

STANDORT OBERÖSTERREICH +++ NÄHRBODEN FÜR GRÜNDER

Hauptantrieb bei Gründung: Der eigene Chef sein

Im Jahr 2013 lag Oberösterreich österreichweit bei den Unternehmensgründungen an vierter Stelle. Der Frauenanteil unter den Gründern Oberösterreichs liegt mit 45,1 Prozent etwas über dem Österreichschnitt. Gründer werden von universitärer Seite unterstützt.

36.947 Neugründungen hat es laut Wirtschaftskammer Österreich (WKO) im Jahr 2013 gegeben. Im Vergleich zu 2012 suchten um 1309 Menschen mehr den Weg in die Selbstständigkeit. Oberösterreich liegt mit 5172 Unternehmensgründungen (2013) österreichweit an vierter Stelle – nach Wien (8403), Niederösterreich (7778) und der Steiermark mit 5389 Unternehmensgründungen im Jahr 2013.

Ganz allgemein sei die Zahl der Gründerinnen gestiegen – der Frauenanteil lag 2013 österreichweit bei 43,5 Prozent, in Oberösterreich bei 45,1 Prozent. Bis zur angestrebten österreichweiten Frauenquote von 50 Prozent ist es noch ein Stück weit hin. Der größte Anteil der Gründerinnen in Oberösterreich ist – laut Gründungsstatistik der WKO Oberösterreich – zwischen 30 und 39 Jahre alt, gefolgt von der Gruppe der 40- bis 49-Jährigen und der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen. Am gründungsfreudigsten waren im Jahr 2013 Männer im Alter zwischen 20 und 29 Jahren.

Hauptmotiv: Chef sein

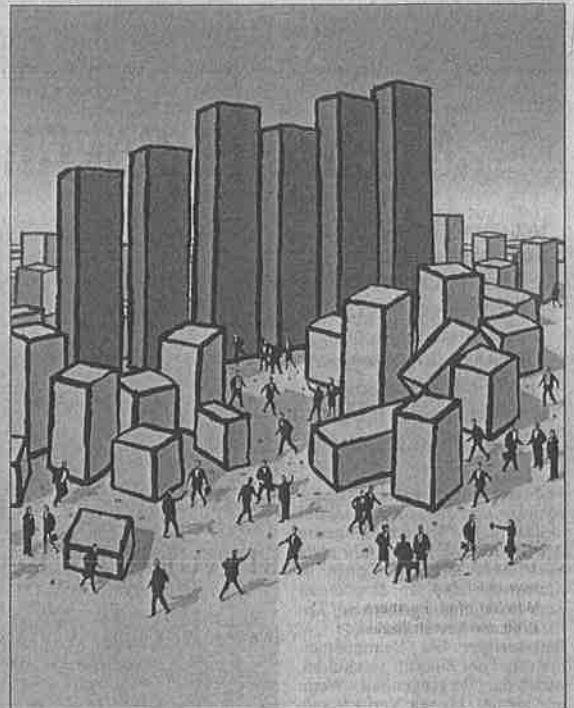
Laut der Studie „Wissen, Wirtschaft, Wachstum“ der Academia Superior – Gesellschaft für Zukunftsforschung, eines Zusammenschlusses aus Gründerservice der WKO Oberösterreich unter wissenschaftlicher Begleitung der Johannes-Kepler-Universität (Institut für Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung) überwiegen bei den Motiven für eine Unternehmensgründung die sogenannten Pullfaktoren, also jene der Chancenmotive gegenüber den Notwendigkeitsmotiven (Pushfaktoren). „Je nach Ausgangssituation“, so heißt es, „sind es entweder der Wunsch nach Selbststän-

digkeit oder die Verwertung der eigenen Idee bzw. die Erschließung einer Marktchance, die die Perspektive des Unternehmers begünstigen.“ Insbesondere der Wunsch der Gründer, „der eigene Chef zu sein“, eine herausragende Rolle.

Gründungsneigungen hoch

Die meisten Neounternehmer haben sich im Bereich der gewerblichen Dienstleistung niedergelassen, gefolgt von den Bereichen Unternehmensberatung und Informationstechnologie und dem Direktvertrieb. Diese Daten gelten für die gesamten Gründer in Oberösterreich. Wirft man einen genaueren Blick auf die Gründungsneigung der Studierenden an der Kepler-Universität Linz, so ist die-

se im Vergleich zu anderen Studierenden an Österreich Unis hoch: Hinsichtlich der Gründungsneigung und -aktivitäten liegen die Studierenden der JKU mit 5,3 Prozent deutlich über dem Österreichschnitt von 3,3 Prozent. Laut der Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESS) verschieben sich die Perspektiven der JKU-Absolventen bereits fünf Jahre nach Studienabschluss und mit dem Erwerb von Praxiserfahrung zu Gunsten der selbstständigen Tätigkeit. Der Erhebung zufolge wollen fünf Jahre nach Studienabschluss nur 51,1 Prozent der Absolventen unselbstständig beschäftigt sein, 28,2 Prozent ein Unternehmen gegründet und 4,5 Prozent eines übernommen haben. Nicht zuletzt liege das am „Entrepreneurship-Education-Angebot“ – Studien zeigen, dass man, je mehr man sich mit Fragen der Unternehmensgründung auseinandersetzt, die Entwicklung für eine Unternehmensgründung desto positiver einschätze. (haa) [Kolumne auf Seite K 8](#)



Präinkubatoren, Inkubatoren und Unternehmertum: Oberösterreich steht in Sachen Gründung österreichweit auf Platz vier. Foto: iStockphoto

Eine überschaubare Szene mit viel Aufwind

Oberösterreichs Start-up-Landschaft profitiert vom Erfolg von runtastic – zwei Beispiele

Wie ein erfolgreiches Projekt einer ganzen Region Aufwind verleihen kann, sieht man aktuell in der oberösterreichischen Start-up-Szene. „Runtastic wertet die Region sicher auf. Mit ihrem Erfolg haben sie nicht nur für Motivation, sondern auch für Vertrauen seitens der Investoren und für Reputation gesorgt“, sagt Reinhard Nowak vom Start-up LineMetrics.

Das Analysetool – „im Prinzip funktioniert es wie Google Analytics für Unternehmen“ – wurde im Frühjahr 2012 gelauncht. „Durch meinen Background in IT und Industrie habe ich gesehen, dass es für relativ simple Aufgaben noch immer sehr komplizierte Projekte gibt. LineMetrics soll das durch

Datenerfassung und Kennzahlen ändern“, sagt Nowak. Runtastic fungierte bei der Gründung als Business-Angel, der Unternehmer Johann Hunsmann beteiligte sich später ebenfalls als Investor.

Netzwerke als Chance

Nachdem bis zur Gründung ein halbes Jahr aus der eigenen Tasche investiert wurde, funktionierte der Launch gut. „Bei der Suche nach Förderungen und nach Finanzierungsmöglichkeiten war auch das akostart-Netzwerk wichtig“, sagt Nowak. Akostart ist ein hochschulübergreifendes Netzwerk für akademische Start-ups und Spin-offs. Die Träger des Vereins sind die Johannes-Kepler-

Universität Linz, die FH Oberösterreich und die Kunstuniversität Linz.

Bei LineMetrics laufen aktuell die Vorbereitungen auf das Eintreten in neue Märkte.

Auch ein anderes Start-up aus der Umgebung betont, wie hilfreich der Kontakt zu runtastic war. „Viel Kontakt besteht aber auch zur FH Hagenberg. Die Entwickler dort waren sehr wichtig für uns, und wir arbeiten mit Studierenden zusammen“, sagt Chris Derwein, einer der beiden Gründer von evtogram. Der Kontakt zu runtastic wurde ebenfalls während der gemeinsamen Studienzzeit in Hagenberg geknüpft.

Mit evtogram können Nutzer

Events finden, die zu ihrem Musikgeschmack passen. Derwein und GTO, Sandro Herrnhof orientieren sich aber gerade um: Bizzify soll Business-Event-Veranstalter beim digitalen Event-Management – und Veranstaltungsteilnehmer beim Netzwerken unterstützen. „Deswegen sind wir aktuell im Kontakt mit Xing.“ Der Start ist für Oktober geplant.

Sowohl Nowak, als auch Derwein beschreiben die oberösterreichische Start-up-Szene als gut vernetzt und aufstrebend – „allerdings noch immer überschaubar“, sagt Nowak. Viele kennen sich persönlich vom Arbeiten im Coworking-Space. (haa)

TU WIEN Career Center 10 Jahre

www.tucareer.com

10% Rabatt

auf jede Einzelschaltung im Stellenmarkt*

Kennwort: „Geburtstag“

EUR 170,00*

*Das TU Career Center feiert seinen 10. Geburtstag. Wir...

Kontakt

Der Schwerpunkt von Mundipharma liegt in der Entwicklung und Vermarktung von hochqualitativen Arzneimitteln für die Behandlung von starken Schmerzen, von onkologischen Erkrankungen und von Opioidabhängigkeit.

Zur Verstärkung unseres Marketingteams am Standort Wien suchen wir eine/n

MARKETINGMANAGER/IN – ZNS

der/die eine ausgeprägte Stärke in Kommunikation und Teamfähigkeit mitbringt.

In dieser Position sind Sie AnsprechpartnerIn für alle produktbezogene Belange und Sie haben eine bedeutende Schnittstellenfunktion zum Außendienst und allen weiteren Abteilungen.

Ihre Aufgaben:

- Strategische und operative Entwicklung der therapeutischen Bereiche Schmerz- und Substitutionsbehandlung
- Erstellung von Marketingplänen, Budget- und Umsatzplanung, Marktanalysen
- Entwicklung eines innovativen und serviceorientierten Veranstaltungskonzeptes
- Key Opinion Leader Betreuung

Ihr Profil:

- Mindestens 3 Jahre Produkt Marketing Praxis im Pharma-/Health Care Bereich.
- Idealerweise haben Sie bereits Erfahrung im ZNS-Bereich.
- Abgeschlossenes naturwissenschaftliches und/oder betriebswirtschaftliches Studium
- Unternehmerisches Denken, hohe Analysefähigkeit und Ergebnisorientierung
- Sehr gute Englisch- und EDV-Kenntnisse

Wir sind als wertorientiertes Team auf die Auszeichnung „Bester Arbeitgeber Österreich“ sehr stolz und wir bieten unseren MitarbeiterInnen ein herausforderndes Arbeitsumfeld mit sehr guten Weiterentwicklungsmöglichkeiten.

Das kollektivvertragliche Mindestgehalt für diese Position liegt bei monatlich EUR 1.591,- brutto. Unser attraktives und marktgerechtes Gehaltspaket orientiert sich jedoch deutlich über dem angegebenen Mindestgehalt.

Wenn Sie einen Schritt der Veränderung machen wollen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung per E-Mail mit Lebenslauf und Foto:

mundipharma

Mundipharma Ges.m.b.H.
Human Resources