Das Angestelltenverhältnis scheint daher längerfristig weniger attraktiv als kurzfristig. So nimmt die Präferenz für ein Angestelltenverhältnis auf 53,6% ab, während die angestrebte selbstständige Erwerbstätigkeit auf 35,4% steigt. Der zeitliche Horizont scheint daher ein wesentlicher Faktor für die angestrebte Form der Erwerbstätigkeit zu sein.

Aufgrund der *Berufswünsche nach dem Studium* kann erläutert werden, inwiefern sich Studierende einer abhängigen oder unabhängigen Tätigkeit zugewandt fühlen und wie viele hierin unentschlossen sind (Abbildung 3). Damit kann das unternehmerische Potential von Studierenden in der Schweiz erstmals eingeschätzt werden.

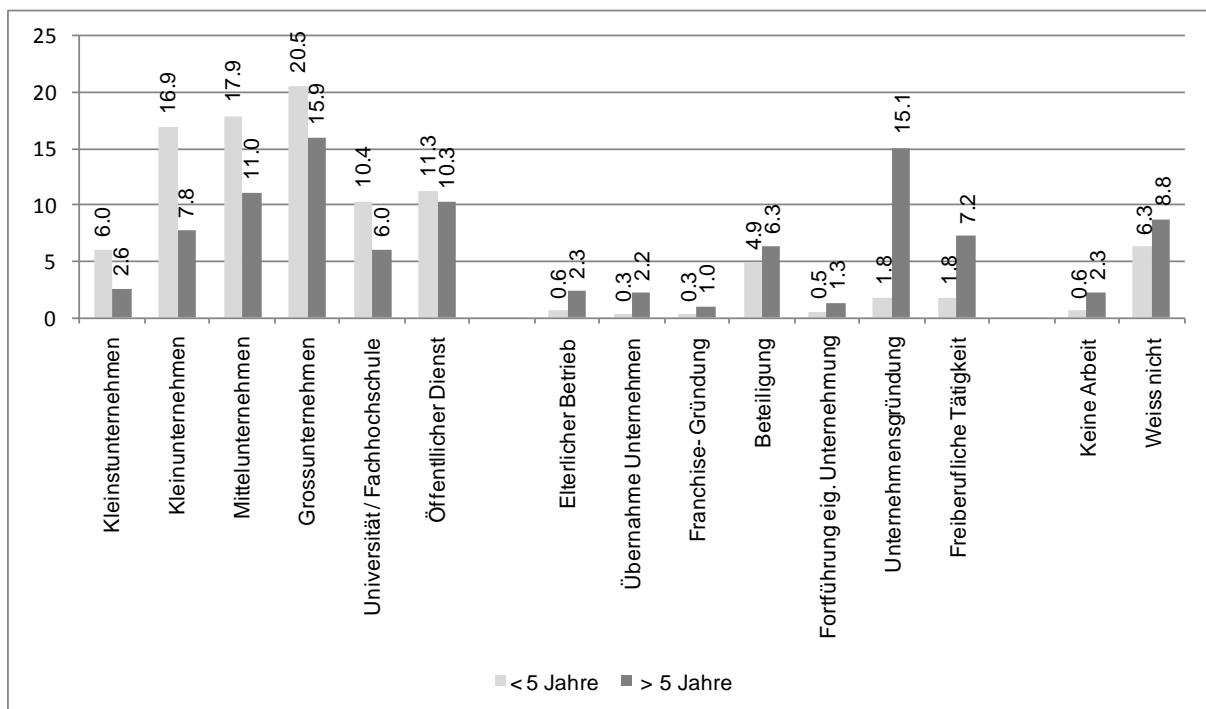


Abbildung 3: Berufswünsche nach dem Studium (in %)

Wie in der obigen Abbildung ersichtlich, bevorzugt ein Grossteil der Studierenden den Berufseinstieg direkt in ein Grossunternehmen (20,5%) oder Mittelunternehmen (17,9%), gefolgt von Kleinunternehmen (16,9%). Weitere Tätigkeitsfelder sehen die Studierenden im öffentlichen Dienst (11,3%), an einer Hochschule (10,4%) und in Kleinstunternehmen (6,0%). Eine Unternehmensgründung visieren nur 1,8% der Studierenden an.

Wie die Abbildung illustriert, ändert sich der Berufswunsch mit zunehmendem Zeithorizont tendenziell. Die angestellte Tätigkeit in Unternehmen wird als weniger erstrebenwert betrachtet, während der öffentliche Dienst (10,3%) nur geringfügig an Anreiz verliert. Die Selbständigkeit wird als attraktiver aufgefasst. So lässt sich ablesen, dass 15,1% aller Studie-

renden nach 5 Jahren eine eigene Unternehmung gründen wollen. Folgerichtig steigt der Anreiz einer freiberuflichen Tätigkeit (7,2%) ebenfalls.

Um die Analyse zu vertiefen, werden die verschiedenen *Studienrichtungen* in drei Kategorien eingeteilt. Es handelt sich dabei um wirtschaftsnahe Studienfächer, exakte (naturwissenschaftliche) sowie sozialwissenschaftliche/psychologische Studienrichtungen. Studienrichtungen, die unter die Rubrik andere fallen, wurden aufgrund der Heterogenität, für die Detailanalysen nicht berücksichtigt.

Betrachten wir die Zukunftsvorstellungen der Studierenden direkt nach dem Studium, so ist der Trend unzweifelhaft. Zwischen wirtschaftsnahen (84,6%), naturwissenschaftlichen (83,2%) und soziologischen (82,5%) Studienrichtungen bestehen nur minimale Unterschiede.

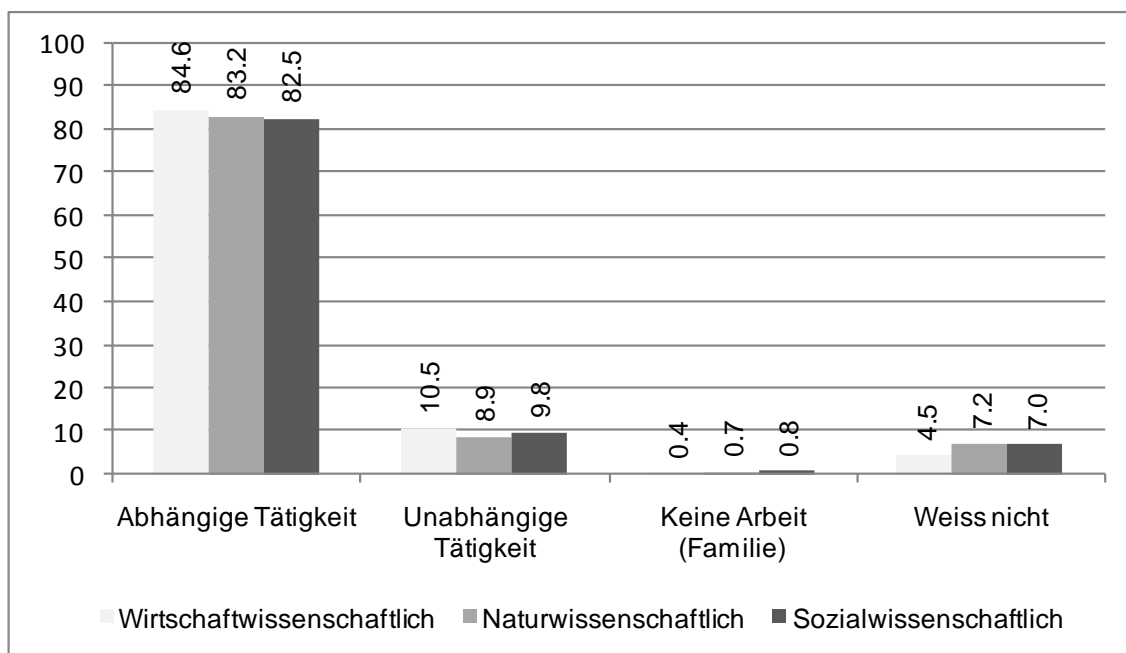


Abbildung 4: Studienrichtung und Zukunftsvorstellungen direkt nach Studium (in %)

Fünf Jahre nach dem Studium differieren die Zukunftsvorstellungen je nach Studienrichtung markanter. Dies zeigen u.a. die Ergebnisse für die Wahl einer unabhängigen Tätigkeit. Über dem schweizerischen Durchschnitt bewegen sich die wirtschaftswissenschaftlich Studierenden (39,7%) und die Naturwissenschaftler/-innen (36,7%), während dieser Wunsch bei den sozialwissenschaftlichen Studiengängen nur für 27,6% zutrifft. Bemerkenswert ist weiterhin, dass der höchste Anteil an unschlüssigen Studierenden in den Sozialwissenschaften zu finden ist (10,9%).

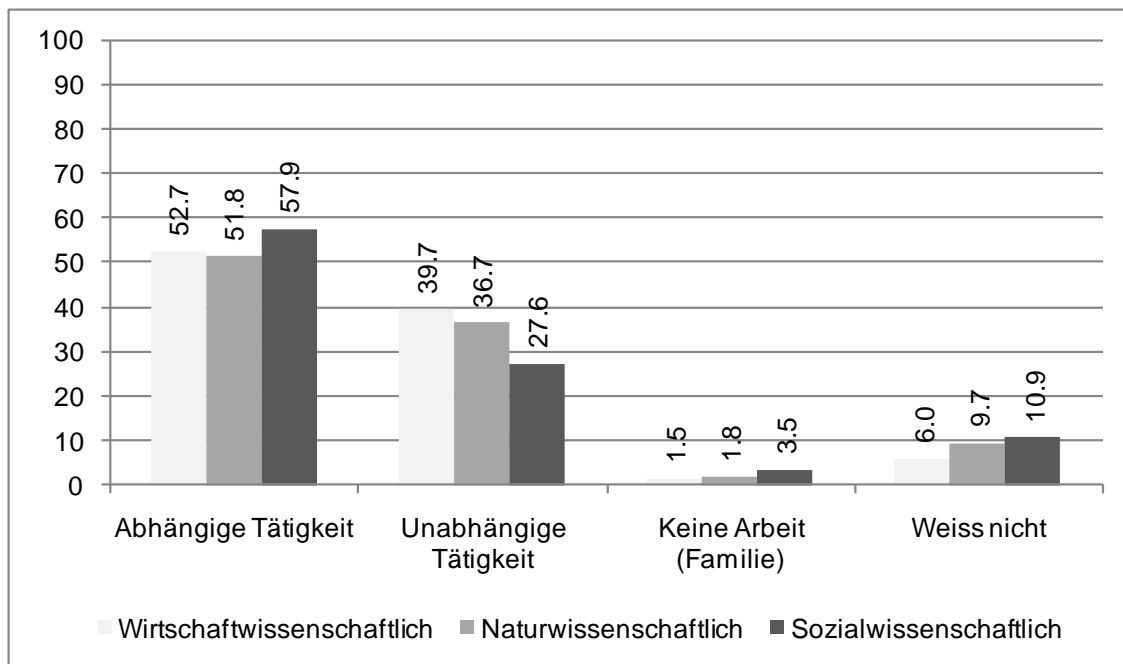


Abbildung 5: Studienrichtung und Zukunftsvorstellungen 5 Jahre nach dem Studium (in %)

2.2 Beabsichtigtes Unternehmertum

Die bisherigen Erkenntnisse haben sich auf die beruflichen Zukunftsvorstellungen der Studierenden beschränkt, ohne konkrete Aussagen über eventuelle unternehmerische Absichten und Tätigkeiten. Es stellt sich nunmehr die Frage, inwiefern Studenten/-innen an Schweizer Hochschulen sensibilisiert und aktiv sind bezüglich der Gründung eines Unternehmens.

Gesamtschweizerisch ist zu konstatieren, dass 40,5% der Befragten zumindest flüchtig daran gedacht haben, eine Unternehmung zu gründen (vgl. dazu Abbildung 6). 36,9% der Befragten haben sich diesbezüglich bisher noch keine Gedanken gemacht. Die Auswertungen auf die Frage *Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, ein eigenes Unternehmen zu gründen?* zeigt, dass nicht selten flüchtig daran gedacht wurde, eine Unternehmung zu gründen. Die Konkretisierung der Thematik wird von 9,7% angegeben, während 6,0% den Entschluss gefasst haben, sich selbständig zu machen. Weitere 4,3% der befragten Studierenden haben sich Gedanken über eine Unternehmensgründung gemacht, den Plan aber wieder verworfen. Mit der Realisation der Unternehmensgründung haben 1,3% der schweizerischen Studierenden begonnen, während 0,8% bereits selbständig sind. Zudem gaben 0,5% der Befragten an, bereits selbständig gewesen zu sein, die Tätigkeit allerdings wieder eingestellt zu haben.

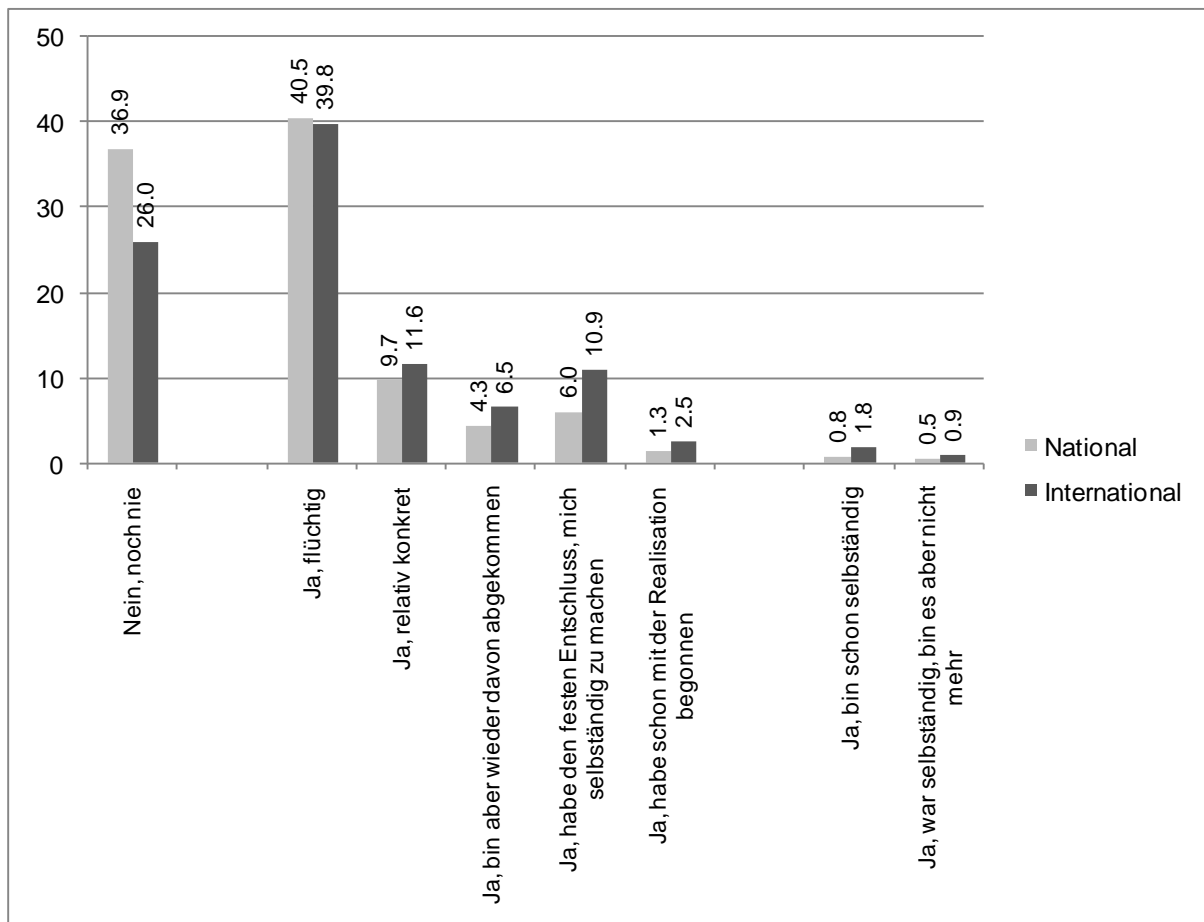


Abbildung 6: Gründungsabsichten und -aktivitäten der Studierenden im Vergleich (in %)

Ein Blick auf die internationalen Durchschnittszahlen belegt erste Hinweise auf ein geringes ausgeprägtes unternehmerisches Verhalten von schweizerischen Studierenden. Die Resultate verdeutlichen erstens den höheren Anteil von Studierenden in der Schweiz, die eine Gründung ausschliessen (36,9% CH verglichen mit 26,0% international). Zweitens haben die schweizerischen Studentinnen und Studenten weniger konkrete Gründungsschritte unternommen als Studierende anderer Länder.

Die Ergebnisse in aggregierter Form betrachtet, ist auf die unternehmerischen Aktivitäten und Intentionen von Studierenden rückzuschliessen. Dazu werden die Studierende in keine Gründer, potentielle Gründer und Gründer eingeteilt. Die Kategorie *keine Gründer* besteht aus der Antwort "Nein, noch nie" während als *Gründer* diejenigen Personen zählen, die entweder "Ja, bin schon selbständig" gewählt haben oder bereits nicht mehr selbständig sind. Alle Personen, die auf die restlichen Fragen geantwortet haben, gelten als *potentielle Gründer*. Diese Schematik repräsentiert gewissermassen einen Indikator, um beabsichtigtes und realisiertes Unternehmertum zu unterscheiden. Wir konzentrieren uns bei der eingehenden Betrachtung nicht allein auf die gesamtschweizerische Ebene, sondern werden die einzelnen Hochschulen in Universitäten, Fachhochschulen und Eidgenössisch Technische Hochschulen

kategorisieren. Überdies vergleichen wir nach Studienrichtung, um vertiefere Erkenntnisse zu erhalten.

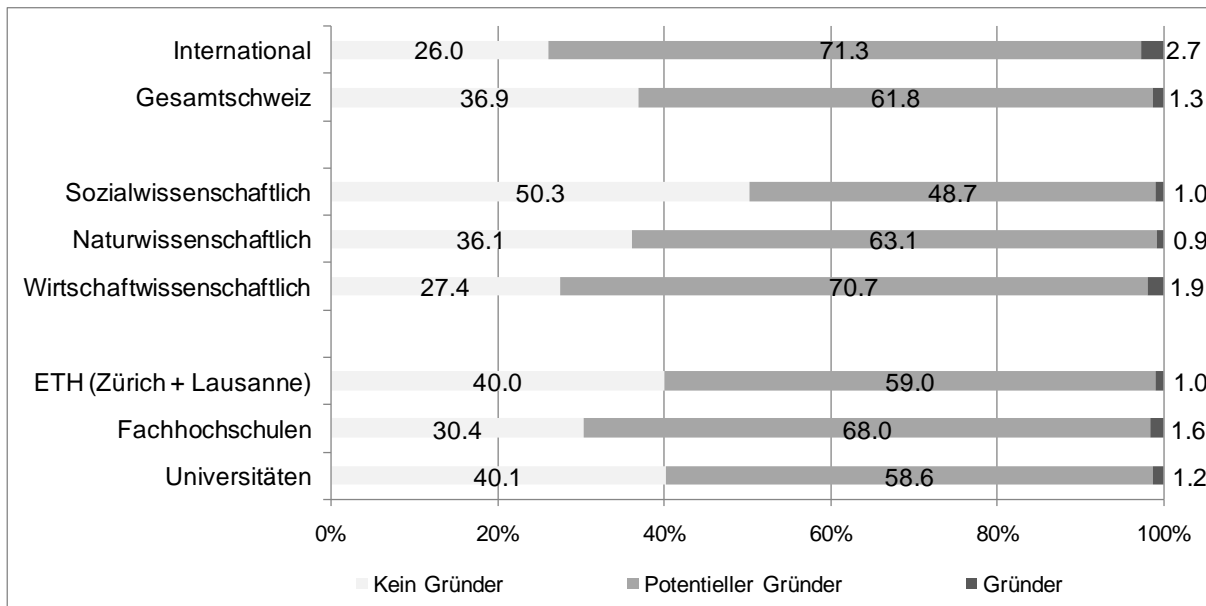


Abbildung 7: Intention und -tätigkeit nach Hochschulen und Studiengängen (in %)

Abbildung 7 verdeutlicht die im schweizerischen Vergleich hohe Gründungsquote an Fachhochschulen (1,6%) und der Anteil an potentiellen Gründern (68,0%). Bei den Eidgenössischen Technischen Hochschulen und den Universitäten sind vermehrt Studierende ohne Gründungsabsichten eingeschrieben (40,0% bzw. 40,1%), ergo ist die Gründungsquote mit 1,0% an den beiden Technischen Hochschulen unterdurchschnittlich.

Natürlich sind in diesem Kontext die Studiengänge zu berücksichtigen, die signifikante Unterschiede aufweisen. So liegt die Quote der Gründer auffälligerweise nur bei der Kategorie der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen über dem nationalen Durchschnitt (1,9%). Die übrigen Kategorien liegen samt und sonders unterhalb des nationalen Durchschnitts. Die Werte hinsichtlich potentiellen Gründertums sind bei den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern ebenfalls stark überdurchschnittlich (70,7%), während die Werte bei naturwissenschaftlichen Studien leicht überdurchschnittlich ausfallen. Die soziologischen/psychologischen Studiengänge verfügen über vergleichsweise geringes Potential für Unternehmensgründungen (48,7%). Über die Hälfte hat keinerlei Gründungsabsichten (50,3%) und die Quote an Gründern ist mit 1,0% unterdurchschnittlich.

Die Unterschiede lassen sich jedoch nicht in der Form verallgemeinern, dass Betriebswirte verglichen mit Technikern ein unterschiedliches unternehmerisches Verhalten aufweisen. Tabelle 2 erlaubt eine differenzierte Analyse. Potentielle Gründer sind in der Kunst (77,3%), der Architektur (77,0%) der BWL/VWL (72,7%) und in der Wirtschafts- und Betriebsinformatik (70,8%) zu finden. Primär haben die Informatiker (4,2%) bereits während des Studiums ein Unternehmen gegründet. Sehr wahrscheinlich ist dieser Umstand mit den branchenspe-

zifisch tiefen Eintrittsbarrieren für ein eigenes Unternehmen zu erklären. Es sei an kleine Webfirmen oder ähnliche Formen. An zweiter Stelle folgen die Studierenden des Sozialwesens (2,7%), der Betriebswirtschaftslehre (1,5%) und Studierende aus den Sozial- und Verhaltenswissenschaften (1,5%).

	in Prozent			absolut
	potentielle Gründer	Gründer	keine Gründer	Total Nennungen
Kunst	77,3	0,8	21,9	128
Architektur und Bauen	77,0	1,0	22,1	716
Betriebswirtschaftslehre, VWL, Verwaltung	72,7	1,5	25,8	3057
Wirtschafts- und Betriebsinformatik	70,8	4,2	25,0	715
Landwirtschaft, Forstwesen und Fischerei	70,0	0,0	30,0	110
Ingenieurwissenschaften und Ingenieurwesen	66,6	1,1	32,3	1552
Jura	64,3	1,3	34,4	773
Persönliche Dienstleistungen	62,8	1,1	36,2	94
Umweltschutz	60,9	0,7	38,4	138
Gesundheitswesen	57,6	0,2	42,3	622
Herstellung und Verarbeitung	57,0	0,0	43,0	79
Sozial- und Verhaltenswissenschaften	54,2	1,5	44,2	1038
Journalismus und Information	52,1	0,0	47,9	142
Sozialwesen	51,0	2,7	46,3	259
Mathematik und Statistik	47,4	0,0	52,6	190
Sicherheitsdienste	47,4	0,0	52,6	38
Naturwissenschaften	46,8	0,6	52,6	810
Geisteswissenschaften	42,2	0,7	57,0	535
Lebenswissenschaften	41,2	0,4	58,4	507
Lehrerbildung und Pädagogik	39,6	1,0	59,4	508

Tabelle 2: Gründungsintention und -tätigkeit nach Studienrichtung ²

Am wenigsten können die Studierenden der pädagogischen Studienrichtungen (59,4%), der Lebenswissenschaften wie Biologie, Botanik, Zoologie (58,4%), der Geisteswissenschaften (57,0%) und der Sicherheitsdienste (52,6%) als Unternehmensgründer bezeichnet werden. Hier sind zum einen die Anteile der Studierenden am höchsten, die sich explizit als Nicht-Gründer definieren, andererseits sind die effektiven Gründungsquoten relativ tief. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass zwischen den verschiedenen Studienrichtungen Unterschiede existieren. Sie alleine erklären jedoch nicht zwingend die Diskrepanzen zwischen den einzelnen Technischen Hochschulen, den Universitäten und den Fachhochschulen.

² Anbindung an ISCED 1997 Seite 41-45 (United Nation Educational, Scientific and Cultural Organisation); dieser Vorschlag wird von der OECD seit 1998 im Rahmen der Statistik eingesetzt.

2.3 Gelebtes Unternehmertum

Um die Gründungskraft schweizerischer Studierender manifest nachzuweisen, wendet sich der Bericht nun den konkret unternommenen Gründungsschritten zu. Erste Schritte, die in Richtung einer Unternehmensgründung führen können, sind die unverbindliche Auseinandersetzung mit dem Thema und damit das erste Bedenken von Geschäftsideen. Gesamtschweizerisch liegt der Anteil der Studierenden diesbezüglich bei 37,6% (vgl. Abbildung 8). Gründungsspezifische Informationen haben sich 12,6% der befragten Studenten beschafft. Knapp dahinter, im nationalen Durchschnitt 10,5%, haben ihre ersten Geschäftsideen schriftlich festgehalten.

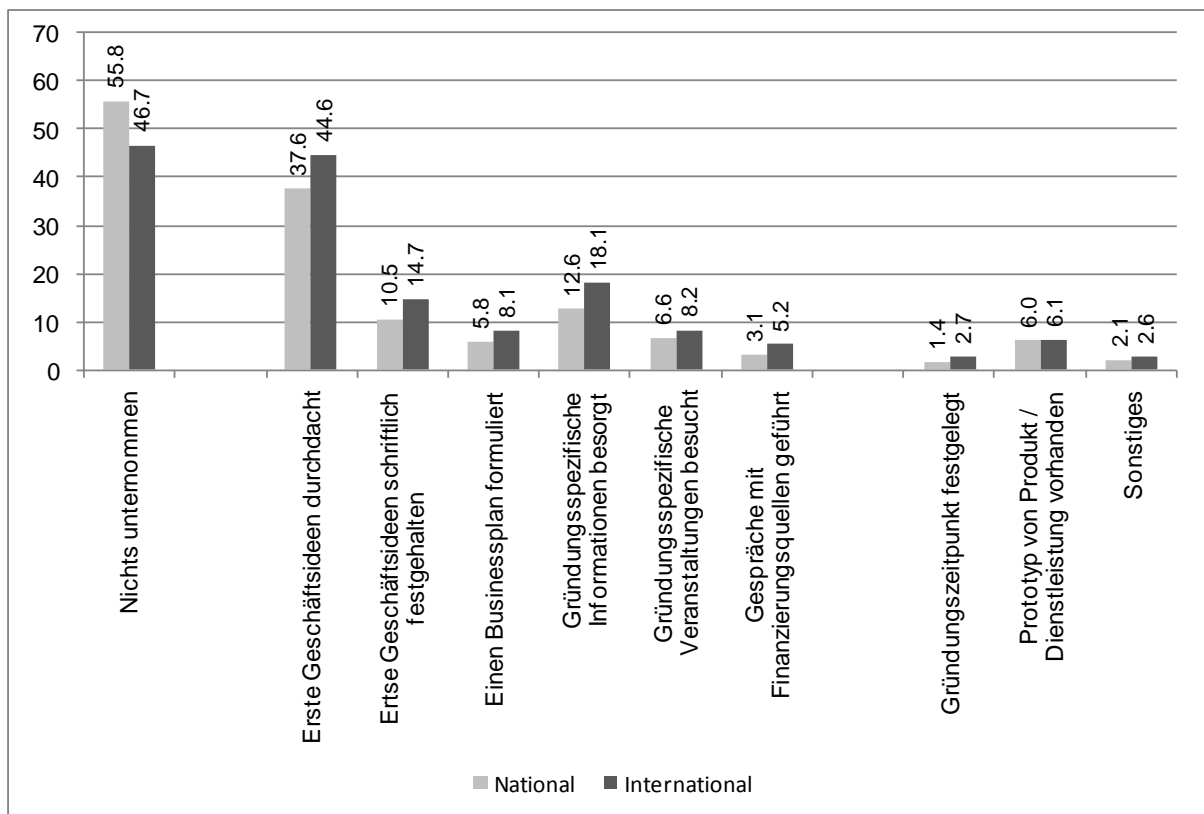


Abbildung 8: Gründungsaktivitäten im Vergleich CH und international (in %)

Wie zuvor festgestellt, sind die unternehmerischen Absichten und Tätigkeiten international stärker ausgeprägt als auf schweizerischer Ebene. Diesbezüglich geben international 46,7% der Studierenden an, noch nichts unternommen zu haben. Dies entspricht einer Differenz von 9,1 Prozentpunkten zu ihren Kollegen an Schweizer Hochschulen. Zudem sind Gründungsaktivitäten auf internationaler Ebene generell höher als in der Schweiz. Jede Frage, die in Zusammenhang mit Gründungsaktivitäten und -absichten steht, erreicht daher international einen höheren Wert als im gesamtschweizerischen Vergleich. Bemerkenswert ist fernerhin, dass die konkreten Schritte der Unternehmensgründung 'Gespräche mit Finanzierungsquellen' (International 5,2%; Schweiz 3,1%) und 'Gründungszeitpunkt festgelegt'

(International 2,7%; Schweiz 1,4%) international signifikant höher liegen als auf nationaler Ebene.

Um weitere Erkenntnisse zu gewinnen, werden die Antworten auf die Fragen der Gründungsschritte aggregiert, um sie mit den erhaltenen Daten zu vergleichen. Diese Vorgehensweise erlaubt später, einen Vergleich zwischen beabsichtigtem und gelebtem Unternehmertum zu ziehen. Die Studierenden werden dazu in passive³, mittelaktive⁴ und aktive⁵ Individuen eingeteilt, wobei die Werte auf 100% gewichtet wurden.

Diese Klassifizierung der Studierenden lässt auf das gelebte Unternehmertum schliessen und gibt Auskunft darüber, wie sich das studentische Engagement bezüglich Unternehmensgründungen international, an den verschiedenen Studiengängen, regional, universitär und gesamtschweizerisch unterscheidet.

Zunächst kann festgestellt werden, dass Studierende aus der Schweiz sich passiver zeigen als ihre ausländischen Kollegen. Dies zeigt sich insofern deutlich, als international lediglich 44,6% mit passiv zu bezeichnen, während derselbe Wert in der Schweiz 54,0% erreicht. Auch sind die helvetischen Studenten/-innen weniger aktiv, so sind es in der Schweiz 1,9% und im Ausland 2,9%.

Auffällig ist wiederum, dass die wirtschaftsnahen Fächer gesamtschweizerisch betrachtet überdurchschnittlich aktiv sind (2,7%) und mit 51,7% über einen relativ hohen Anteil an mittelaktiven Studierenden verfügen. Der Aktivitätsgrad ist bei den Sozialwissenschaftlern (1,6%) interessanterweise deutlich höher als in den Naturwissenschaften (0,9%).

Dies widerspiegeln die Resultate der Eidgenössischen Technischen Hochschulen. 63,9% der Studenten/-innen verhalten sich gründungspassiv und nur 0,9% gelten als aktiv. Die Resultate für die Universitäten und Fachhochschulen bewegen sich allerdings auf demselben Niveau (2,1%).

³ Umschliesst: Nichts unternommen.

⁴ Umschliesst: Erste Geschäftsideen durchdacht, Erste Geschäftsideen schriftlich festgehalten, Gründungsspezifische Informationen besorgt, Gründungsspezifische Veranstaltungen besucht sowie/oder Sonstiges.

⁵ Umschliesst: Einen Businessplan formuliert, Gespräche mit Finanzierungsquellen geführt, Gründungszeitpunkt festgelegt sowie/oder Prototyp von Produkt/Dienstleistung vorhanden.

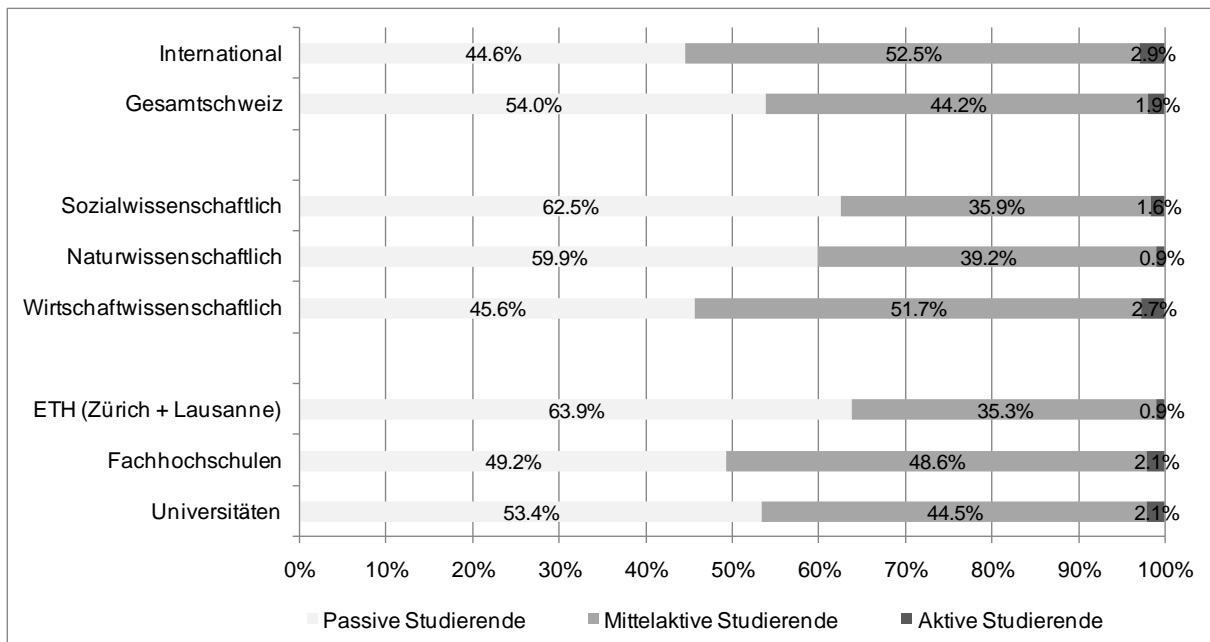


Abbildung 9: Gründungsaktivitäten aggregiert nach Gründungsschritten (in %)

Die Ergebnisse werfen natürlich die Frage auf, weswegen nicht mehr Unternehmen von Studierenden gegründet werden. Personen, die bereits mit der Realisation der Unternehmensgründung begonnen haben, weisen bei konkreten Unternehmensgründungsschritten signifikant höhere Werte auf als andere (Tabelle 3). So haben beispielsweise 50,6% der in der Realisationsphase steckenden Studierende angegeben, schon einen Businessplan formuliert zu haben.

Der Entschluss, ein Unternehmen zu gründen, hat hingegen nur 10,9% der Personen dazu veranlasst, einen Businessplan auszuarbeiten. Dies ist ein erheblicher Unterschied, der bei den weiteren konkreten Gründungsschritten ebenfalls zu beobachten ist. Nur bei der abhängigen Variable 'Erste Geschäftsideen schriftlich festgehalten' unterscheiden sich die Befragten mit konkreten Vorstellungen bezüglich Unternehmensgründung weniger.

unabhängige Variablen	abhängige Variablen (Gründungsschritte)				
Ausgangsfrage: Schon einmal daran gedacht, eine Unternehmung zu gründen?	Erste Geschäftsideen schriftlich festgehalten	Einen Businessplan formuliert	Gespräche mit Finanzierungsquellen geführt	Gründungszeitpunkt festgelegt	Prototyp von Produkt / Dienstleistung vorhanden
Ja, flüchtig	27,8	1,9	0,9	0,2	2,3
Ja, relativ konkret	60,1	10,8	6,5	1,8	11,3
Ja, habe den festen Entschluss	53,7	10,9	6,6	2,6	11,2
Ja, habe mit Realisation begonnen	65,0	50,6	31,5	31,5	53,1

Tabelle 3: Gründungsintention im Verhältnis zu Gründungsschritten (in %)

Die aufgelisteten Werte zeigen also, dass eine Diskrepanz zwischen dem bekundeten Willen und der Einleitung von konkreten Gründungsschritten besteht. Dieses Faktum ist durchaus unterschiedlich zu erklären. Inwiefern dies mit den Unkenntnissen über die Gründungsschritte und/oder dem Umfeld an den jeweiligen Hochschulen zu tun hat, wird später in diesem Bericht ausführlicher diskutiert werden.

2.4 Indexierte unternehmerische Kraft der Studierenden

Um das bisher gewonnene Bild zu stützen, wird an dieser Stelle die indexierte unternehmerische Kraft hergeleitet und entsprechend dargestellt. Sie stellt eine generalisierte Form der unternehmerischen Intentionen und Aktivitäten der Studierenden dar. Dabei fließen alle bisherigen hergeleiteten Ergebnisse in die Berechnung dieses Index ein. Die Berechnung der indexierten unternehmerischen Kraft wird im Anhang eingehender erläutert.

Wie bereits in den vorigen Unterkapiteln des Berichts angedeutet, verstärkt sich das Bild, dass die indexierte unternehmerische Kraft bei Schweizer Studierenden schwächer ausgeprägt ist. Abbildung 10 belegt, dass die unternehmerische Kraft von Studierenden in der Schweiz (3,75) unter dem internationalen Durchschnitt (3,53) liegt. Ein Blick auf die Studienrichtungen verdeutlicht die für schweizerische Verhältnisse überdurchschnittliche unternehmerische Kraft von Studierenden wirtschaftsnaher Studienrichtungen (3,65), während für die Natur- (3,45) und die Sozialwissenschaften (3,42) die Werte unter dem schweizerischen Durchschnitt liegen.

Eine Analyse nach den Hochschultypen legt eine unterdurchschnittliche unternehmerische Kraft (3,42) für die Eidgenössischen Technischen Hochschulen dar. Die Resultate für die

Universitäten entsprechen exakt dem schweizerischen Durchschnitt und die Fachhochschulen weisen mit einem Wert von 3,59 die höchste unternehmerische Kraft auf. Zwischen den einzelnen Hochschulen existieren erfahrungsgemäss erhebliche Unterschiede, so zeigt sich etwa die Westschweizer Fachhochschule äusserst unternehmerisch, gefolgt von der Universität St. Gallen und der Universität Neuenburg (vgl. dazu Anhang).

Neben dem Einfluss der Wahl der Studienrichtung und der Hochschule wollen wir nachfolgend zwei soziodemographische Faktoren betrachten, welche die unternehmerische Kraft der Studierenden beeinflussen. Die Studie zeigt einen signifikanten Einfluss der beiden Variablen Alter und Geschlecht.

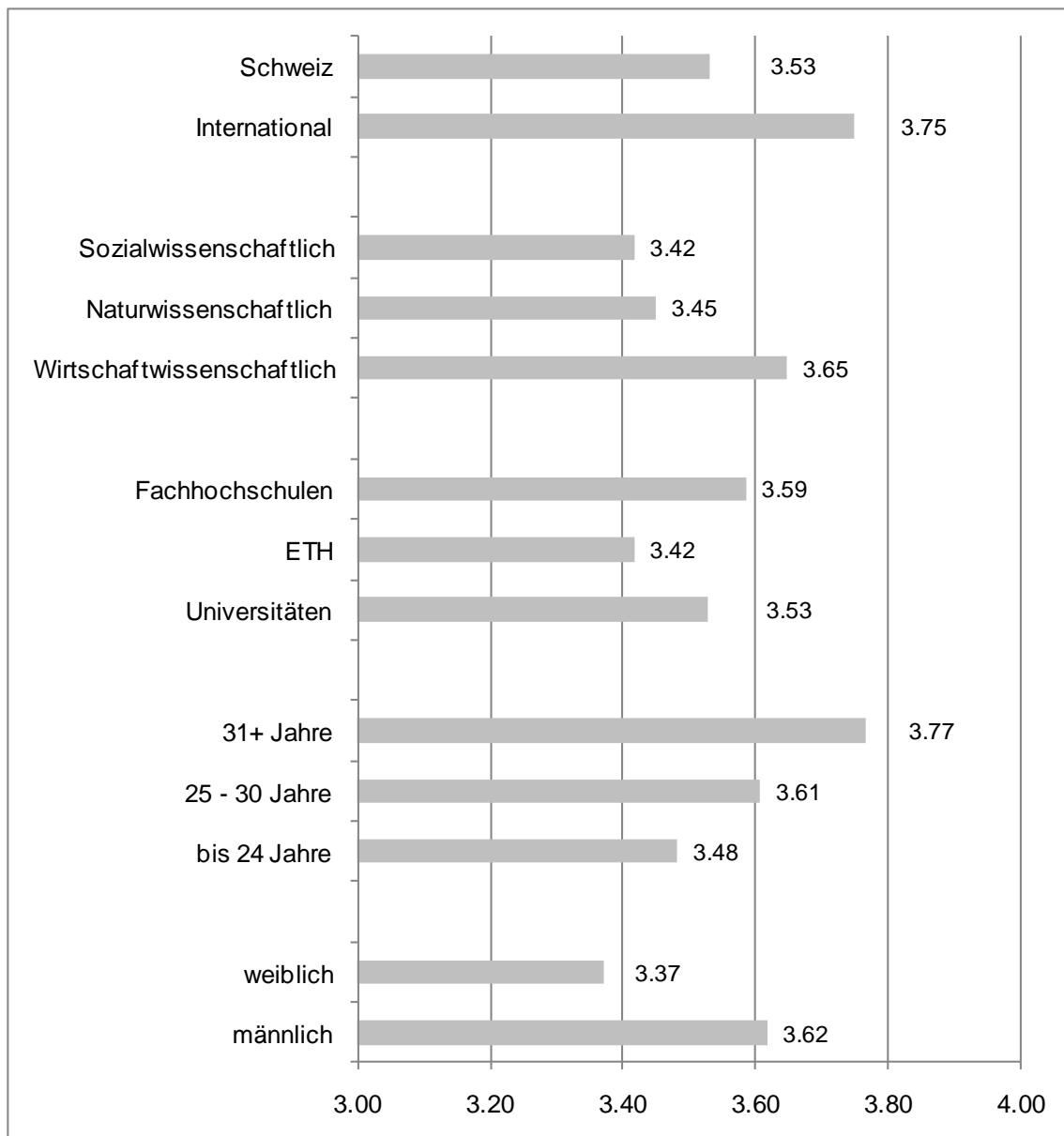


Abbildung 10: Unternehmerische Kraft⁶

⁶ minimale Punktzahl 1, maximale 10.

Je älter die Studierenden sind, umso grösser ist ihre unternehmerische Kraft. Studierende, die jünger als 24 sind, weisen eine im schweizerischen Vergleich unterdurchschnittliche unternehmerische Kraft (3,48) auf, während Studierende aus der Altersklasse 31 und mehr eine unternehmerische Kraft aufweisen, die dem internationalen Durchschnitt entspricht.

Ebenfalls signifikant divergierend ist das Resultat nach dem Geschlecht. Studentinnen haben eine deutlich tiefere unternehmerische Kraft (3,37) als ihre männlichen Kollegen (3,62). Verschiedene Effekte beeinflussen dieses Ergebnis, so ist sicherlich Wirkung der Studienrichtung nicht zu vernachlässigen.

2.5 Vollzogene Unternehmensgründungen von Studierenden

Bei den bisherigen Ausführungen war zu erkennen, dass von den 12'685 befragten Studierenden in der Schweiz 165 als Unternehmensgründer bezeichnet werden dürfen. Interessant ist in diesem Kontext die Frage, wie diese Unternehmen bezüglich Branchenzugehörigkeit und Unternehmensgrösse aussehen oder wie sich das Team jeweils zusammensetzt.

Die wichtigsten Ergebnisse können aus dem Überblick in Tabelle 4 entnommen werden. Im nationalen Durchschnitt liegt die Gründungsquote bei niedrigen 1,3 % im Vergleich zu 2,7% international.⁷ Die Unternehmen wurden im Durchschnitt vor 5,56 Jahren gegründet, wobei grosse Unterschiede zwischen den Fachhochschulregionen und den Universitäten sichtbar sind. An den Eidgenössischen Technischen Hochschulen erfolgte die Gründung im Schnitt vor 3,47 Jahren, während an den Universitäten (vor 5,37 Jahren) und an den Fachhochschulen (vor 6,56 Jahren) die Gründung weiter zurückliegt.

Was das Alter der Gründungsperson anbelangt, so ist ersichtlich, dass die ältesten Gründer im Durchschnitt an den Fachhochschulen (31,3 Jahre) zu finden sind, während an den ETHZ und der EPFL die Gründer um einiges jünger sind (24,54 Jahre). Der gesamtschweizerische Durchschnitt liegt bei 29,1 Jahren. Die Grösse der Gründungsteams und die Anzahl der Mitarbeiter differieren nur marginal, wobei im schweizerischen Durchschnitt 4,06 Mitarbeiter verzeichnet werden.

⁷ Vgl. dazu GUESSS International 2009.

	Anzahl Fälle (n=)	Gründungsquote in %	Gründung vor ... Jahren	Durchschnittsalter der Gründer	Mitarbeiterzahl (Ø-Jahr 1-5)	Grösse Gründungs-team
Universitäten	73	1,2	5,37	28,81	3,91	2,33
Eid. Technische Hochschulen	26	1,0	3,47	24,54	3,93	2,64
Fachhochschulen	64	1,6	6,56	31,30	4,27	2,53
Schweiz ⁸	163	1,3	5,56	29,10	4,06	2,47

Tabelle 4: Charaktereigenschaften der Gründungen durch Studierende

Die Gründungsquote differenziert stark nach der jeweiligen Hochschule (vgl. Anhang 6.4). Die höchsten Werte können dabei an der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Basel (3.8%), der Hochschule für angewandte Psychologie (3.7%) und der Hochschule für soziale Arbeit in Olten (3.6%), gefolgt von der Hochschule für Wirtschaft Freiburg (HEG-FR; 3,4%), der Hochschule für Angewandte Wissenschaften St. Gallen (2,5%), der Hochschule für Wirtschaft in Bern (2,5%), der Universität St. Gallen (2,3%) und der Hochschule für Wirtschaft in Luzern (2,1%).

⁸ In der Rubrik „Andere“ sind zusätzlich 2 Gründungen zu identifizieren.

3 Ziele und Innovationsgrad der Gründungsaktivitäten

3.1 Ziele der geplanten und realisierten Unternehmen

Die Studierenden wurden in diesem Abschnitt befragt, für wie wichtig sie die nachfolgenden Ziele für ihr geplantes beziehungsweise realisiertes Unternehmen erachten würden. Abbildung 11 zeigt die Mittelwerte und die Profile der verschiedenen Studienrichtungen. An erster Stelle wird die Innovation genannt, wobei vor allem Naturwissenschaftler/-innen diesem Ziel den höchsten Wert zuschreiben (Mw=4,21). Aber auch bei den Studienrichtungen der Wirtschaftswissenschaften (3,98) und Sozialwissenschaften (3,88) rangiert Innovation als oberstes Ziel.

Im Weiteren empfinden die Studierenden das 'Prestige des Unternehmens', der 'Nettogewinn über 5 Jahre' und eine Wachstumsrate als erstrebenswerte Ziele. Dabei zeigt sich, dass die Resultate beim 'Prestige des Unternehmens' kaum nach Studienrichtung differenzieren. Studierende aus wirtschaftsnahen Studiengängen gewichten Nettogewinn (Mw=3,73) und Wachstumsrate (3,72) deutlich höher als die Studierenden der Natur- (3,52 und 3,33) und Sozialwissenschaften (3,36 und 3,10).

Studierende aus wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen verfolgen mit ihrem unternehmerischen Projekt ambitioniertere Ziele. Die erhöhten Werte für den 'Nettogewinn über 5 Jahre', die Wachstumsrate, der Marktanteil und die Innovation gelten für die These als Beleg. Die Studierenden der Sozialwissenschaften weisen durchwegs die tiefsten Werte auf, ausgenommen in der Rubrik 'Dienst für die Gemeinde', wo sie mit einem Mittelwert von 3,68 führen.

Die Ergebnisse bei den Naturwissenschaften sind insofern eindeutig, als Innovation überdurchschnittlich wichtig ist, gefolgt vom Prestige des geplanten beziehungsweise realisierten Unternehmens.

Konzentriert sich die Betrachtung auf die Ziele ohne Differenzierung zwischen den Studienrichtungen, wird manifest, dass Prestige für alle mehr oder weniger gleich bedeutsam ist; dasselbe gilt auf tieferem Niveau für 'Eigentum und Reserven'. Mit unbeträchtlichen Unterschieden als weniger wichtig sind der 'Nettogewinn über ein Jahr', die Preisführerschaft, die Dividendenzahlungen und die Arbeitnehmer-Boni zu erwähnen.

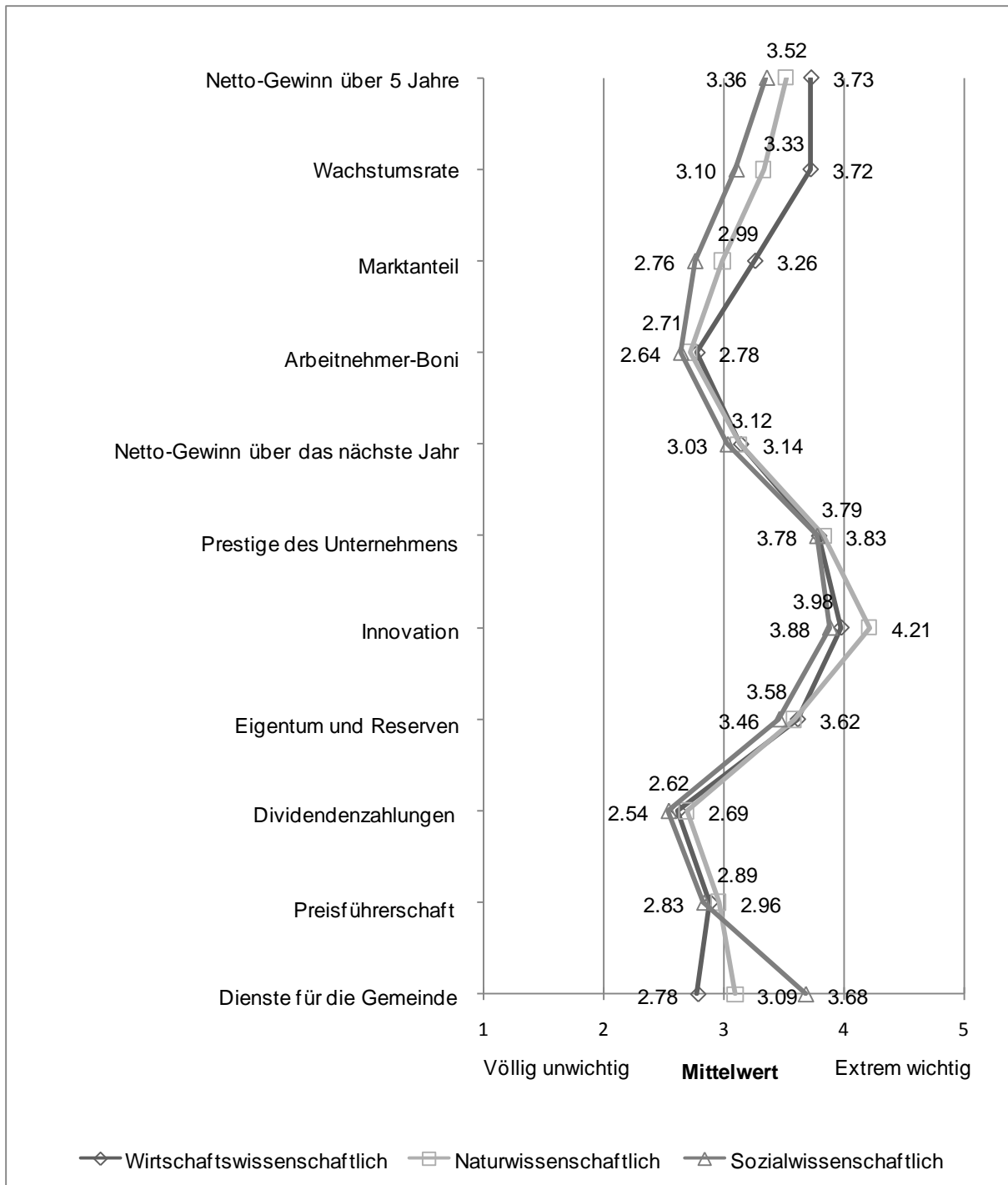


Abbildung 11: Wichtigkeit der Unternehmensziele nach Studienrichtung (Mw-Vergleich)

Die Analyse der Relevanz der Unternehmensziele nach Universitäten, Eidgenössischen Technischen Hochschulen und Fachhochschulen kann anhand Abbildung 12 illustriert werden. Die Mittelwertunterschiede sind weniger ausgeprägt, verglichen mit den Ergebnissen für die Studienrichtungen.

Der grösste Mittelwertunterschied äussert sich beim Innovationsziel. Für Studierende an Universitäten ist die Innovation im Schnitt weniger wichtig (Mw = 3,88) als für Studierende

an der ETH Zürich oder an der EPF Lausanne (4,21). Die Heterogenität der Studiengänge an den Universitäten könnte diese Abweichung erklären.

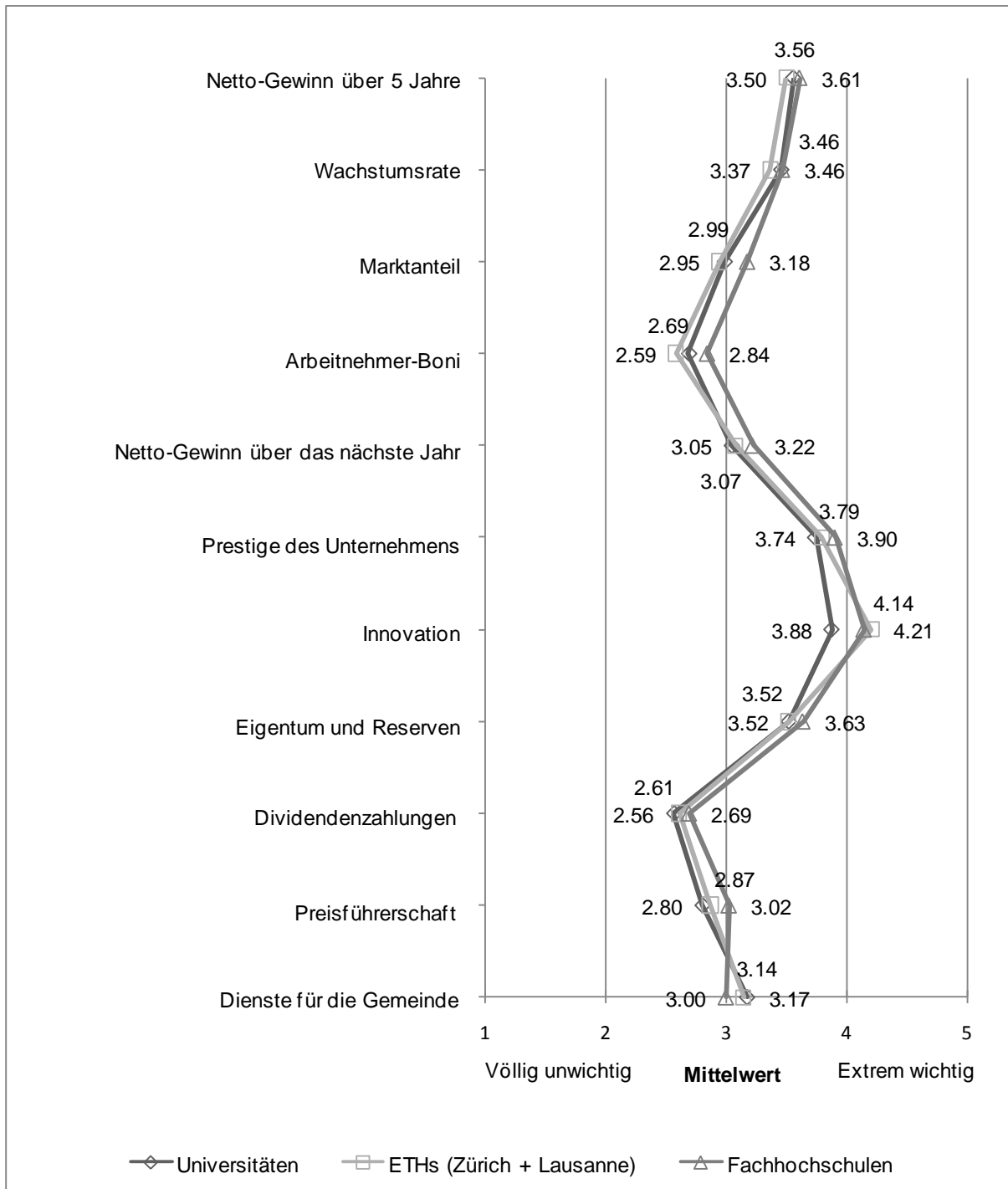


Abbildung 12: Wichtigkeit der Unternehmensziele nach Hochschultyp (Mw-Vergleich)

Abbildung 13 verdeutlichtet, dass das Geschlecht im Hinblick der unternehmerischen Ziele ebenfalls keine eindeutige Differenzierung erlaubt. Gewisse Ziele wie der 'Netto-Gewinn über 5 Jahre', die Wachstumsrate, der Marktanteil und die Innovation werden von den Studenten als wichtiger empfunden. Die Studentinnen sehen vor allem den 'Dienst an der Gemeinde' mit einem Mittelwert von 3,40 als essenzielleres Ziel an als ihre männlichen Kolle-

gen (2,98). Interessanterweise sind für Studentinnen auch der 'Netto-Gewinn über das nächste Jahr' (3,22 verglichen mit 3,05), die Dividendenzahlung (2,72 verglichen mit 2,56) und die Preisführerschaft (2,96 verglichen mit 2,86) leicht bedeutendere Ziele als für Studenten.

Die Pauschalaussage, dass sich Studenten aggressivere wirtschaftliche Ziele setzen als Studentinnen, lässt sich aufgrund der vorliegenden Ergebnisse sicherlich nicht verifizieren. Die Ziele, die sich Studierende für ihr unternehmerisches Projekt setzen, verdienen eine mehrdimensionale Auseinandersetzung.

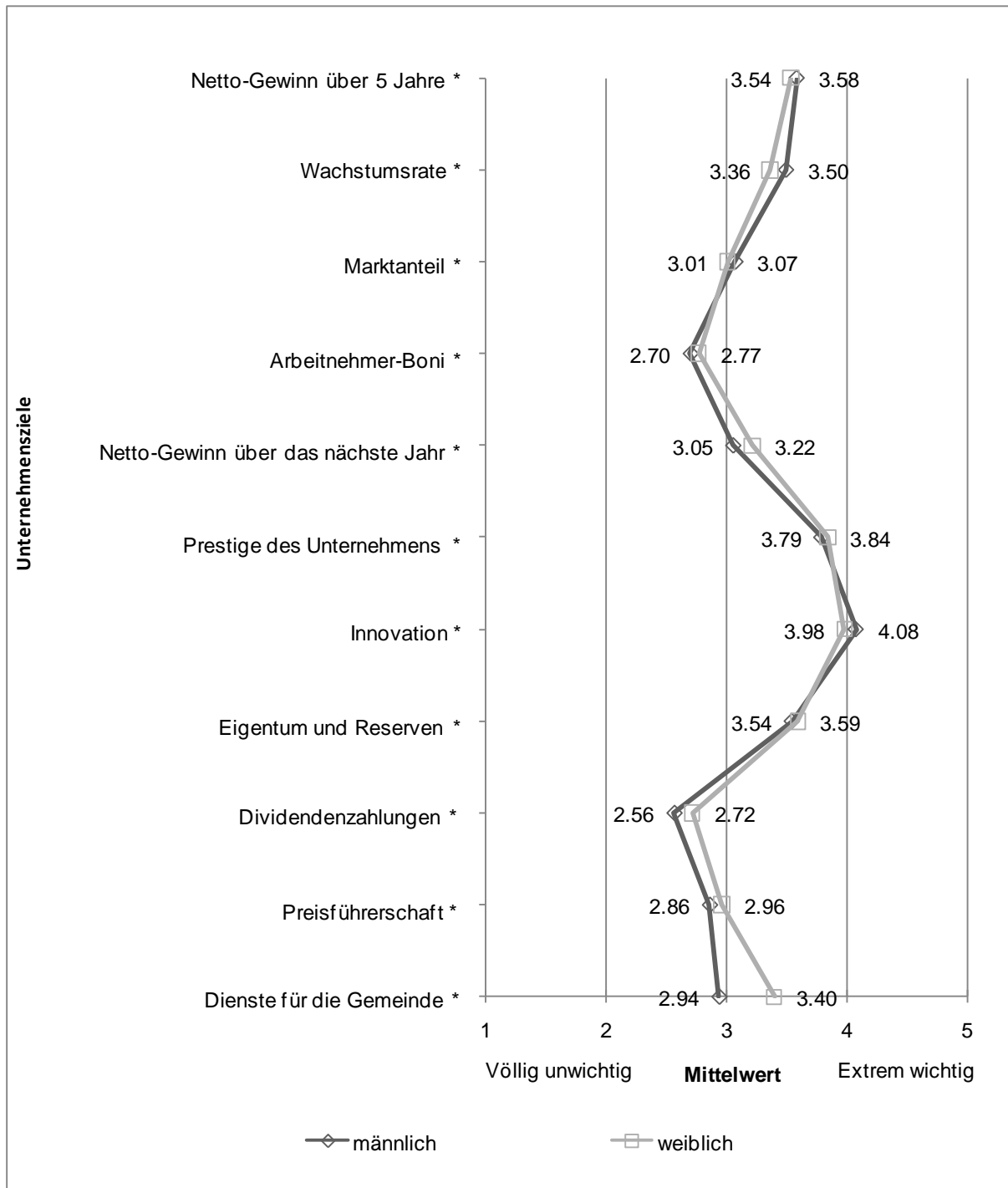


Abbildung 13: Wichtigkeit der Unternehmensziele nach Geschlecht (Mw-Vergleich)

3.2 Innovationsgrad der geplanten und realisierten Unternehmen

Wie beurteilen nun aber die potentiellen Gründerinnen und die Gründer den Innovationsgrad? Dies ist von Interesse, weil Unternehmertum und Innovation untrennbar verbunden sind. Die persönliche Einschätzung des Innovationsgrades ist u. a. stark abhängig vom Informationsstand der Befragten über die Märkte, neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und über internationale Patente. Interessanterweise übernehmen ein Drittel der Studierenden ein traditionelles Konzept, wobei dieses Vorgehen von ETHZ- und der EPFL-Studierenden weniger bevorzugt wird (26,8%). Studierende der beiden Eidgenössischen Technischen Hochschulen stufen ihre Projekte und Gründungen zu 30,4% als Weltneuheit ein. Hier wirkt die Strategie der Eidgenössischen Technischen Hochschulen, internationale Reputation aufzubauen, indem anerkannte und weltweit agierende Professoren geholt werden, die Studierende auf globale Forschungs- und Entwicklungsprojekte bringen. Nicht überraschend ist der Anteil der Fachhochschulen bezüglich der Weltneuheiten (15,2%), weil sie vermehrt lokal, regional und eventuell national orientiert sind. Im schweizerischen Durchschnitt sind dies nur 18,2% der Studierenden.

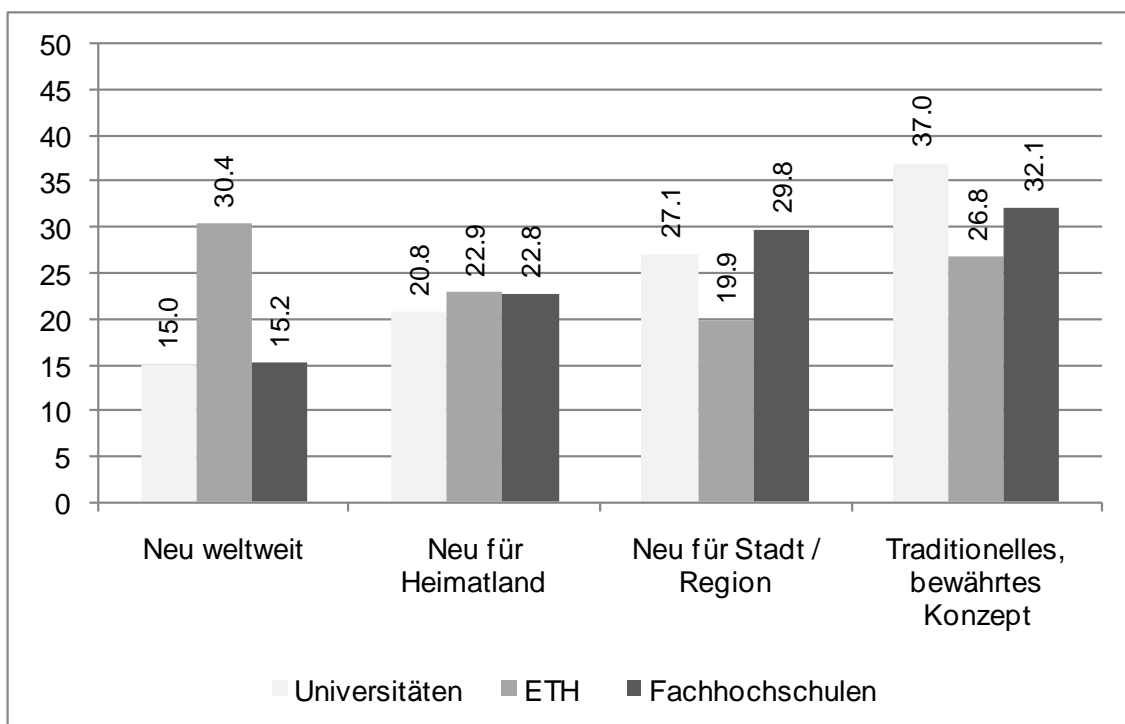


Abbildung 14: Innovationsgrad nach Hochschultyp (in %)

Der Innovationsgrad der potentiellen und bereits existierenden unternehmerischen Projekte differiert deutlich nach den Studienrichtungen. Weltweite Neuheiten streben primär Studierende der Naturwissenschaften (27,2%) an, wohingegen es ihnen nur 11,1% der angehenden Sozialwissenschaftler gleichtun. Ein Sechstel der Studierenden aus wirtschaftsnahen Studiengängen verfolgen dieses ambitionöse Ziel, obgleich sie vor allem mit Neuheiten für das Heimatland (24,8) unternehmerisch überzeugen möchten. Wiederum zeigen sich die Studierenden der Sozialwissenschaften weniger ambitioniert, denn nur 15,1% wollen etwas Neues für das Heimatland innovieren. Mehr als ein Drittel der Sozialwissenschaftler/-innen möchte in der Stadt bzw. der Region eine Innovation realisieren, oder sie beabsichtigen, ein bewährtes Konzept (39,6%) zu übernehmen.

Der regionale Fokus der Innovation ist allein für 21,2% der Studierenden aus naturwissenschaftlichen Disziplinen und für ein Viertel aus wirtschaftsnahen Studiengängen wesentlich. Naturwissenschaftler/-innen übernehmen auch weniger traditionelle Konzepte (29,4%); bei Studierenden der Wirtschaftswissenschaften (33,6%) ist dies verbreiteter.

Die Analyse nach Studienrichtung zeigt einerseits ein klares Profil für die Sozialwissenschaften, mit tieferen Ambitionen bezüglich des Innovationsgrades. Andererseits sind die Innovationsziele der Studierenden aus den Naturwissenschaften aufzulisten, von denen mehr als die Hälfte weltweite oder eidgenössische Neuheiten anstreben.

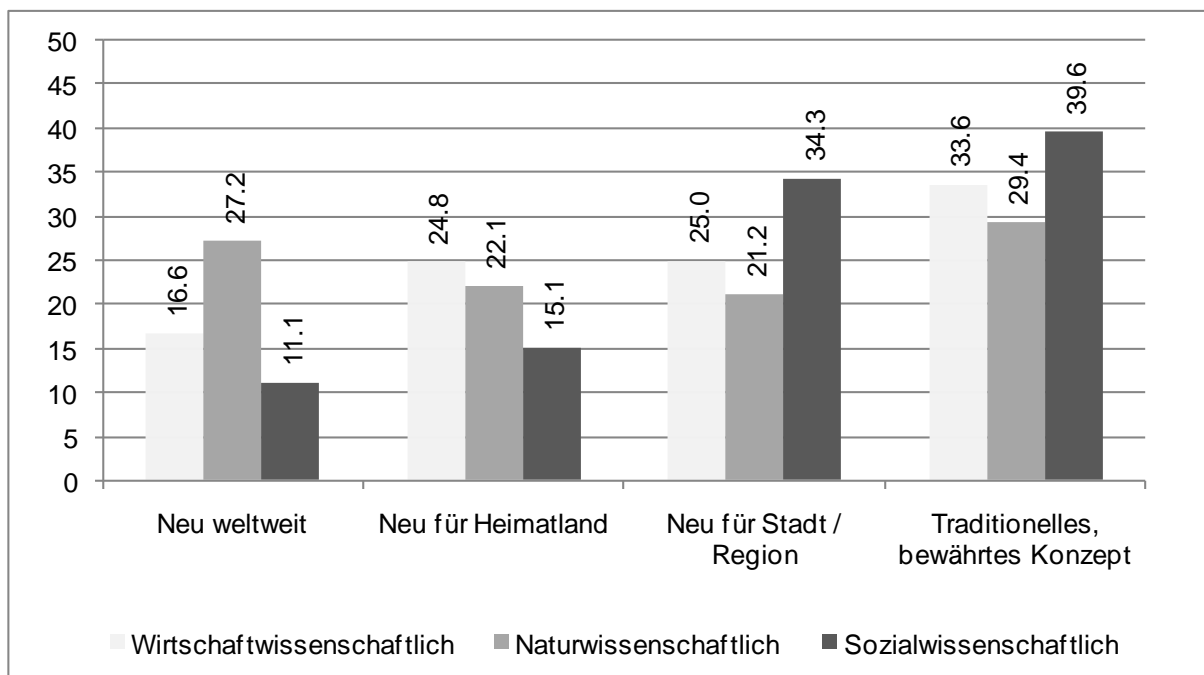


Abbildung 15: Innovationsgrad nach Studienrichtung

Bei der unternehmerischen Kraft wurde schon die Bedeutung des Geschlechts festgestellt. Dies verdeutlichen ebenfalls die Resultate für den Innovationsgrad. Studentinnen fokussieren sich vermehrt auf traditionelle, bewährte Konzepte (37,2%) beziehungsweise auf regiona-

le Neuheiten (33,9%). Neuheiten für das Heimatland erstreben 18% der Studentinnen im Vergleich zu 24% bei den männlichen Kollegen. Als weltweite Neuheit stufen 10,9% der weiblichen und 22,4% der männlichen Studierenden ihre unternehmerische Idee ein.

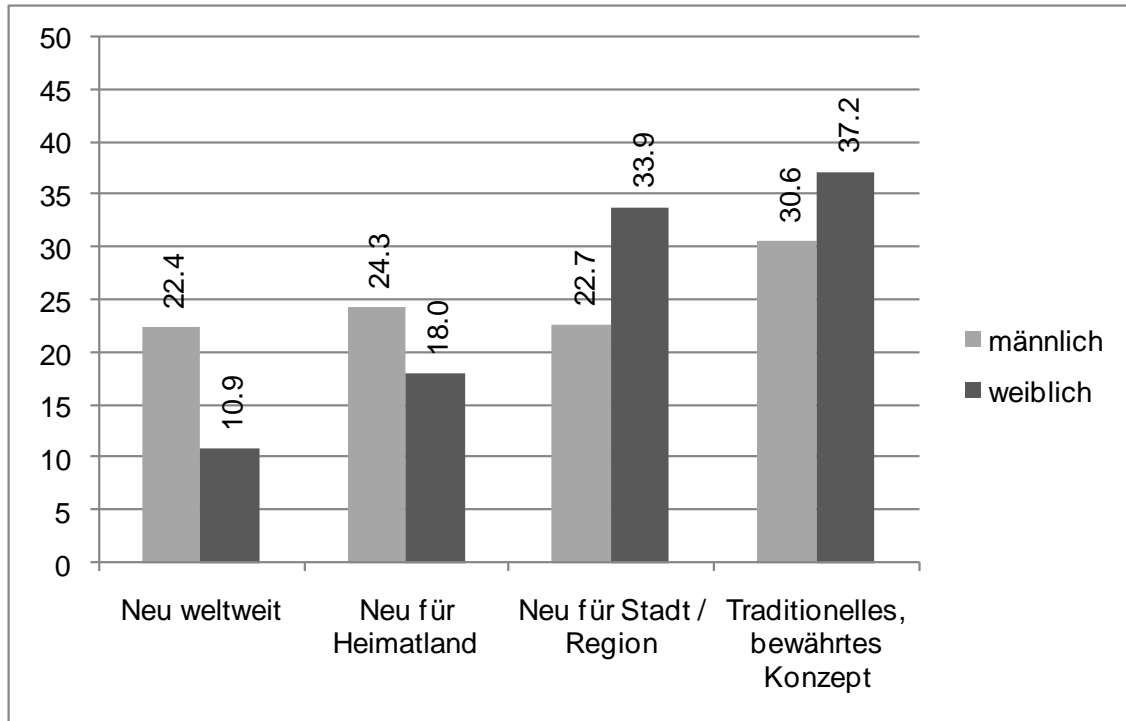


Abbildung 16: Innovationsgrad nach Geschlecht

4 Rahmenbedingungen zur Unternehmensgründung an Hochschulen

Der Global University Entrepreneurial Students' Spirit Survey stellt Unternehmertum bewusst ins Umfeld der Universitäten und Fachhochschulen. Folglich ist die Erfassung der Rahmenbedingungen an den untersuchten Institutionen wesentlich. Zum einen werden die Wünsche der Studierenden hinsichtlich Unterstützung im Bereich der Unternehmensgründung und -nachfolge untersucht. Andererseits stehen der Informationsstand und die Beurteilung der Studierenden über die Angebote an den Hochschulen im Mittelpunkt.

4.1 Wahrnehmung der Angebote

Die erste Frage zu den Rahmenbedingungen lautete, 'wie wichtig die Studierenden ein Angebot an ihrer Hochschule an Vorlesungen oder Seminare mit der Thematik Entrepreneurship und weiteren Gründungssupport' empfänden. Dabei handelt es sich um eine Einschätzung der Studierenden, was deren Wahrnehmung wiedergeben soll, nicht etwa um das effektive Angebot.

Gerade für Hochschulen sind die Wünsche der Studierenden hinsichtlich Unterstützung im Bereich Unternehmensgründung von hohem Interesse. Abbildung 17 zeigt, dass an vorderster Stelle eine 'Anlaufstelle für Gründungsfragen' (Mw=4,03) genannt wird, gefolgt vom Gründungs-Coaching (3,95) und einer 'Anschub-Finanzierung seitens der Hochschule' (3,94). Nur knapp dahinter rangieren die Inkubatoren (3,88), Gründungsplanspiele (3,78), 'regelmässige Gründungstammtische' (3,70), 'Seminare zu Business-Plan' (3,68) und 'Vorlesungen und Seminare zu Entrepreneurship' (3,67).

Die Wünsche der Studierenden divergieren je nach *Hochschultyp*, wobei die Fachhochschulen tendenziell den Angeboten eine höhere Relevanz zuerkennen; insbesondere (begleitendes) Gründungscoaching, Business-Plan-Seminare, 'Seminare und Vorlesungen zu Entrepreneurship' sowie Gründungsplanspiele.

Unterschiede in den Unterstützungswünschen sind erfahrungsgemäss je nach Studienrichtung⁹ und Studienabschnitt bemerkbar. In *wirtschaftsnahen Studienrichtungen* wird den verschiedenen Angebotsformen eine höhere Bedeutung zugeeignet. Insbesondere das Gründungscoaching, Business-Plan Seminare, 'Seminare und Vorlesungen zu Entrepreneurship' und Gründungsplanspiele werden als wesentlicher betrachtet.

⁹ Folgende Abkürzungen wurden in der Abbildung 15 und 16 verwendet: Wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge (WiWi), Naturwissenschaftliche Studiengänge (NaWi) und für Sozialwissenschaftliche Studiengänge (SoWi).

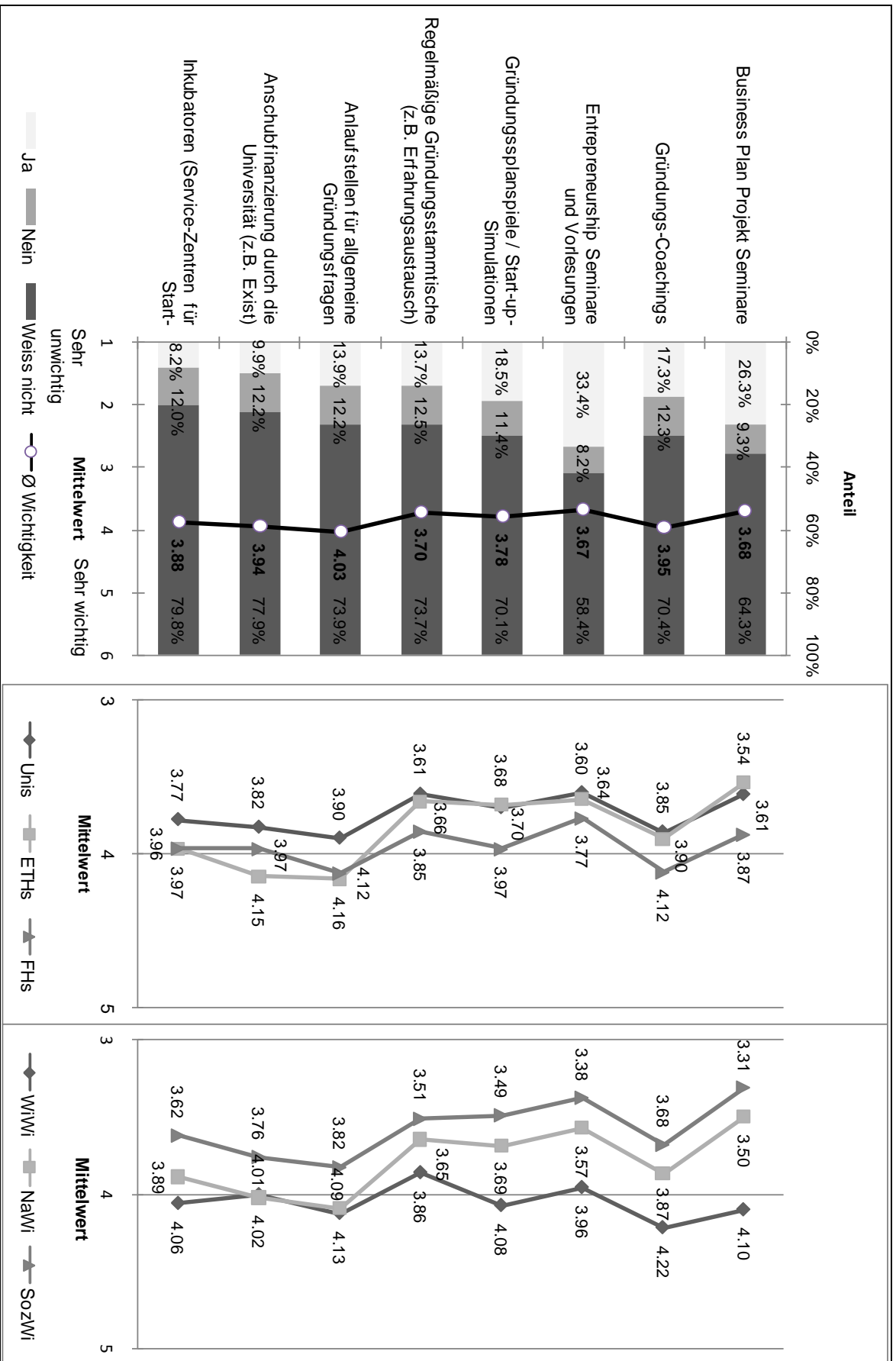


Abbildung 17: Übersicht über die Unterstützungswünsche der Studierenden

Für Studierende im Bereich der Sozialwissenschaften werden alle Unterstützungsangebote als am wenigsten bedeutsam eingestuft. Folglich taxieren sie vor allem die für die Gründungsvorbereitung und -begleitung zentralen Elemente wie den Business-Plan oder das Coaching als signifikant weniger wichtig ein. Dies dürfte auf betriebswirtschaftliche Wissensdefizite und damit einhergehende Unterschätzung der Bedeutung dieser Instrumente zurückzuführen sein.

Im Bereich der Naturwissenschaften divergieren die Resultate stärker. So sind die Anstossfinanzierung durch die Universität (Mw=4,02) und die 'Anlaufstelle für allgemeine Gründungsfragen' (4,09) auf dem Niveau der wirtschaftsnahen Studienrichtungen.

Bevor die Unterstützungswünsche der Studierenden an den Hochschulen zu beurteilen sind, ist der Informationsstand über das Angebot zu berücksichtigen. Ein Grossteil der Studierenden in der Schweiz ist nicht informiert, welche Möglichkeiten an ihrer Hochschule bestehen (Abbildung 17). Der Informationsstand bezüglich Inkubatoren (79,8%) und einer universitären Anschub-Finanzierung (77,9%) ist am tiefsten. 73,9% der Studierenden wissen nicht, ob eine 'Anlaufstelle für allgemeine Gründungsfragen' angeboten wird und 73,7% sind nicht darüber informiert, ob Gründungstammtische existieren. Kaum ausgeprägter ist der Informationsstand über Angebote an Gründungscoaching (70,4%) und Gründungsplanspiele (70,1%). Weniger schlecht sind die Studierenden hingegen über 'Seminare zu Business-Plan' (64,3%) und über 'Seminare sowie Vorlesungen zu Entrepreneurship' (58,4%) in Kenntnis gesetzt. Die adäquate Information der Studierenden über Unterstützungen scheint doch merkliches Verbesserungspotential aufzuweisen, um einerseits in Zukunft die Gründungsabsichten und andererseits die konkreten Gründungshandlungen zu fördern. Insbesondere über Unterstützungsangebote, die eventuell durch Partner der Hochschulen angeboten werden, so Inkubatoren oder 'Anlaufstellen für allgemeine Gründungsfragen'.

4.2 Nutzung und Qualität der Angebote an Hochschulen

Die Unterstützungswünsche der Studierenden werden in der Folge komplettiert, indem die Studierenden über die Existenz von Unterstützungen an ihrer Hochschule befragt und deren Nutzung und Zufriedenheit im konkreten Fall beurteilt wurden. Die Resultate verdeutlichen, dass die Studierenden das Unterstützungsangebot zur Unternehmensgründung in ihrem unmittelbaren Hochschulkontext sehr differenziert beurteilten.

Als wichtig beurteilte Elemente wie Gründungs-Coaching und 'Anlaufstellen für allgemeine Gründungsfragen' werden nur von 7,8% bzw. 7,7% der Studierenden genutzt (Abbildung 18). Am meisten genutzt werden 'Seminare und Vorlesungen zu Entrepreneurship' (24,2%), gefolgt von 'Seminaren zu Business-Plan' (20,4%), regelmässige Gründungstammtische (19,0%) und Gründungsplanspiele (16,4%).

Bei der Beurteilung über die Qualität des Angebots ist festzuhalten, dass die Studierenden, die ein Angebot genutzt haben, grundsätzlich zufrieden sind. Die Mittelwerte bewegen sich zwischen 3,97 für die 'Anschub-Finanzierung durch die Universität' bis zu 4,34 für das Gründungs-Coachings.

Die Ergebnisse zeigen aber *signifikante Unterschiede nach Hochschultyp*. Hinsichtlich der als wichtig erachteten 'Anlaufstelle für Gründungsfragen' ist die Erfüllung der Erwartungen für die Studierenden an den Eidgenössischen Technischen Hochschulen niedriger (3,92) als an den Universitäten (4,57). Der Wert für die Fachhochschulen (4,29) entspricht beinahe dem schweizerischen Durchschnitt.

Die wahrgenommene Angebotsqualität der Inkubatoren wird an den Fachhochschulen (3,71) unter dem schweizerischen Durchschnitt beurteilt. Die Eidgenössischen Technischen Hochschulen (4,30) und die Universitäten (4,44) weisen einen markant höheren Zufriedenheitswert auf. Die Werte für Studierenden an den Universitäten sind ebenfalls bei den Gründungsplanspielen (4,55) und den regelmässigen Gründungsstammtischen (4,43) am höchsten.

Die Werte für das als essenziell eingeschätzte Gründungscoaching zeigen für die Fachhochschulen (4,18) einen tieferen Wert als für die Universitäten (4,45) und die ETHs (4,47). Für die weiteren Angebote sind die Zufriedenheitsstufen nicht mehr so unterschiedlich. Endlich sind die Business-Plan-Seminare zu erwähnen, die laut Zielpublikum wiederum von den Universitäten (4,42) am besten angeboten werden.

Die Resultate verdeutlichen, dass die Studierenden an den Universitäten mit der Angebotsqualität zufriedener sind als ihre Kommilitonen-/innen von den Fachhochschulen; Gleiches gilt, wenn auch weniger deutlich, mit Blick auf die Studierenden an den beiden Eidgenössischen Technischen Hochschulen.

Die Ergebnisse über das *Unterstützungsangebot nach Studienrichtungen* verdeutlichen zwei Haupterkennnisse: Einerseits sind die Studierende sozialwissenschaftlicher Studiengänge tendenziell weniger zufrieden, andererseits sind bedeutende Differenzen bezüglich der Business-Plan-Seminare, des Gründungscoachings sowie der Inkubatoren auszumachen.

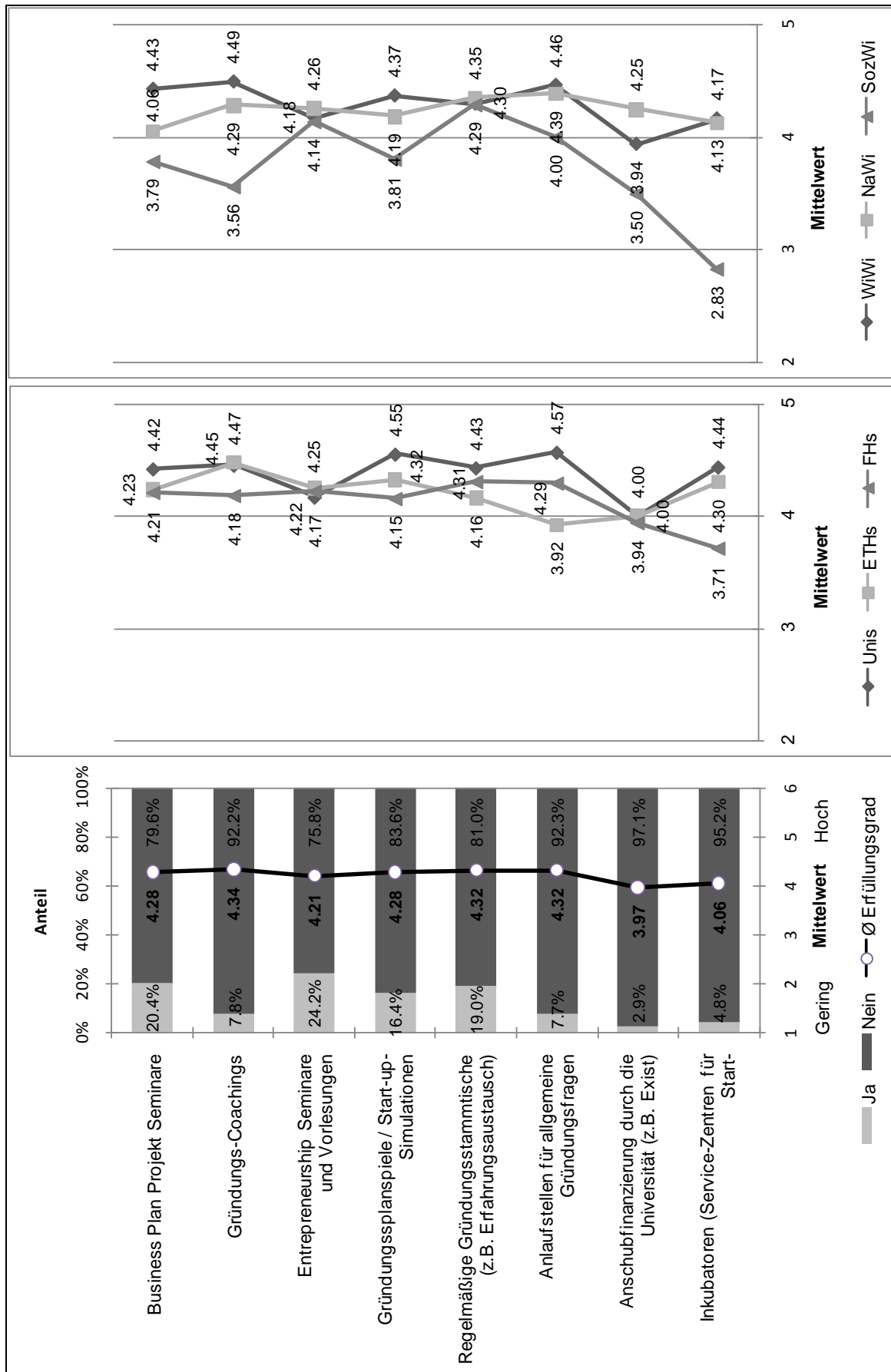


Abbildung 18: Beurteilung des Hochschulangebots

5 Fazit

Die unternehmerische Kraft von Studierenden in der Schweiz ist im internationalen Vergleich unterdurchschnittlich. Ein Zeitvergleich weist zudem nach, dass die unternehmerische Kraft in der Schweiz von 3,45 im Jahr 2006 auf 3,53 im Jahr 2008 gestiegen ist (Abbildung 19). Im internationalen Kontext ist ebenfalls eine Steigerung festzustellen, die überdies noch leicht prägnanter ausfällt.

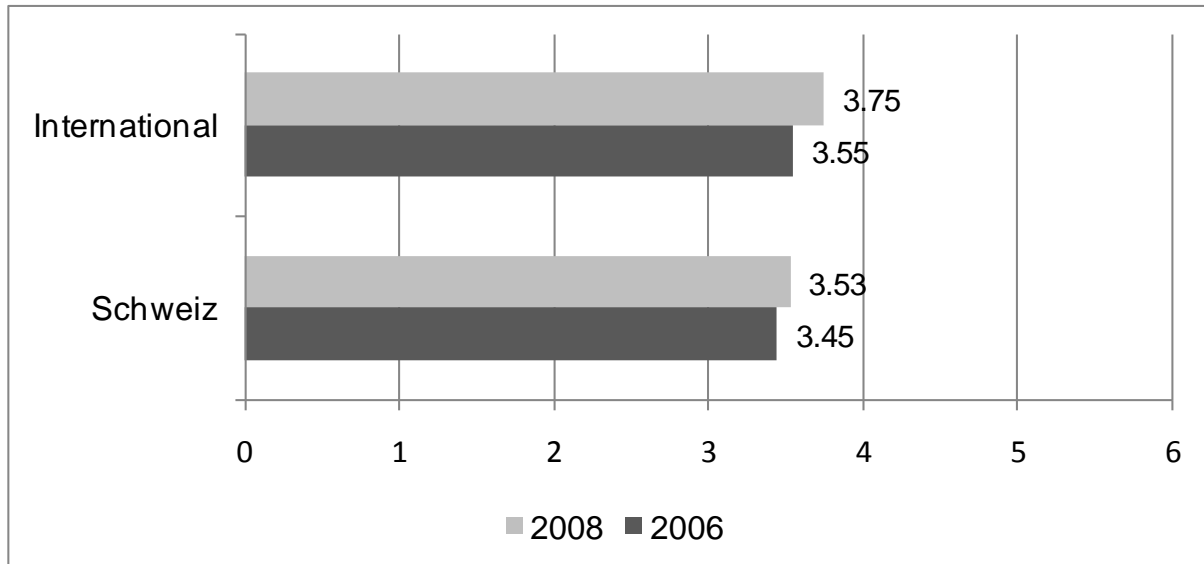


Abbildung 19: Unternehmerische Kraft im Zeitvergleich

Betrachtet man die Berufswünsche der Studierenden, so streben drei Viertel direkt nach dem Studium eine Erbwertstätigkeit in einem Angestelltenverhältnis an. Diese Quote verschiebt sich zugunsten der unabhängigen Erwerbstätigkeit nach einigen Berufsjahren. Die Analyse der Berufswünsche der Studierenden im Zeitvergleich belegt eine abnehmende Unschlüssigkeit der Studierenden über ihre berufliche Zukunft. Diese Feststellung trifft auf die Wünsche unmittelbar nach dem Studium sowie in einer prospektiven Sicht auf 5 Jahre hinaus (Abbildung 20) zu. Waren 2006 17,3% der Studierenden unschlüssig, belief sich dieser Anteil zwei Jahre später noch auf 8,8%. Dies wird zementiert durch die Abnahme von Studierenden, die nicht arbeiten bzw. sich auf die Familie konzentrieren möchten. 2008 sind es noch 2,3% der Studierenden, verglichen mit 11,2% zwei Jahre zuvor.

Die berufliche Klarheit scheint vor allem dem öffentlichen Dienst (10,3%), den Grossunternehmen (15,9%) und den Mittelunternehmen (11,0%) sowie der eigenen Unternehmensgründung (15,1%) zugutezukommen.

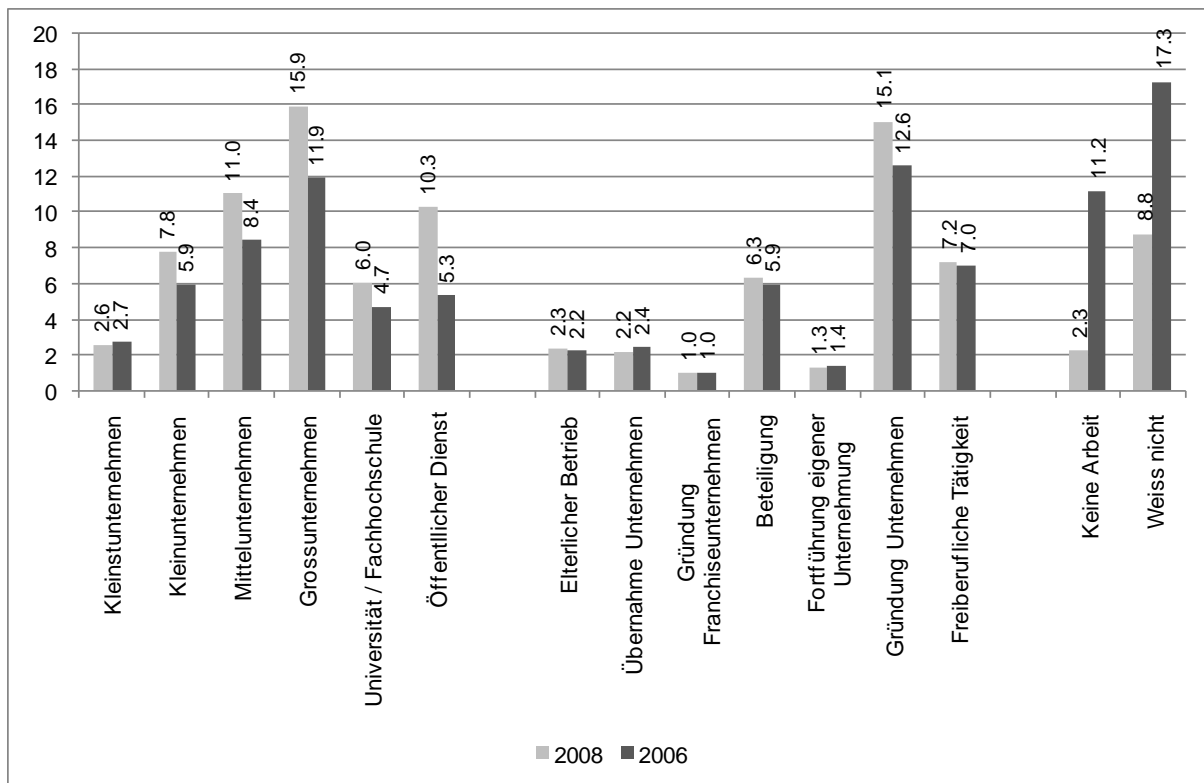


Abbildung 20: Berufswünsche der Studierenden 5 Jahre nach dem Studium (2006/2008)

Die Analyse der Gründungsaktivitäten, ersichtlich aus der Abbildung 21, zeigt eine leicht geringere Aktivität der Studierenden verglichen mit 2006. Immer noch mehr als die Hälfte, d.h. 55,8%, haben nichts unternommen, um das unternehmerische Projekt vorwärtszubringen, verglichen mit 51,1% zwei Jahre vorher. Nur mehr 37,6% der Studierenden haben erste Geschäftsideen durchdacht, verglichen mit 43,5% im Jahr 2006. Bei den Gründungsaktivitäten fällt auf, dass die Studierenden konkretere Gründungsschritte vermehrt durchführen, sei es der Besuch von gründungsspezifischen Veranstaltungen (6,6% verglichen mit 5,9%), Gesprächen mit Finanzierungsquellen (3,1% versus 2,4%) oder dass bereits ein Prototyp entwickelt wurde (6,0% versus 5,7%).

Von den Studierenden dürfen zum heutigen Zeitpunkt 1,9 % als Unternehmensgründer/-innen bezeichnet werden, 2006 traf diese Bezeichnung noch auf 2,4% der Studierenden zu. Gestiegen ist aber im Vergleich zu 2006 der Anteil von potentiellen Unternehmer/-innen. 2006 verfügten rund drei Viertel über entsprechendes Potential, 2008 sind rund 83,0% als potentielle Gründer/-innen zu kategorisieren.

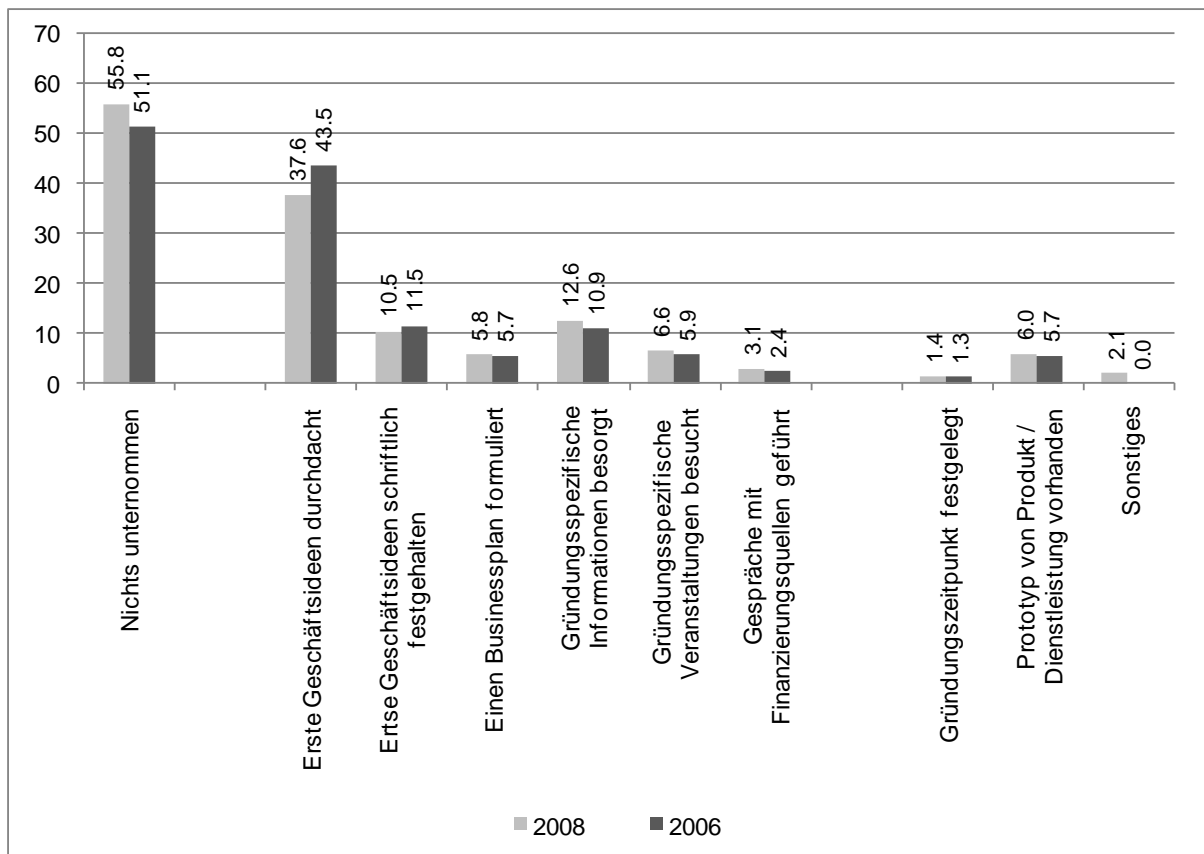


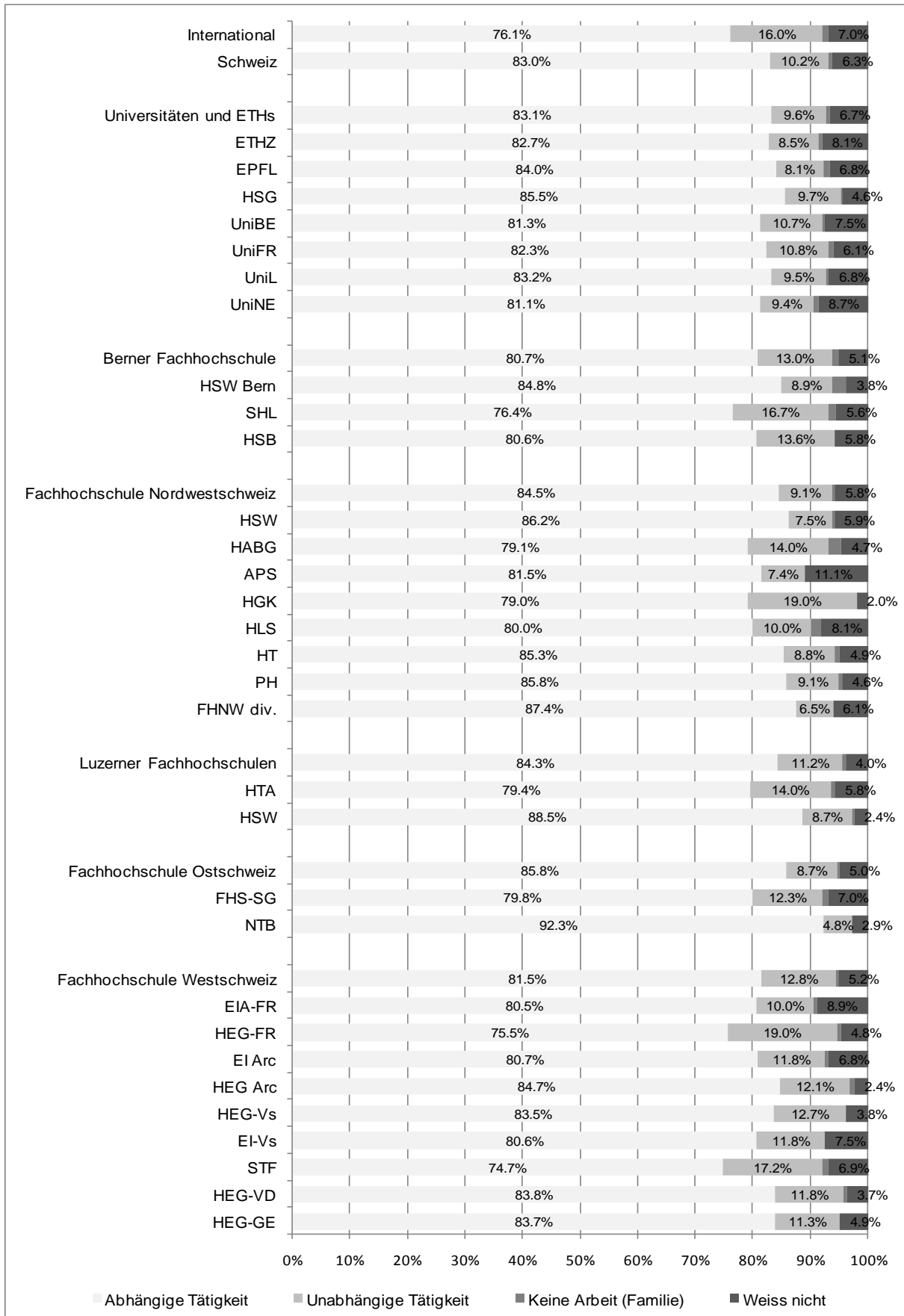
Abbildung 21: Gründungsschritte im Zeitvergleich

Der Anteil der potentiellen Gründer/-innen ist gestiegen, ein Grossteil hat allerdings noch nichts im Sinne einer Vorbereitung unternommen. Es scheint also ein Potential vorhanden zu sein, das vermehrt gefördert bzw. genutzt werden sollte, umso mehr, als der Anteil der Gründer/-innen gefallen ist. Ein verstärkter Informationsfluss von in der Unternehmensgründung wichtigen Akteuren scheint sowohl für die Studierenden als auch für die einzelnen Hochschulen wesentlich. Ein intensiverer Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis ist sicherlich eine Konklusion der Studie, damit die Studierenden zu kreativen Machern werden, immer im Bewusstsein, dass während des Studiums Unternehmen mit hohem Umsatz und vielen Arbeitsplätzen nur vereinzelt entstehen. Gewisse Projekte, beispielsweise an den Eidgenössischen Technischen Hochschulen, haben sicherlich das Potential, wie die ehrgeizigen Innovationsziele zeigen.

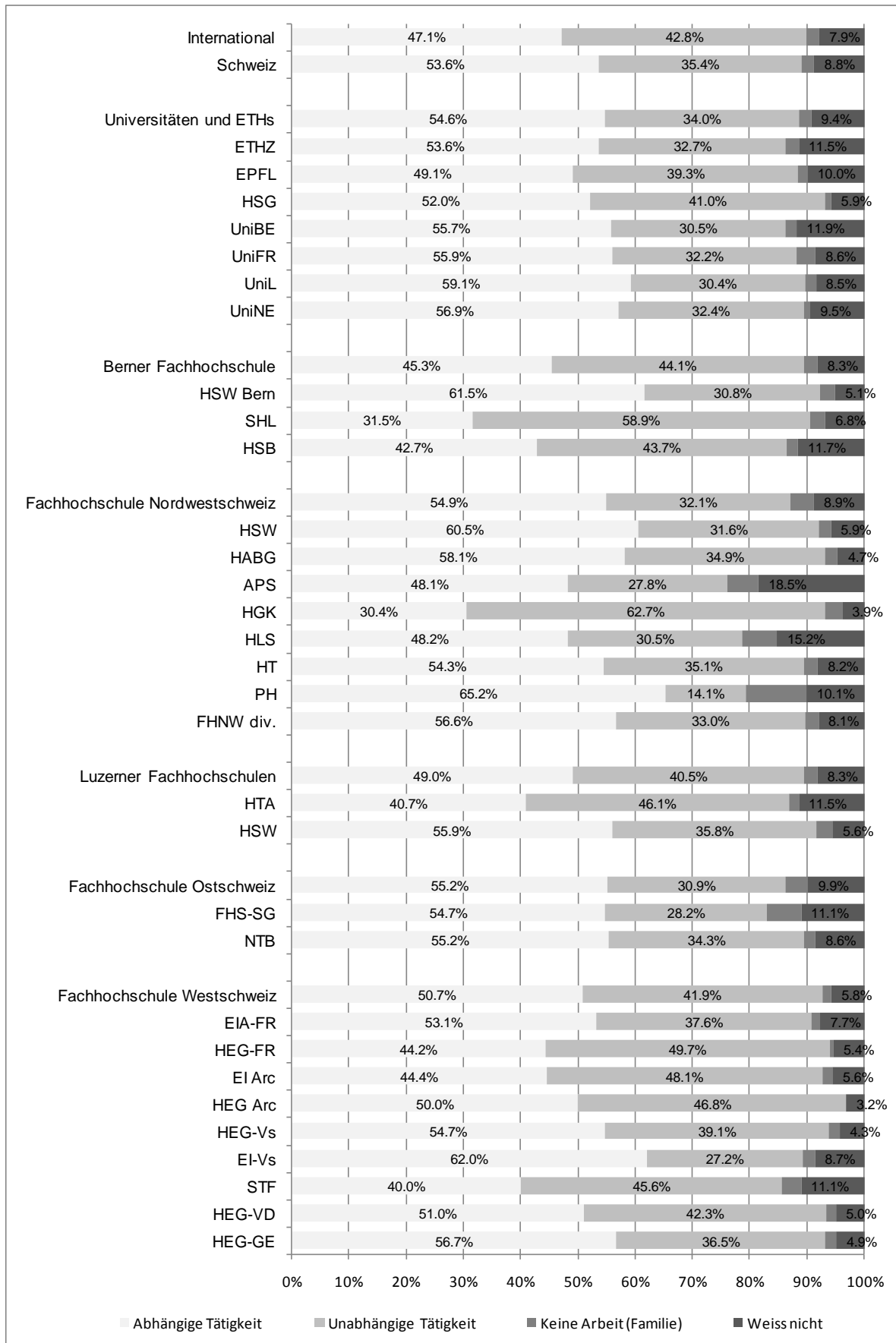
Aber nicht nur High-Tech-Projekte dürfen im Fokus sein, sondern Projekte, die interdisziplinär an den jeweiligen Hochschulstandorten angelegt sind und die Zusammenarbeit zwischen den Disziplinen fördern. Dies impliziert nicht nur unternehmerische Studierende sondern ebenso unternehmerische Professoren mit einem gut ausgebauten wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Netzwerk.

6 Anhang

6.1 Berufliche Zukunftsvorstellung direkt nach Studium nach Hochschulen



6.2 Berufliche Zukunftsvorstellung 5 Jahre nach Studium nach Hochschulen



6.3 Indexkonstruktion zur Messung der unternehmerischen Kraft von Studierenden

Im Zentrum der Indexkonstruktion stehen zwei Fragen aus dem verwendeten Fragebogen. Zuerst wurde die Frage gestellt, ob die Studierenden bereits einmal an eine selbständige unternehmerische Existenz gedacht haben. Die Antworten auf diese Fragen wurden gemäss nachfolgender Tabelle gewichtet, wobei nur eine Einfach-Antwort möglich war:

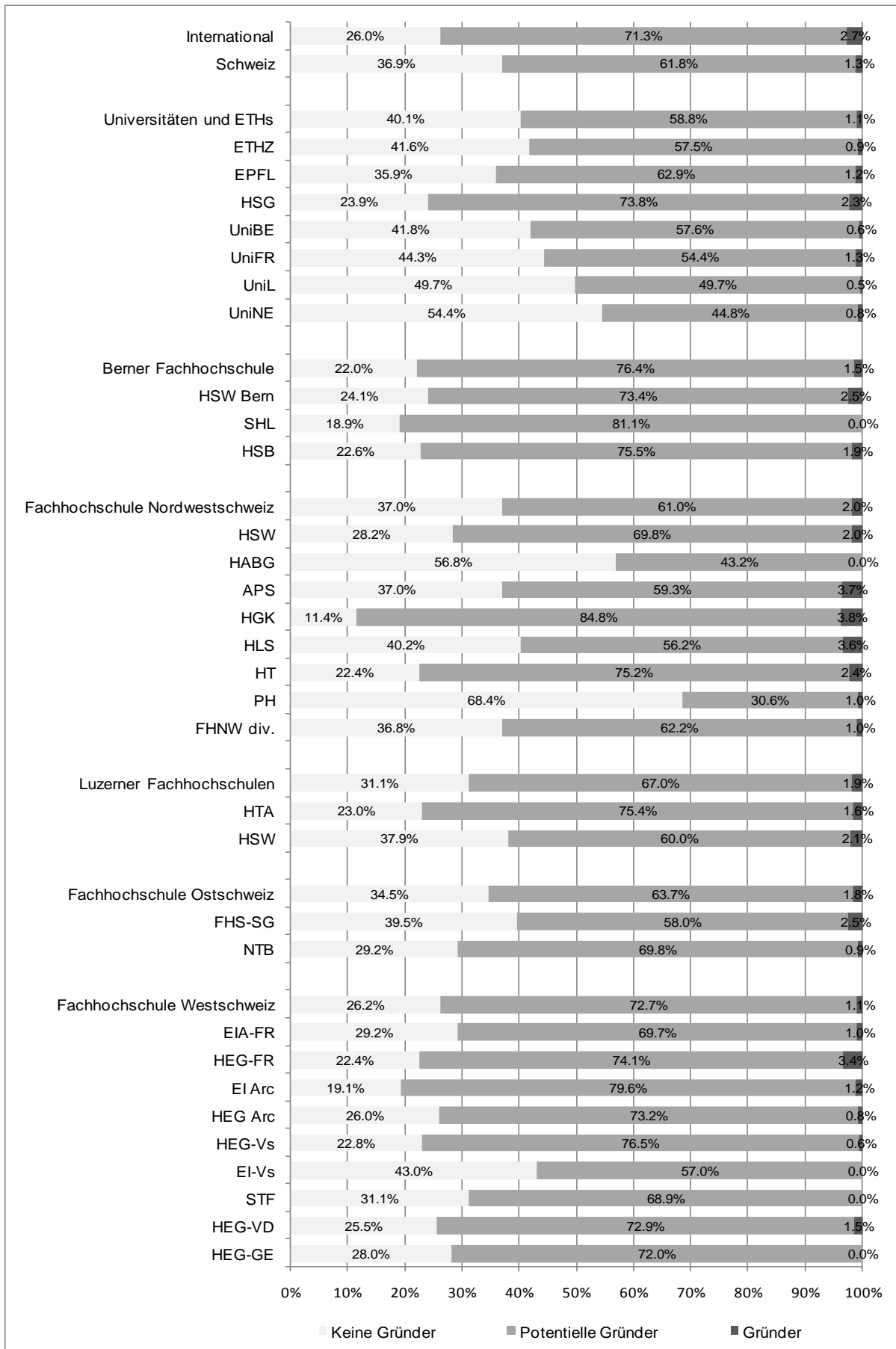
Antwortmöglichkeit	Pkt.	Gründertyp
Nein, noch nie	1	Kein Gründer
Ja, flüchtig	3	Potentieller Gründer
Ja, relativ konkret	3	Potentieller Gründer
Ja, bin aber davon wieder abgekommen	3	Potentieller Gründer
Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen	5	Fortgeschrittener potentieller Gründer
Ja, habe schon mit der Realisation begonnen	5	Fortgeschrittener potentieller Gründer
Ja, bin schon selbständig.	10	Gründer
Ja, war selbständig, bin es aber nicht mehr.	10	Gründer

In einem zweiten Schritt wurden die potentiellen Gründer danach befragt, welche konkreten Aktivitäten sie bereits unternommen haben, die auf eine Unternehmensgründung hinführen. Hierbei wurden die dargelegten Überlegungen in verbindlichere und weniger verbindliche Aktivitäten klassifiziert, wobei Mehrfachantworten möglich waren. Die Bewertung der Antwortmöglichkeit kann nachstehender Tabelle entnommen werden:

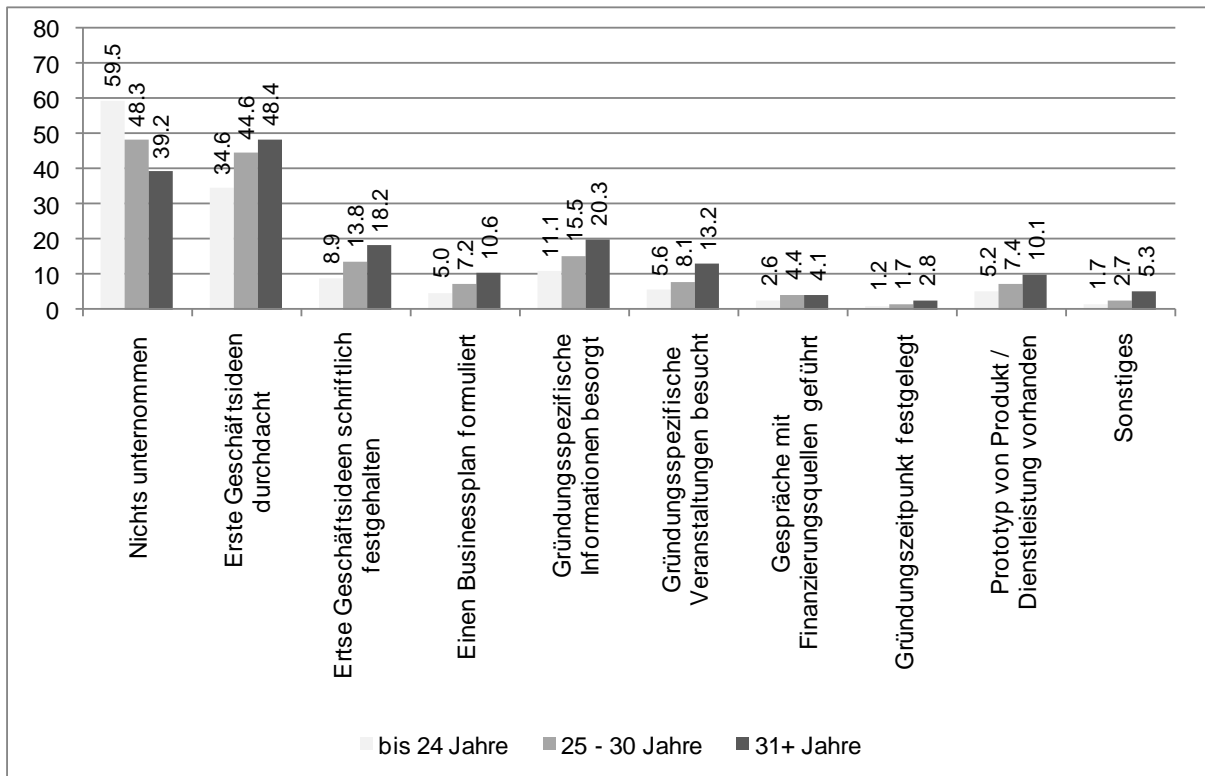
Antwortmöglichkeit	Pkt.	Konkretisierungsgrad der Aktivität
Nichts unternommen	0	Nicht vorhanden
Erste Geschäftsideen durchgedacht	0.25	Leicht erhöht
Erste Geschäftsideen schriftlich festgehalten	0.25	Leicht erhöht
Gründungspezifische Informationen besorgt	0.25	Leicht erhöht
Gründungsspezifische Veranstaltungen besucht	0.25	Leicht erhöht
Einen Businessplan formuliert	0.75	Relativ hoch
Gründungszeitpunkt festgelegt	0.75	Relativ hoch
Gespräche mit Finanzierungsquellen geführt	0.75	Relativ hoch
Prototyp von Produkt / Dienstleistung vorhanden	0.75	Relativ hoch

Die minimale Punktezahl, die ein Student erreichen konnte, ist 1 (Nicht-Gründer, der sich noch nie Gedanken darüber gemacht hat), die maximal erreichbare Punktezahl ist 10 (Student, der bereits ein Unternehmen gegründet hat). Basierend auf der Mittelwertbildung für die verschiedenen Fachhochschulen und Universitäten oder Nationen wurde im Anschluss der Index berechnet, wobei der maximal erreichbare Index 100 ist.

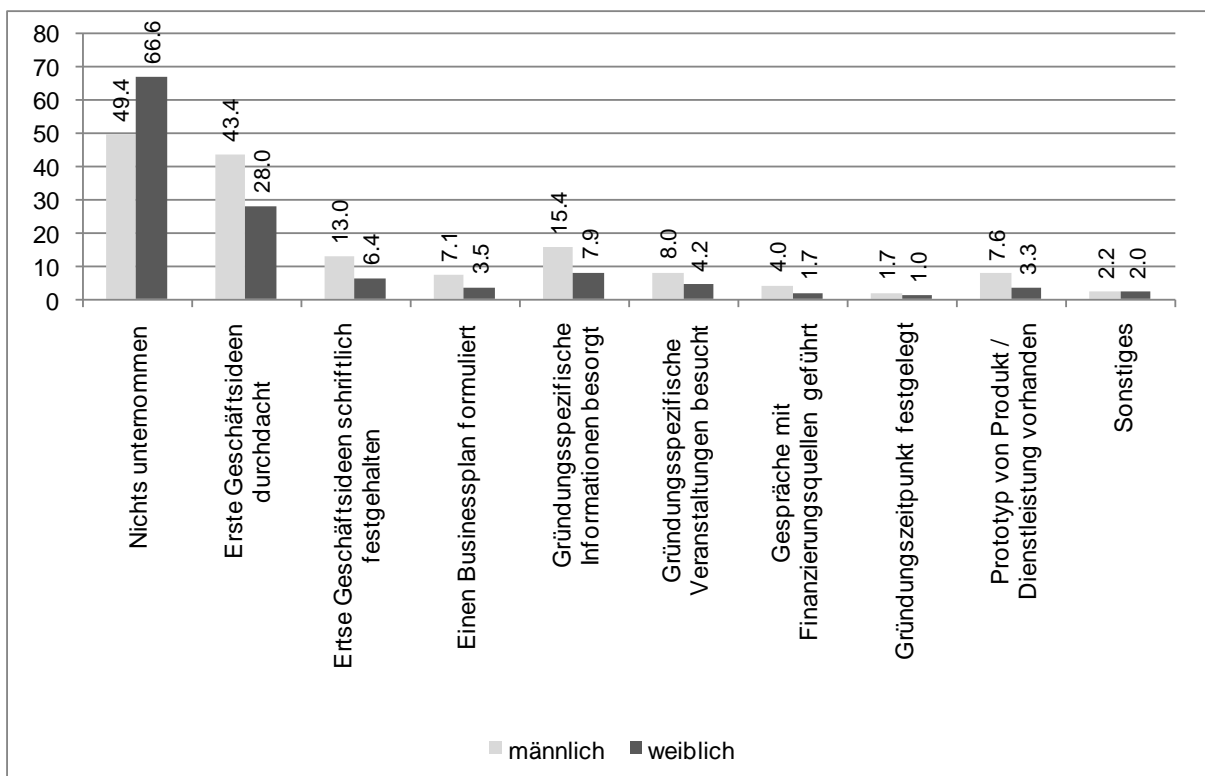
6.4 Potentielle Gründer und Gründer nach einzelnen Hochschulen



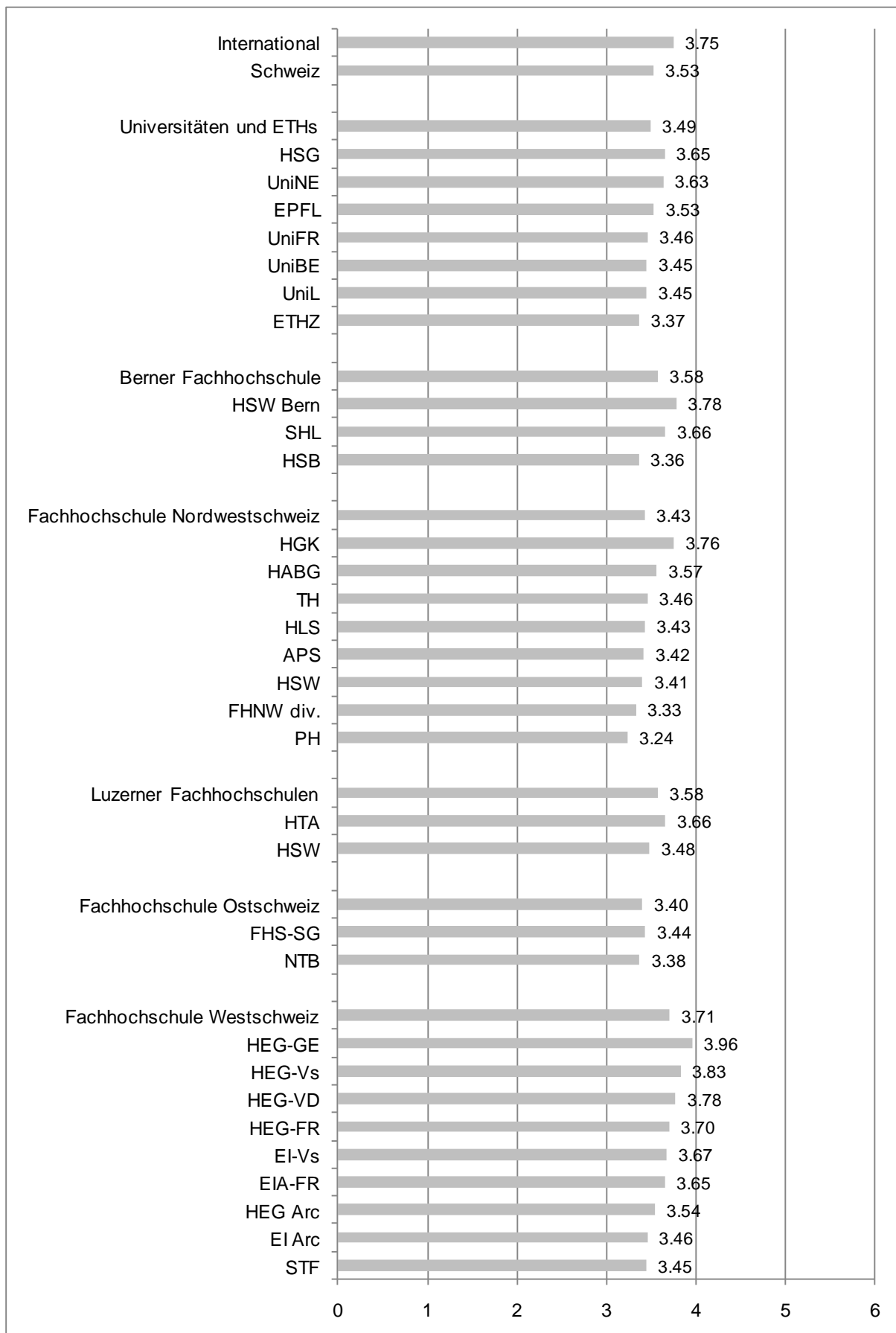
6.5 Gründungsaktivitäten nach Alter



6.6 Gründungsaktivitäten nach Geschlecht



6.7 Unternehmerische Kraft nach einzelnen Hochschulen



Auf internationaler Ebene wurde das Projekt von folgenden Institutionen unterstützt:



Information Factory GmbH
www.information-factory.com



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



Lehrstuhl für Entrepreneurship
an der European Business School (EBS)
www.ebs.de

Auf nationaler Ebene wurde das Projekt von folgender Institution unterstützt:



venturelab.ch
c/o Institut für Jungunternehmertum
Kirchlistrasse 1
CH-9000 St.Gallen
www.venturelab.ch