



Gründungspotenzial und –aktivitäten von Studierenden an österreichischen Hochschulen

**Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2008
- Country Study Austria -**

Norbert Kailer & Freimuth Daxner

Linz 2010



IUG-Arbeitsbericht 4, Linz, Februar 2010

Autoren:

Univ.-Prof. Dr. rer.soc.oec. Norbert Kailer

Vorstand des Institutes für Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung (IUG)
der Johannes Kepler Universität Linz.

Mag.rer.soc.oec. Freimuth Daxner

Univ.-Ass. am IUG und Gründer/Geschäftsführer der Funtasia[®] – Kindererlebnishof GmbH

Herausgeber:

Institut für Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung (IUG)

Johannes Kepler Universität Linz

Freistädter Str. 315/I, A – 4040 Linz

Tel. ++43 732 2468 1721, Fax. ++43 732 2468 1725, www.iug.jku.at

© IUG - Norbert Kailer (2010)

Wir danken den Sponsoren der Länderstudie Österreich:



Gründer-Service der Wirtschaftskammer
Österreichs

www.gruenderservice.at



Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich

www.wifi.at



Bank Austria UniCredit Group

www.bankaustria.at

Die GUESSS Landesvertreter

Land	Universität / Institution	Landesvertreter
Schweiz (SUI)	University of St. Gallen, Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship	Prof. Dr. Urs Fueglistaller Prof. Dr. Christoph Müller Dr. Frank Halter
Deutschland (GER)	European Business School (ebs), Chair for Entrepreneurship	Prof. Dr. Heinz Klandt
Österreich (AUT)	Johannes Kepler University Linz, Institute for Entrepreneurship and Organizational Development,	Prof. Dr. Norbert Kailer
Liechtenstein (LIE)	University of Liechtenstein	Prof. Dr. Urs Baldegger
Frankreich (FRA)	EM Lyon, UPR Stratégie et Organisation	Prof. Dr. Alain Fayolle
Belgien (BEL)	Vlerick Leuven Gent Management School	Prof. Dr. Hans Crijns
Luxemburg (LUX)	Institut Universitaire International Luxembourg	Prof. Dr. Pol Wagner
Irland (IRL)	University of Limerick, Department for Management and Marketing	Dr. Naomi Birdthistle
Norwegen (NOR)	Norwegian School of Economics and Business Administration, Department of Strategy and Management	Prof. Dr. Johannessen Tor Aase
Finnland (FIN)	Lappeenranta University of Technology	Prof. Dr. Asko Miettinen
Ungarn (HUN)	University of Pecs, Faculty of Business and Economics	Prof. Dr. Laszlo Szerb
Estland (EST)	Tallinn University of Technology, School of Economics and Business Administration	Prof. Dr. Urve Venesaar
Griechenland (GRE)	University of Western Macedonia, Department of Balkan Studies	Assoc. Prof. Katerina Sarri,
Portugal (POR)	Technical University of Lisbon, Instituto Superior Tecnico	João Leitão, PhD Baptista Rui; PhD
Australien (AUS)	Murdoch University, Murdoch Business School	Prof. Dr. Brian Gibson
New Zealand (NZL)	University of Otago, Department of Marketing and Tourism	Jürgen Gnoth, PhD
Südafrika (RSA)	University of Stellenbosch	Dr. Retha Scheepers
Singapore (SIN)	National University of Singapore	Prof. Dr. Wong Poh Kam
Indonesien (IND)	Bakrie School of Management	M. Taufiq Amir
Mexiko (MEX)	Tecnologico de Monterrey, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey	Elisa Cobas Flores, PhD

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Berufliche Zukunftspläne nach dem Studium.....	4
Abbildung 2:	Berufliche Zukunftspläne Studierender	4
Abbildung 3:	Berufliche Zukunftspläne nach Abschluss des Erststudiums.....	6
Abbildung 4:	Berufswunsch nach Abschluss des Doktoratsstudiums	6
Abbildung 5:	Gründungsneigung und –aktivitäten Studierender	7
Abbildung 6:	Gründungsneigung und –aktivitäten Studierender	8
Abbildung 7:	Berufserfahrung Studierender in Jahren.....	14
Abbildung 8:	Wichtigkeit von Hochschulangeboten	19
Abbildung 9:	Tatsächliche Nutzung von Hochschul-Angeboten.....	20
Abbildung 10:	Hochschul-Angebote nach Nutzung durch die jeweilige Neigungsgruppe ..	21
Abbildung 11:	Bedeutung von Beweggründen für die Arbeits- und Karrierewahl.....	22

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Rücklauf	3
Tabelle 2:	Berufliche Zukunftspläne nach Studienabschluss.....	5
Tabelle 3:	Berufliche Zukunftspläne nach einigen Jahren Berufserfahrung.....	5
Tabelle 4:	Gründungsneigung nach Studienabschnitt	9
Tabelle 5:	Gründungsneigung nach Studiengebiet.....	10
Tabelle 6:	Gründungsneigung nach Geschlecht	10
Tabelle 7:	Gründungsneigung nach Studium und Geschlecht	11
Tabelle 8:	Gründungsneigung und Branchen	11
Tabelle 9:	Innovationsgrad nach Gründungsneigung.....	12
Tabelle 10:	Innovationsgrad nach Gründungneigung	12
Tabelle 11:	Erfahrungen in Bezug auf das (geplante) Unternehmen	13
Tabelle 12:	Bereits unternommene Gründungsschritte	14
Tabelle 13:	Studierende mit unternehmerischer Erfahrung nach Hochschule	16
Tabelle 14:	Überlebensquote nach Gründungsjahren sortiert	16
Tabelle 15:	Mitarbeiterentwicklung im Zeitverlauf	17
Tabelle 16:	Umsatzentwicklung der Studierenden mit Gründungserfahrung	17
Tabelle 17:	Bewertung von Aussagen zur persönlichen Gründungszufriedenheit aktiver UnternehmerInnen.....	18

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Das Forschungsprojekt GUESSS	2
3	Erhebungsergebnisse	3
3.1	Berufliche Zukunftspläne von Studierenden	3
3.1.1	Berufliche Zukunftspläne nach Studienabschluss	5
3.1.2	Berufliche Zukunftspläne nach einigen Jahren Berufserfahrung	5
3.1.3	Entwicklung der beruflichen Zukunftspläne im Zuge des Studiums	6
3.2	Ausmaß der Gründungsneigung und –aktivitäten von Studierenden	7
3.2.1	Entwicklung der Gründungsneigung und –aktivitäten während des Studiums ..	8
3.2.2	Gründungsneigung und –aktivitäten nach Studienrichtungen	9
3.2.3	Gründungsneigung und –aktivitäten nach Geschlecht	10
4	Gründungsinteressierte und –planerInnen sowie Studierende mit unternehmerischer Erfahrung	11
4.1	Branchen	11
4.2	Innovationsgrad	12
4.3	Berufserfahrung und Dauer	13
4.3.1	Berufserfahrung	13
4.3.2	Dauer der Berufserfahrung	14
4.4	Erfolgte Planungsschritte	14
4.5	Studierende mit unternehmerischer Erfahrung	15
4.5.1	Überlebensquoten der studentischen Unternehmen	16
4.5.2	Mitarbeiterentwicklung	16
4.5.3	Umsatzentwicklung	17
4.6	Zufriedenheit der Studierenden mit der unternehmerischen Tätigkeit	17
5	Unterstützungsangebote an Hochschulen	19
5.1.1	Bedeutung	19
5.1.2	Nutzung	20
6	Beweggründe für die Arbeits- und Karrierewahl	22
7	Resümee und Schlussfolgerungen	23
7.1	Zusammenfassung der Erhebungsergebnisse	23
7.2	Schlussfolgerungen	25
8	Literatur	27

1 Einleitung

Das Thema Unternehmensgründung und –nachfolge hat in den letzten Jahren international deutlich an Bedeutung gewonnen. So waren 2007 laut dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in Österreich 2,44% JungunternehmerInnen an der Gesamtbevölkerung zwischen 18 und 54 Jahren mit Gründungsaktivitäten befasst. Die Gründungsstatistik der Wirtschaftskammern Österreichs¹ weist für 2009 über 29.000 Personen aus, die den Weg in die Selbständigkeit eingeschlagen haben.

Dabei kommt sowohl aus wirtschafts- als auch arbeitsmarktpolitischen Gründen innovationsorientierten Unternehmensgründungen durch AkademikerInnen hohe Bedeutung zu.² Sowohl bei Studierenden als auch AbsolventInnen belegen Studien ein reges Interesse an der Karriereoption Selbständigwerden und ein beachtliches Gründungspotenzial; an der Karriereoption Selbständigwerden sind Uninteressierte deutlich in der Minderheit.³

Ein beachtlicher Prozentsatz der Studierenden erwirbt bereits während des Studiums einschlägige Praxiserfahrungen durch Mitarbeit in Familienunternehmen oder als UnternehmensinhaberIn.

Dieses unternehmerische Potenzial kann durch Hochschulen und Einrichtungen der Unterstützungsinfrastruktur weiter gesteigert und in Unternehmensgründungen und –übernahmen umgesetzt werden. Da ein erheblicher Teil der Studierenden erst nach Studienabschluss und Erwerb von mehrjähriger Praxis- und Branchenerfahrung unternehmerisch tätig wird, ist für Hochschulen auch die systematische Unterstützung ihrer Alumni ein wichtiges Anliegen – nicht zuletzt wegen der hohen Bedeutung der unternehmerisch tätigen Alumni sowohl als „role model“ und als Netzwerkpartner in der Ausbildung zukünftiger UnternehmerInnen.

Es ist sinnvoll, Maßnahmen der Entrepreneurship Education zielgruppenadäquat auszurichten, um die Effektivität und Effizienz der Unterstützungsaktionen und –programme zu erhöhen und einen hohen Umsetzungserfolg sowohl hinsichtlich Veränderungen der Einstellung zu Selbständigwerden als auch nachhaltig wirksamer Unternehmensgründungen und –übernahmen zu erzielen. Zielführend ist dabei die Erarbeitung hochschulweiter Entrepreneurship-Education-Konzepte.⁴ Hochschuleitig wurde dem bereits durch die Einrichtung internationaler Netzwerke und Arbeitskreise Rechnung getragen.⁵ Neben kontinuierlicher Evaluierung⁶ und Erfahrungsaustausch bildet eine empirisch fundierte Datenbasis eine wichtige Voraussetzung für die Konzepterarbeitung. Dazu will die vorliegende Erhebung einen Beitrag leisten.

¹ Siehe <http://wko.at/statistik/jahrbuch/ng-bundeslaender.pdf>

² Laut GEM verfügen etwa 20 % der GründerInnen und JungunternehmerInnen und 19 % der etablierten UnternehmerInnen über einen Hochschulabschluss (Apfelthaler u.a. 2008).

³ Vgl. die Ergebnisse der Vorgängerstudie ISCE 2006 (www.isce.ch); auf EU-Ebene NIRAS et al. (2008), European Commission (2008); Kailer (2007a, 2002); World Economic Forum (2009); Kailer (2002, 2005a).

⁴ Siehe dazu Kailer (2005b), Kailer/Neubauer (2008), Kailer 2009.

⁵ Als Beispiele seien die Rencontres de St. Gall, das G-Forum, das EECPC-Programm der Harvard Business School und der European Foundation for Entrepreneurship Research und das European Entrepreneurship Colloquium angeführt.

⁶ Siehe Kailer (2007b).

2 Das Forschungsprojekt GUESSS

Der „Global University Entrepreneurial Spirit Students`Survey“ (GUESSS) ist eine internationale Studie, welche von Herbst 2008 bis Frühjahr 2009 durchgeführt wurde. Sie stellt die Folgestudie des International Survey on Collegiate Entrepreneurship (ISCE) 2006 dar, in welcher die unternehmerische Aktivität und Gründungsabsicht von Studierenden erhoben und verglichen wurde.⁷

Das Projekt GUESSS beruht auf einer freiwilligen Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen nationalen Vertretern. Diese sind für die Kontaktierung der Hochschulen und Sponsoren, Datenerhebung, -auswertung und -interpretation in ihrem Land verantwortlich. GUESSS wurde vom Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG) und dem KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship der European Business School koordiniert.

In Österreich wurde das Forschungsprojekt vom Institut für Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung der Johannes Kepler Universität Linz durchgeführt und finanziert. Das Forschungsprojekt wurde dankenswerterweise von folgenden Organisationen gefördert: Das **Gründerservice der Wirtschaftskammern Österreichs** hat einen finanziellen Zuschuss für das Projekt geleistet. Zur Erhöhung der Rücklaufquote wurden unter den Rücksendungen Sachpreise der **Bank Austria UniCredit Group** sowie Bildungsgutscheine des **Wirtschaftsförderungsinstitutes Österreich** verlost.

Der Fragebogen war für alle Länder gleich und wurde in die jeweilige Landessprache übersetzt. Die Erhebung wurde anonym und als Online-Erhebung in den 20 teilnehmenden Ländern durchgeführt, wobei sich im Zeitraum Herbst 2008 bis Frühjahr 2009 insgesamt 63.580 Studierende beteiligten.

Wie sich auch bereits bei ISCE 2006 gezeigt hat, stellen bei einer webbasierten Umfrage die generelle Erreichbarkeit der Studierenden über E-Mail sowie die Bereitschaft der Hochschulen, ihre Studierenden über die Erhebung zu informieren, wesentliche Erfolgsfaktoren dar. Daher wurden die Rektorate bzw. Vizerektorate für Lehre aller österreichischen Universitäten sowie Studiengangsleitungen bzw. Geschäftsführungen aller Fachhochschulen per Email sowie teils auch telefonisch kontaktiert und ersucht, ihre Studierenden per Rundmail über die Erhebung zu informieren. Wie bei ISCE war die Beteiligung sowohl in den einzelnen teilnehmenden Ländern als auch zwischen den Hochschulen der einzelnen Länder sehr unterschiedlich. Für Vergleiche müssen deshalb auch die unterschiedlichen Aussendemodi und Rücklaufquoten berücksichtigt werden. Die meisten teilnehmenden Hochschulen in Österreich sandten den Link zum Fragebogen mit einem kurzen (vom Projektkoordinator vorgeschlagenen) Text an alle ihre Studierenden per Email aus. In einigen Fällen erfolgte eine zusätzliche Erinnerungsmail bzw. die Studierenden wurden zusätzlich über die Hochschul- bzw. Institutshomepages informiert. Teilweise erfolgte jedoch eine Benachrichtigung der Studierenden diesmal nur über einen elektronischen Newsletter, was in einer markant geringeren Beteiligung resultierte.

An der Länderstudie Österreich waren **18 Hochschulen** (Universitäten, Privatuniversitäten, Fachhochschulen) mit insgesamt ca. 128.000 Studierenden⁸ beteiligt. Der Rücklauf betrug bereinigt 4,3% (**5.519 Fragebögen**)⁹.

⁷ Siehe dazu die unter www.guesssurvey.org veröffentlichten Länderberichte

⁸ Quelle: Uni:data auf www.bmbwk.gv.at

Tabelle 1 zeigt die Rücklaufquote der 18 österreichischen Hochschulen. Die Beteiligung war sowohl innerhalb der beteiligten Universitäten als auch der Fachhochschulen sehr unterschiedlich und lag zwischen 1,2 und 12,1 %.

Hochschule	Rücklauf in Prozent	Rücklauf absolut
FH Campus 02 Graz	12,09%	114
MCI Int. FH Innsbruck	11,99%	210
Universität Linz	9,24%	1125
FH Kufstein	8,19%	93
FH der Wirtschaft Wien	6,62%	157
FH Technikum Kärnten	6,49%	86
Universität für Bodenkultur Wien	5,77%	408
Technische Universität Graz	5,71%	557
FH Technikum Wien	5,50%	142
Universität Salzburg	4,78%	563
Universität Klagenfurt	3,71%	258
FH Oberösterreich	3,39%	133
Universität Innsbruck	3,26%	690
Universität für künstlerische u. industrielle Gestaltung Linz	2,94%	29
FH Campus Wien	2,90%	57
Wirtschaftsuniversität Wien	2,47%	539
Technische Universität Wien	1,82%	342
Universität Mozarteum Salzburg	1,18%	16
Summen	4,32%	5519

Tabelle 1: Rücklauf (dargestellt nur Hochschulen mit Rücklauf > 1 %), N = 5519

Hochschulen mit einer Rücklaufquote unter 1 % sind in der Tabelle 1 nicht berücksichtigt. Jedoch sind in die weitere Auswertung sowohl die von Studierenden weiterer 13 österreichischen Hochschulen stammenden 211 Fragebögen als auch 88 Fragebögen ohne Zuordnungsmöglichkeit zu einer bestimmten Hochschule mit aufgenommen worden.

3 Erhebungsergebnisse

3.1 Berufliche Zukunftspläne von Studierenden

Bei der Frage nach den beruflichen Zukunftsplänen der Studierenden nach dem Studienabschluss (0 < 5 Jahre) bzw. nach mehr als fünf Jahren Berufserfahrung (> 5 Jahre) sind erwartungsgemäß deutliche Unterschiede zu erkennen (siehe Abbildung 1).

⁹ Der Länderbericht Österreich im Rahmen von ISCE 2006 kam auf eine Rücklaufquote von 7,6 %. Eine frühere Online-Erhebung bei derselben Zielgruppe erbrachte einen Rücklauf von 2 % (Schwarz & Grieshuber, 2002).

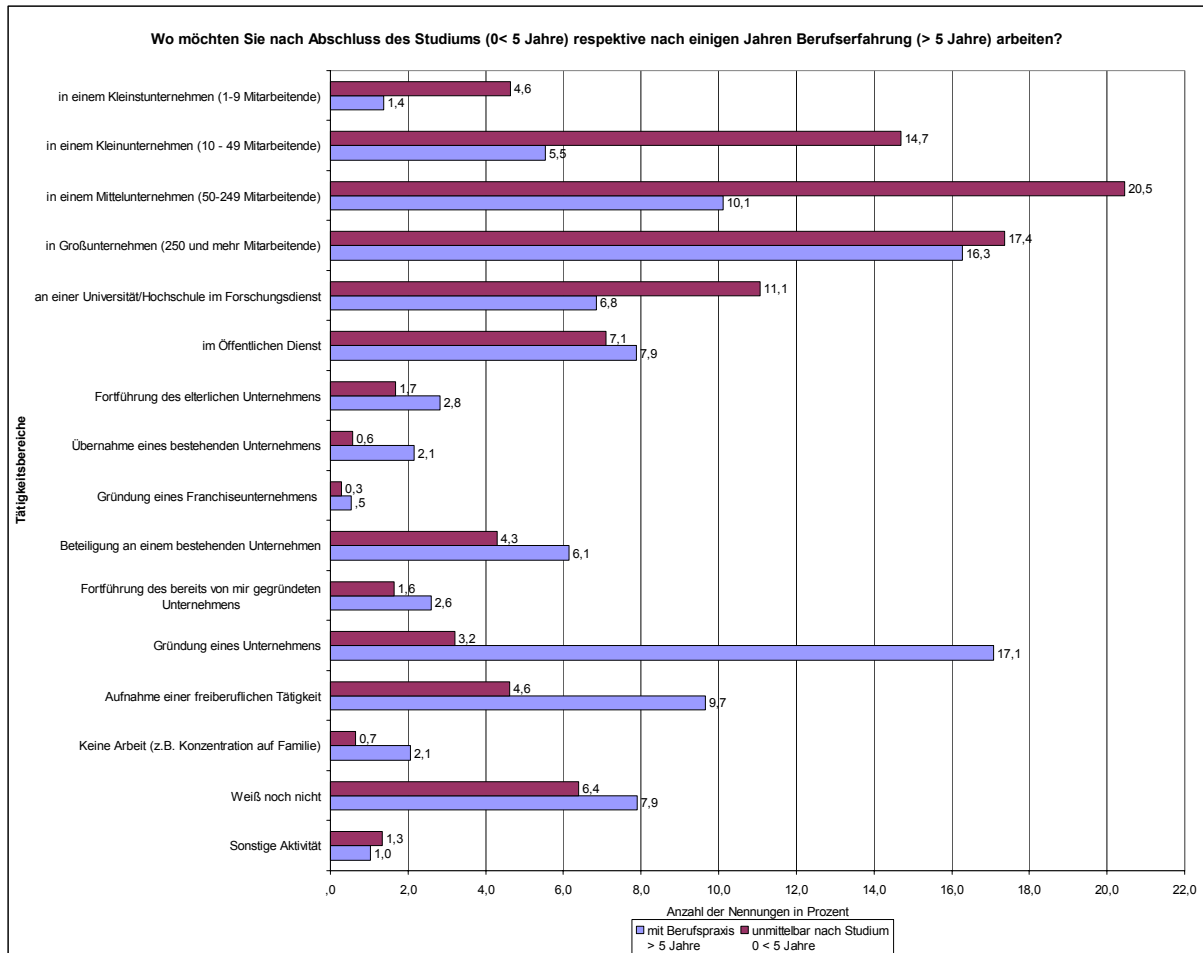


Abbildung 1: Berufliche Zukunftspläne nach dem Studium, N = 5818

Fasst man die beruflichen Zukunftspläne in die zwei Kategorien „unselbständige Tätigkeit“ bzw. „selbständige Tätigkeit“ zusammen, zeigt sich in Abbildung 2 mit Zunahme der Praxis- und Berufserfahrung eine deutliche Intensivierung des Wunsches nach einer selbständigen Tätigkeit. **Über 40 % der Studierenden streben nach einigen Praxisjahren eine unternehmerische Tätigkeit an.**

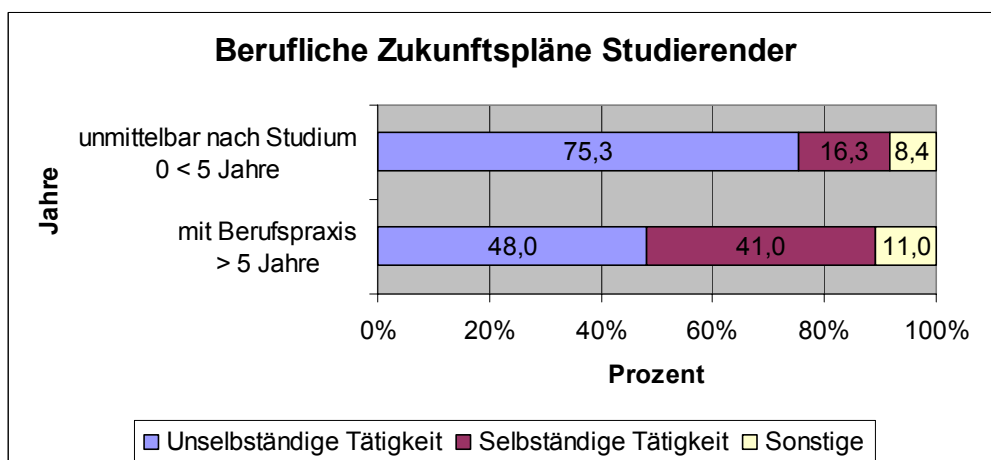


Abbildung 2: Berufliche Zukunftspläne Studierender, N = 5818

3.1.1 Berufliche Zukunftspläne nach Studienabschluss

Nach Studienabschluss steht bei drei von vier Studierenden der Wunsch nach einer unselbständigen Tätigkeit im Vordergrund: 40 % denken an eine unselbständige Tätigkeit in einem KMU, 17 % in einem Großunternehmen. 18 % wollen im Bereich Forschung bzw. im öffentlichen Dienst tätig werden. 17 % äußern bereits zu diesem Zeitpunkt Selbständigwerden als Berufswunsch. Dabei ist mit 9 % der Anteil an (potentiellen) ÜbernehmerInnen bemerkenswert.

KMU	40 %	} Unselbständige Tätigkeit	75 %
Großunternehmen	17 %		
Forschung u. öffentl. Dienst	18 %		
Übernahmen ¹⁰	9 %	} Selbständige Tätigkeit	17 %
Neugründung	8 %		
Weiß noch nicht	6 %	Sonstige	8 %
Sonstige	2 %		

Tabelle 2: Berufliche Zukunftspläne nach Studienabschluss, N= 5818

Insgesamt planen somit 57 % aller antwortenden Studierenden ihren Berufsstart als Selbständige oder Angestellte in einem kleinen oder mittleren Unternehmen (KMU) bzw. einem Start-Up Unternehmen.

3.1.2 Berufliche Zukunftspläne nach einigen Jahren Berufserfahrung

KMU	17 %	} Unselbständige Tätigkeit	48 %
Großunternehmen	16 %		
Forschung u. öffentl. Dienst	15 %		
Übernahmen	14 %	} Selbständige Tätigkeit	41 %
Neugründung	27 %		
Weiß noch nicht	8 %	Sonstige	11 %
Sonstige	3 %		

Tabelle 3: Berufliche Zukunftspläne nach einigen Jahren Berufserfahrung, N= 5818

Ein deutlich verändertes Bild zeigt die Abfrage der beruflichen Zukunftspläne nach einigen Jahren Berufserfahrung (> 5 Jahre). **Es kommt zu einer markanten Verschiebung in Richtung selbständiger Tätigkeit (von 17% auf 41%!)**. Mehr als ein Viertel aller AbsolventInnen mit Berufserfahrung plant eine Neugründung, zusätzlich etwa ein Siebtel die Übernahme eines bestehenden Unternehmens.

¹⁰ Diese Antwortkategorie umfasst die Alternativen: „Fortführung des elterlichen Unternehmens“, „Übernahme eines bestehenden Unternehmens“, „Gründung eines Franchiseunternehmens“, „Beteiligung an einem bestehenden Unternehmen“ und die „Fortführung des bereits von mir gegründeten Unternehmens“.

3.1.3 Entwicklung der beruflichen Zukunftspläne im Zuge des Studiums

Etwa jeweils ein Sechstel der antwortenden Studierenden im Erststudium (Grund- bzw. Hauptstudium), sowie auch im Dissertationsstadium, streben direkt oder bald nach dem Studienabschluss eine selbständige Tätigkeit an.

Nach Absolvierung einiger Praxisjahre ist der Wunsch nach einer selbständigen Tätigkeit deutlich höher: Bei den Studierenden im Erststudium steigt der Anteil auf über 40 % an (siehe Abbildung 3).

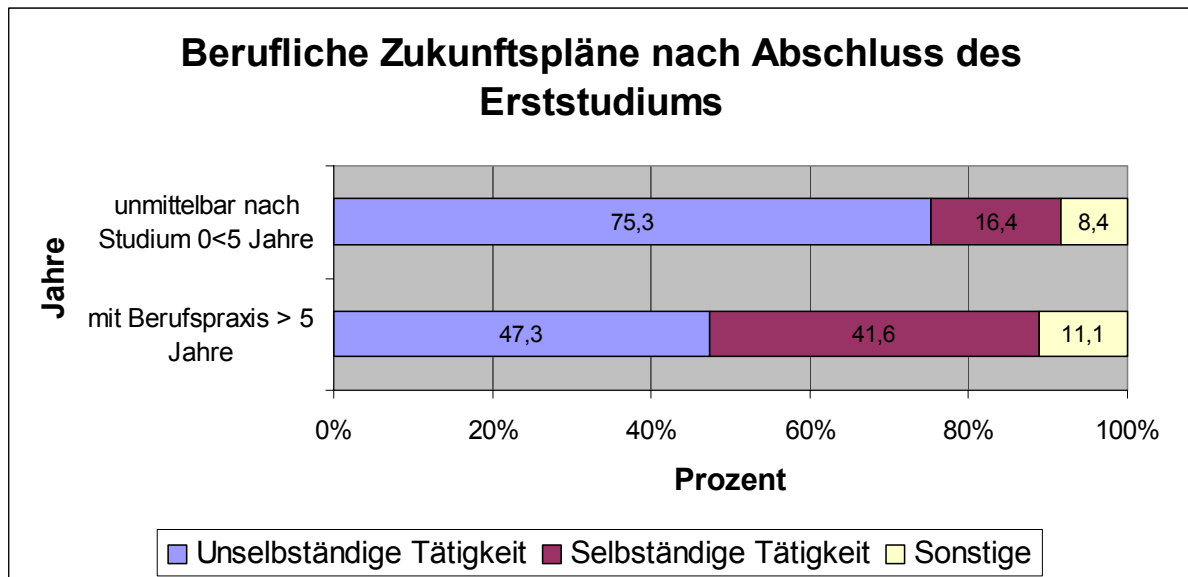


Abbildung 3: Berufliche Zukunftspläne nach Abschluss des Erststudiums, N= 5051

Bei den DoktorandInnen – welche ihr Doktoratsstudium zu einem erheblichen Teil neben einer selbständigen oder unselbständigen Erwerbstätigkeit betreiben - verdoppelt sich der Anteil von 17 % auf 35 % (Abbildung 4).

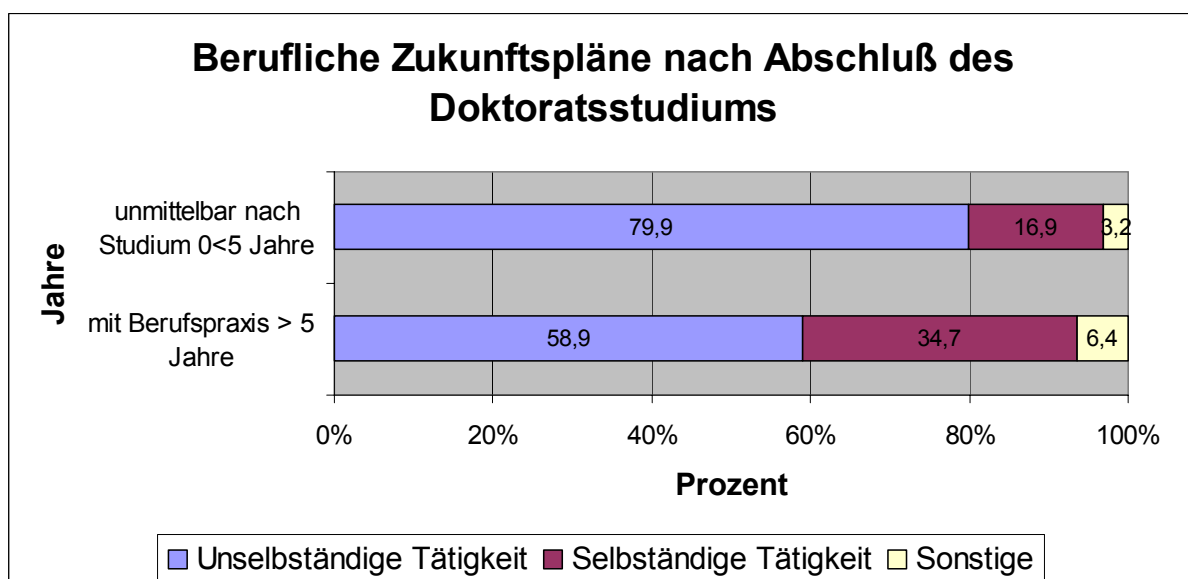


Abbildung 4: Berufswunsch nach Abschluss des Doktoratsstudiums, N = 343

3.2 Ausmaß der Gründungsneigung und –aktivitäten von Studierenden

„Haben Sie schon einmal ernsthaft darüber nachgedacht, ein eigenes Unternehmen zu gründen?“. Die Antworten auf diese Frage können in vier große Gruppen unterteilt werden:

1. Studierende, die bisher noch „keine Gründungsabsicht“ haben¹¹
2. Studierende, die „Gründungsinteressierte“ im weiten Sinne sind¹²
3. „GründungsplanerInnen“¹³
4. „Studierenden mit unternehmerischer Erfahrung“¹⁴.

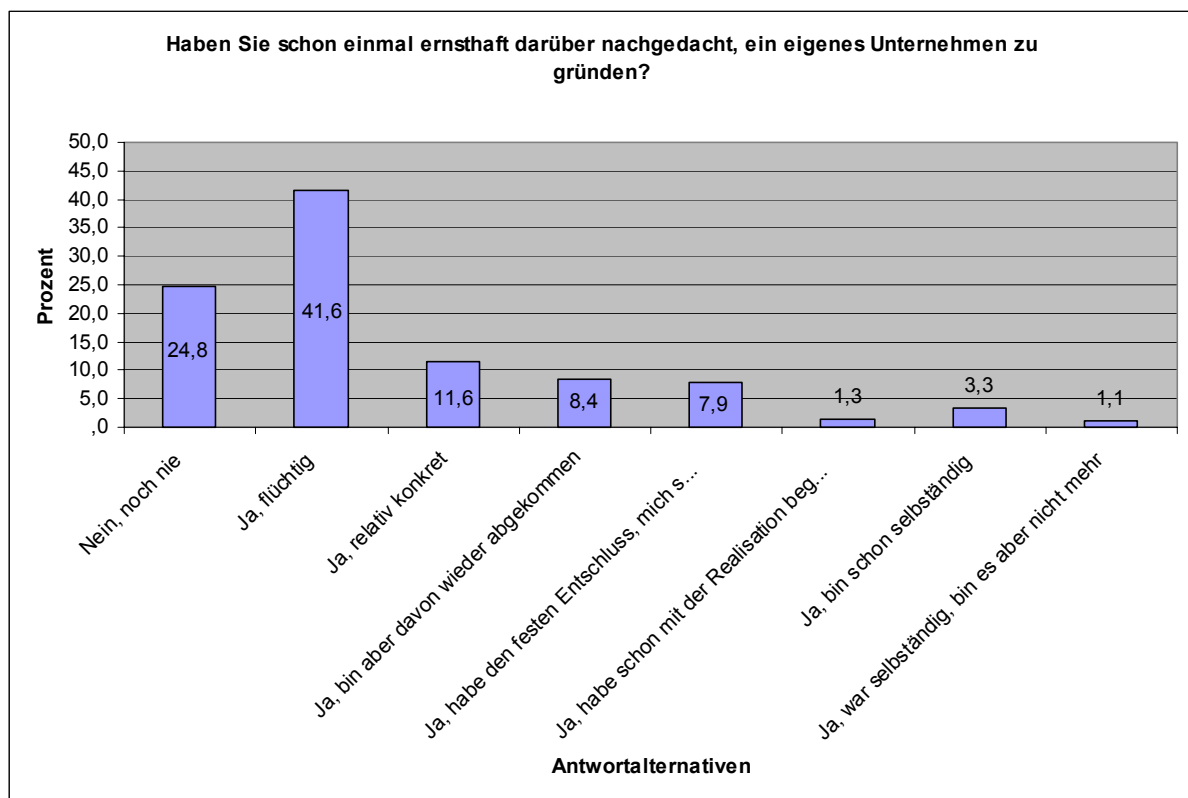


Abbildung 5: Gründungsneigung und –aktivitäten Studierender, N = 5818

Nur etwa ein Viertel der antwortenden Studierenden hat sich bisher überhaupt noch nicht mit der Frage der Gründung eines eigenen Unternehmens befasst. Als Gründungsinteressierte i.w.S. können knapp zwei Drittel eingestuft werden. 9 % sind Gründungsplaner, und 4,5 % verfügen bereits über unternehmerische Erfahrung (siehe Abbildung 6).

¹¹ Diese Personen haben explizit noch nie daran gedacht, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

¹² Sie haben bereits einmal flüchtig bzw. relativ konkret an die Gründung gedacht, oder sind wieder davon abgekommen.

¹³ Die GründungsplanerInnen haben den festen Entschluss gefasst bzw. mit der Realisation begonnen.

¹⁴ Dabei handelt es sich um aktive UnternehmerInnen, oder solche die früher bereits einmal selbständig waren.

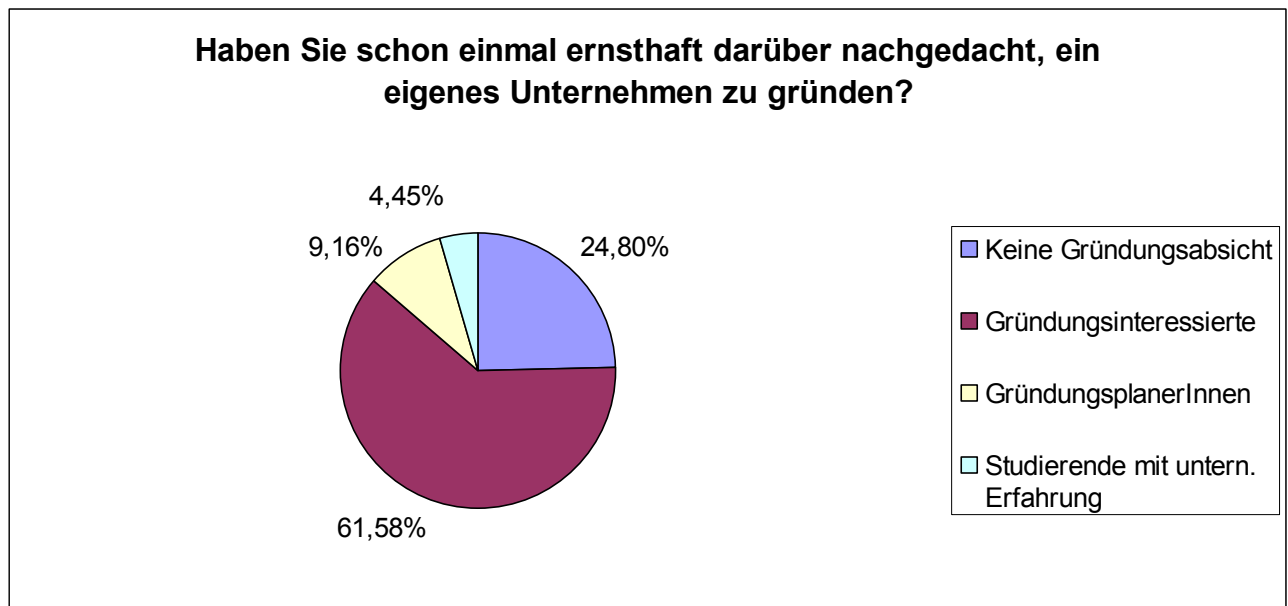


Abbildung 6: Gründungsneigung und –aktivitäten Studierender, N=5818

D.h. fast ein Sechstel aller Studierenden hat bereits unternehmerische Erfahrung gesammelt, plant bereits konkret eine Unternehmensgründung, hat den festen Entschluss zum Selbständigwerden gefasst bzw. verfügt als Gründungsinteressent bereits über einen konkreten Prototypen seines Produktes bzw. seiner Dienstleistung (siehe auch Tab. 12).

Die Ergebnisse streuen jedoch über die untersuchten Hochschulen hinweg beträchtlich. Über diesem Durchschnittswert liegen bei den Universitäten die Universität Klagenfurt, die WU Wien, die TU Wien, die Universität Linz und die Kunstuniversität Linz, bei den Fachhochschulen die FH Campus Wien, die FH der Wirtschaft Wien und FH Technikum Kärnten.

3.2.1 Entwicklung der Gründungsneigung und –aktivitäten während des Studiums

Tabelle 4 zeigt, dass **Gründungsneigung bzw. –aktivitäten im Zuge des Studiums tendenziell zunehmen**. Insbesondere unter den DoktorandInnen sind bereits deutlich mehr selbständig tätige Personen vertreten. Dies hängt mit der generell studienbegleitend erworbenen Praxis- und Branchenerfahrung, insbesondere während des Doktoratsstudiums, zusammen.

Studienabschnitt	1.- 2.Jahr	3+Jahre	Doktorat
Nein, noch nie	25 %	24 %	27 %
Ja, flüchtig	42 %	42 %	38 %
Ja, relativ konkret	11 %	12 %	10 %
Ja, bin aber davon wieder abgekommen	9 %	8 %	6 %
Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen	9 %	8 %	7 %
Ja, habe schon mit der Realisation begonnen	1 %	1 %	3 %
Ja, bin schon selbständig	2 %	4 %	8 %
Ja, war selbständig, bin es aber nicht mehr	1 %	1 %	1 %
	100 % =	2176	2888
		343	

Tabelle 4: Gründungsneigung nach Studienabschnitt, Spaltenprozent, N = 5407

3.2.2 Gründungsneigung und –aktivitäten nach Studienrichtungen

Tabelle 5 zeigt, dass es, nicht überraschend, bezogen auf die Studienrichtungen deutliche Unterschiede im Ausmaß der Gründungsneigung und –aktivitäten gibt.

In **wirtschaftsnahen Studien**¹⁵ beläuft sich der Anteil der **Studierenden mit unternehmerischer Erfahrung** bzw. Gründungsplanung auf **15,9 %** verglichen mit 13,1 % in Technik/Naturwissenschaften¹⁶ und 10,9 % in Geisteswissenschaften.¹⁷

¹⁵ Hierunter werden die Studien Betriebs- /Volks- /Verwaltungswirtschaft und Rechtswissenschaften zusammengefasst.

¹⁶ Hierunter werden exakte Wissenschaften (Naturwissenschaften, Mathematik, Statistik, Computerwesen, Ingenieurwissenschaften und Ingenieurwesen, Herstellung und Verarbeitung, Architektur und Bauen, Landwirtschaft, Forstwesen und Fischerei, Umweltschutz) zusammengefasst.

¹⁷ Hierunter werden Geisteswissenschaften, Lebenswissenschaften, Sozial- und Verhaltenswissenschaften, Kunst, Lehrerausbildung und Pädagogik, Journalismus und Information zusammengefasst.

	Wirtschaftsnahe (BWL, Jus u.a.)	Technik/NaWi	Geisteswiss.
Nein, noch nie	21,0 %	24,6 %	34,7 %
Ja, flüchtig	42,0 %	42,5 %	38,5 %
Ja, relativ konkret	12,6 %	11,4 %	8,6 %
Ja, bin aber davon wieder abgekommen	8,4 %	8,4 %	7,3 %
Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen	9,5 %	7,6 %	5,8 %
Ja, habe schon mit der Realisation begonnen	1,7 %	1,1 %	0,8 %
Ja, bin schon selbständig	3,3 %	3,6 %	3,1 %
Ja, war selbständig, bin es aber nicht mehr	1,5 %	0,8 %	1,2 %
in Prozent	100 %	100 %	100 %
absolut	2018	1952	1217

Tabelle 5: Gründungsneigung nach Studiengebiet, N = 5287

3.2.3 Gründungsneigung und –aktivitäten nach Geschlecht

Wie in einer Reihe anderer Studien und bei ISCE 2006 zeigen sich **erhebliche geschlechtsspezifische Unterschiede**: Markant mehr Frauen (32 %) als Männer (17 %) haben noch nie über eine Unternehmensgründung nachgedacht. Nur geringe Unterschiede zeigen sich, wenn es darum geht, sich generell erste (flüchtige) Gedanken über die Gründung eines eigenen Unternehmens zu machen. Jedoch setzen deutlich mehr Männer als Frauen diese Überlegung auch konkret um (siehe Tabelle 6).

	männlich	weiblich	Gesamt
Nein, noch nie	17 %	32 %	25 %
Ja, flüchtig	41 %	42 %	42 %
Ja, relativ konkret	15 %	9 %	12 %
Ja, bin aber davon wieder abgekommen	9 %	8 %	8 %
Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen	10 %	6 %	8 %
Ja, habe schon mit der Realisation begonnen	2 %	1 %	1 %
Ja, bin schon selbständig	5 %	2 %	3 %
Ja, war selbständig, bin es aber nicht mehr	2 %	1 %	1 %
Gesamt in %	100 %	100 %	100 %
Anzahl absolut	2751	3067	5818

Tabelle 6: Gründungsneigung nach Geschlecht, N = 5818

Auch wenn man geschlechtsspezifisch unterschiedliches Studienwahlverhalten mit berücksichtigt, zeigt sich bei einer in Tabelle 7 vorgenommenen groben Aufgliederung nach wirtschaftsnahen, technischen und geisteswissenschaftlichen Studien tendenziell dasselbe Bild.

	Wirtschaftsnahe (BWL, Jus u.a.)		Technik/NaWi		Geisteswiss.	
	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Nein, noch nie	14 %	31 %	20 %	38 %	27 %	38 %
Ja, flüchtig	39 %	43 %	43 %	41 %	37 %	39 %
Ja, relativ konkret	16 %	9 %	13 %	7 %	8 %	10 %
Ja, bin aber davon wieder abgekommen	9 %	7 %	8 %	9 %	15 %	6 %
Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen	11 %	7 %	9 %	4 %	1 %	4 %
Ja, habe schon mit der Realisation begonnen	3 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %
Ja, bin schon selbständig	6 %	2 %	5 %	1 %	8 %	2 %
Ja, war selbständig, bin es aber nicht mehr	2 %	1 %	1 %	0 %	1 %	0 %
Gesamt in %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
	1103	1693	1350	746	71	225

Tabelle 7: Gründungsneigung nach Studium und Geschlecht, N=5188

4 Gründungsinteressierte und –planerInnen sowie Studierende mit unternehmerischer Erfahrung

Im folgenden Abschnitt 4 wird auf eine für Entrepreneurship Education an Hochschulen wichtige Teilgruppe fokussiert: Studierende mit Gründungsinteresse i.w.S., Studierende mit festem Entschluss zum Selbständigwerden, mit konkreten Gründungsaktivitäten bzw. auch bereits unternehmerischen Erfahrungen.

4.1 Branchen

Fragt man die Studierenden (ohne „Nicht-Gründungsinteressierte“) nach der Branche in welcher sie tätig sind bzw. werden möchten, entfällt der Großteil auf den dritten Sektor: 82,5 % geben primär den Handels- und Dienstleistungsbereich an. An zweiter Stelle folgt Produktion mit 13,8 % und an dritter Stelle die Urproduktion mit 3,7 %.

	In welcher Branche ist/war Ihr Unternehmen vorrangig tätig (soll es tätig sein)?				
	1. Sektor: Urproduktion (Forstwirtschaft, Ackerbau, Fischzucht)	2. Sektor: Produktion	3. Sektor: primär Handel	3. Sektor: primär Dienstleistung	
Gründungsinteressierte	3,85	14,49	9,91	71,76	100,00
Gründungsplaner	3,94	13,88	10,69	71,48	100,00
Mit selbständiger Erfahrung	1,03	4,64	9,28	85,05	100,00
Aufgabe der Selbständigkeit	1,54	1,54	7,69	89,23	100,00
Prozent	3,70	13,78	9,94	72,57	100,00
Absolut	162,00	603,00	435,00	3175,00	4375,00

Tabelle 8: Gründungsneigung und Branchen, N = 4375

Eine nähere Betrachtung zeigt, dass die studierenden UnternehmerInnen tendenziell letztlich deutlich seltener im Produktionssektor tätig sind als dies zuvor von Gründungsinteressenten bzw. –planern ins Auge gefasst wird. Da in diesem Bereich höherer Investitionsbedarf besteht, dürfte dies vor allem mit der Finanzierungsproblematik zusammenhängen.

4.2 Innovationsgrad

In ihrer Eigeneinschätzung **schätzen fast zwei Drittel ihre Geschäftsidee als innovativ ein**, etwa ein Drittel greift dagegen auf ein traditionelles, bewährtes Konzept zurück. Jede siebte Idee wird von den Befragten in ihrer Eigeneinschätzung als weltweite Neuheit eingestuft (siehe Tabelle 9).

	Wie stufen Sie den Innovationsgrad Ihres (geplanten) Unternehmens /Ihrer selbstständigen Tätigkeit ein?				%
	Neu weltweit	Neu für Ihr Heimatland	Neu für Ihre Stadt / Region	Traditionelles, bewährtes Konzept	
Gründungsinteressierte	13,31	17,72	31,48	37,48	100,00
Gründungsplaner	18,39	23,26	25,33	33,02	100,00
Mit selbständiger Erfahrung	13,40	14,43	23,20	48,97	100,00
Aufgabe der Selbständigkeit	10,77	7,69	18,46	63,08	100,00
Insgesamt	13,90	18,10	30,17	37,83	100,00
N	162	60	435	3175	4375

Tabelle 9: Innovationsgrad nach Gründungsneigung (Zeilenprozentuierung), N = 4375

Gerade diejenigen studierenden UnternehmerInnen, die ihre Selbständigkeit inzwischen wieder aufgegeben haben, hatten dabei überdurchschnittlich häufig auf traditionelle bewährte Konzepte zurückgegriffen.

Männliche Studierende schätzen den Innovationsgrad ihres Vorhabens deutlich besser ein als weibliche Studierende. Drei von vier der als weltweit neu eingeschätzten Vorhaben bzw. 60 % der als für das Heimatland neuen Tätigkeiten entfallen auf männliche Gründer. Bei den für die jeweilige Stadt bzw. Region neuen sowie traditionell bewährten Konzepten überwiegen wiederum Gründerinnen.

	Wie stufen Sie den Innovationsgrad Ihres (geplanten) Unternehmens /Ihrer selbstständigen Tätigkeit ein?				%
	Neu weltweit	Neu für Ihr Heimatland	Neu für Ihre Stadt / Region	Traditionelles, bewährtes Konzept	
Wirtschaftsnahe (BWL, Jus, u.a.)	8,96	18,21	31,08	41,75	100,00
Technik/NaWi	22,11	19,02	24,37	34,49	100,00
Geisteswiss.	5,26	11,05	42,63	41,05	100,00
Prozent	14,06	18,18	28,96	38,80	100,00
Absolut	543	702	1118	1498	3861

Tabelle 10: Innovationsgrad nach Gründungneigung (Zeilenprozentuierung), N = 3861

Wie Tabelle 10 veranschaulicht, stufen beinahe ein Viertel der Studierenden eines technisch-naturwissenschaftlichen Studiums vom Innovationsgrad her gesehen ihr (geplantes) Unternehmen als eine Weltneuheit ein.

Dabei ist zu beachten, dass nicht erhoben wurde, inwiefern diese Einschätzung auf vorherigen Patent- oder Marktrecherchen usw. beruht. Da nur bei einem Teil der Studierenden von vorhandenen Branchen- und Produkterfahrungen sowie Erfahrungen mit den anvisierten Kundengruppen und insbesondere den Vertriebswegen ausgegangen werden kann (siehe Kap. 4.3) sind diese Ergebnisse mit Vorsicht zu interpretieren.

4.3 Berufserfahrung und Dauer

4.3.1 Berufserfahrung

Von den Gründungsinteressierten und -planern sowie Studierenden mit unternehmerischer Erfahrung wurde zusätzlich das Ausmaß ihrer Erfahrungen in Bezug auf Branche, Produkt, Kunden (Zielgruppe) und Vertrieb erhoben. Dieses Erfahrungswissen stellt gleichzeitig einen wichtigen Erfolgsfaktor für nachhaltige Unternehmensgründungen und –übernahmen dar.¹⁸

58 % der befragten Studierenden verfügen über keine Branchenerfahrung. Unter den Studierenden mit Branchenerfahrung umfasst diese bei drei Viertel bis zu fünf Jahre; 6 % haben bereits mehr als 10 Jahre Branchenerfahrung.

In Bezug auf die Produkte zeigt sich ein ähnliches Bild. **45 % haben keine Erfahrung mit dem Produkt.** Von den studierenden UnternehmerInnen mit Produkterfahrung liegt diese bei über drei Viertel bei bis zu 5 Jahren, ebenfalls 6 % verfügen über mehr als 10 Jahre Produkterfahrung.

Mit den (anvisierten) Kundengruppen haben 54 % noch keine Erfahrung. Von den UnternehmerInnen mit Erfahrung mit den Zielkunden haben 78 % bis zu 5 Jahre Erfahrung, 5 % mehr als 10 Jahre.

Bei den Vertriebswegen zeigen sich die größten Erfahrungsdefizite. **78 % der studierenden Unternehmer verfügen über keine einschlägige Vertriebserfahrung.** Von den Studierenden mit Erfahrungen im Bereich der Vertriebswege konnten 81 % Erfahrungen bis zu 5 Jahre sammeln, 5 % mehr als 10 Jahre.

Studierende Unternehmer	mit Erfahrung
... mit den Produkten/Dienstleistungen	54,8 %
... mit den Kundengruppen	46,1 %
... mit der Branche	41,6 %
... mit dem Vertriebsweg	22,3 %

Tabelle 11: Erfahrungen in Bezug auf das (geplante) Unternehmen, N=4375

¹⁸ Siehe z.B. Kailer/Stockinger (2007).

Am häufigsten haben die Studierenden Erfahrungen im Bezug auf ihre (angestrebten) Produkte bzw. Dienstleistungen, am wenigsten Erfahrung im Bereich des angestrebten Vertriebsweges (siehe Tabelle 11).

4.3.2 Dauer der Berufserfahrung

Soweit die Studierenden über einschlägige Berufserfahrungen verfügen, sind diese mit durchschnittlich über 4 Jahren durchaus umfangreich. Abbildung 7 zeigt die Dauer der beruflichen Erfahrung in einigen Bereichen auf: **Studierende mit Berufserfahrung haben im Durchschnitt mehr als vier Jahre Erfahrung mit Branche, Produkt, Kunden und Vertriebswegen.**

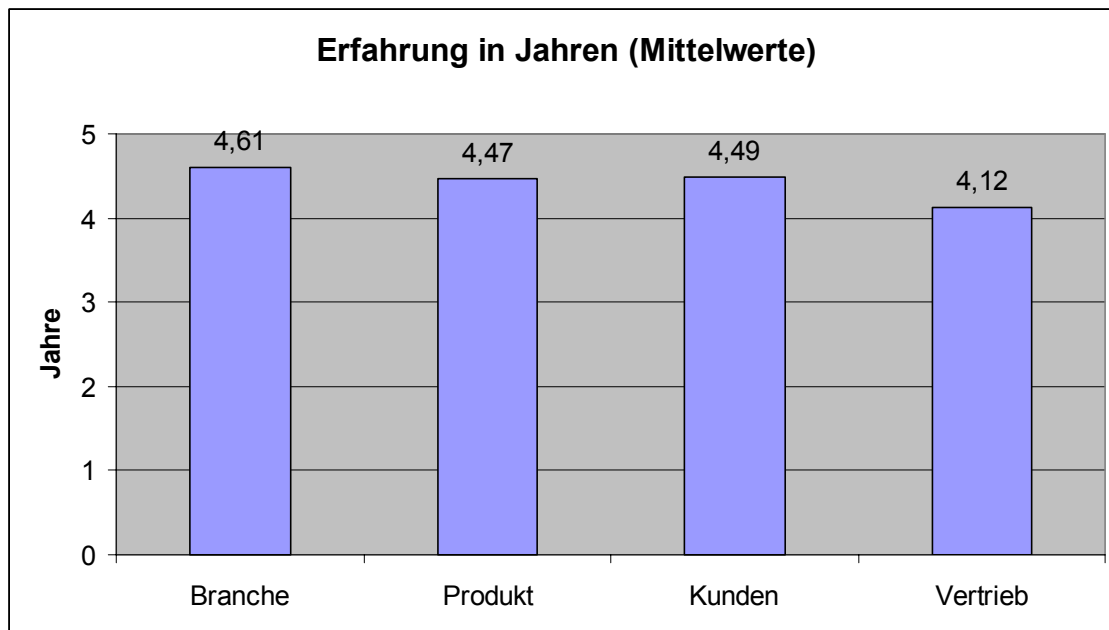


Abbildung 7: Berufserfahrung Studierender in Jahren, N = 4375

4.4 Erfolgte Planungsschritte

Vergleicht man Gründungsinteressierte i.w.S. und Personen in der Gründungsplanungsphase hinsichtlich ihrer bereits gesetzten Aktivitäten, zeigen sich erwartungsgemäß deutliche Unterschiede. (Tabelle 12).

Gründungsschritt	Gründungsinteressierte	Gründungsplaner
Nichts unternommen	35,9	6,4
Erste Geschäftsidee durchdacht	32,7	28,5
Erste Geschäftsideen schriftlich festgehalten	8,2	14,9
Einen Businessplan formuliert	2,8	5,9
Gründungsspezifische Information besorgt	9,2	17,0
Gründungsspezifische Veranstaltungen besucht	4,4	8,7
Gespräche mit Finanzierungsquellen geführt	1,5	4,1
Gründungszeitpunkt festgelegt	0,7	4,2
Prototyp von Produkt/Dienstleistung vorhanden	3,3	8,3
Sonstiges	1,3	2,1
Nennungen	5073	1304

Tabelle 12: Bereits unternommene Gründungsschritte (Mehrfachnennungen, Spaltenprozent), N=4116

Es zeigt sich, dass von den generell Gründungsinteressierten etwa ein Drittel noch keine Aktivitäten gesetzt hat, ein weiteres Drittel ventilierte erste Geschäftsideen, lediglich ein Drittel setzte darüber hinausgehende Schritte.

Gründungsplaner haben vergleichsweise mehr Aktivitäten gesetzt. Nur etwa ein Drittel hat erst Ideen durchdacht. Zwei Drittel haben bereits konkretere Aktivitäten gesetzt. So verfügt etwa ein Fünftel bereits über schriftliche Ausarbeitungen. Dies weist darauf hin, dass gerade die Gruppe der Gründungsinteressierten i.w.S. Unterstützungsbedarf bei der Ideenfindung und –klärung hat. Bei beiden Gruppen besteht Unterstützungsbedarf hinsichtlich (schriftlicher) Ausarbeitung der Geschäftsidee.

4.5 Studierende mit unternehmerischer Erfahrung

Im folgenden Abschnitt wird nochmals stärker fokussiert: Analysiert werden diejenigen 259 Studierenden, die derzeit unternehmerische Erfahrung machen, sowie Studierende, welche ihr Unternehmen wieder aufgegeben haben.

Die meist mehrjährige „Latenzzeit“ zwischen Studieneinde und Beginn einer unternehmerischen Tätigkeit ist bereits durch eine Reihe von Studien belegt. Mit der Dauer der Berufstätigkeit und damit (ggf. einschlägiger) Praxiserfahrung nimmt auch der Anteil der Selbständigen zu.

Wie bereits bei ISCE verfügt eine beachtlich hohe Anzahl der antwortenden Studierenden bereits über unternehmerische Erfahrung. Diesen Personen kommt als „role models“ für die Entrepreneurship Education eine hohe Bedeutung zu.

In Österreich haben **absolut 259** Studierende angegeben, selbständig tätig zu sein oder die Selbständigkeit wieder aufgegeben zu haben. **Davon studieren 32 % (83 Personen) an der Johannes Kepler Universität Linz**, gefolgt von der WU Wien mit 10 % (27 Personen) und der Universität Innsbruck mit 9 % (24 Personen).¹⁹

Hochschule	Studierende mit unternehmerischer Erfahrung	Relativ zum Rücklauf
Universität Linz	83	7,4
Wirtschaftsuniversität Wien	27	5,0
Universität Innsbruck	24	3,5
Universität Salzburg	20	3,6
Technische Universität Graz	20	3,6
Technische Universität Wien	14	4,1
Universität für Bodenkultur	10	2,5
Universität Klagenfurt	9	3,5
FH der Wirtschaft Wien	8	5,1
MCI Int. FH Innsbruck	7	3,3
FH Technikum Wien	6	4,2
FH Oberösterreich	5	3,8
FH Technikum Kärnten	5	5,8

¹⁹ Bei der Vorgängerstudie ISCE 2006 entfielen 26 % auf die JKU und jeweils 13 % auf die WU Wien sowie die Universität Innsbruck (Kailer 2007a, S. 10).

Universität Graz	4	3,9
FH Campus Wien	4	7,0
Andere Hochschulen	13	
Gesamt	259	4,8

Tabelle 13: Studierende mit unternehmerischer Erfahrung nach Hochschule²⁰, N = 5818

4.5.1 Überlebensquoten der studentischen Unternehmen

Die Frage der Nachhaltigkeit studentischer Gründungen wird immer wieder gestellt. Tabelle 14 zeigt die Überlebensquoten nach Gründungsjahren. Insgesamt wurde mehr als ein Fünftel der von dzt. Studierenden gegründeten Unternehmen wieder geschlossen (22 %).

Gründungs-jahr	studentische Gründungen	Schließungen	Prozent
vor 1994	18	1	6
1995	5	0	0
1996	4	0	0
1997	4	0	0
1998	9	1	11
1999	10	4	40
2000	13	1	8
2001	13	0	0
2002	12	4	33
2003	22	8	36
2004	22	3	14
2005	26	6	23
2006	31	6	19
2007	36	15	42
2008	33	9	27
k.a.	1	0	0
gesamt	259	58	22

Tabelle 15: Überlebensquote nach Gründungsjahren sortiert, N= 259

4.5.2 Mitarbeiterentwicklung

Im Jahre ihrer Gründung sind zwei von drei studentischen Unternehmen noch Ein-Personen-Unternehmen (67 %). Dabei nimmt der Anteil an EPU's (Ein-Personen-Unternehmen) im Zeitverlauf kontinuierlich ab. Hingegen nimmt die durchschnittliche Zahl der Unternehmensangehörigen zu. Sind im Jahr der Gründung durchschnittlich 2,4 Personen pro Unternehmen tätig, sind es bei Unternehmen im fünften Geschäftsjahr bereits durchschnittlich 4,2 Personen. Im Gründungsjahr beschäftigen die 204 von Studierenden gegründeten Unternehmen fast 500 Personen (siehe Tabelle 16).

²⁰ In die Tabelle 13 wurden nur Hochschulen mit mehr als drei studierenden UnternehmerInnen aufgenommen.

	Anzahl Unternehmen	Davon EPU	EPU-Quote	Summe Unternehmensangehörige	Durchschnitt Personen/ Unternehmen
Im Jahr der Gründung	204	136	67 %	498	2,4
1. Jahr nach der Gründung	177	101	57 %	493	2,8
2. Jahr nach der Gründung	145	69	48 %	525	3,6
3. Jahr nach der Gründung	117	54	46 %	449	3,8
4. Jahr nach der Gründung	96	49	51 %	369	3,8
5. Jahr nach der Gründung	87	41	47 %	362	4,2

Tabelle 16: Mitarbeiterentwicklung im Zeitverlauf, N = 259

4.5.3 Umsatzentwicklung

Tabelle 17 zeigt eine **kontinuierliche Zunahme der Umsätze der Unternehmen in den ersten Jahren**. War z.B. im Gründungsjahr ein durchschnittlicher Umsatz von ca. 53.000 Euro zu verzeichnen, betrug dieser im fünften Jahr nach der Gründung bei den auf diese Frage antwortenden Unternehmen bereits über 250.000 Euro.

	Anzahl Unternehmen	Umsatz gesamt in Euro	Umsatz durchschn. pro Unternehmen
Im Jahr der Gründung	182	9.664.683	53.103
1. Jahr nach der Gründung	143	11.480.139	80.281
2. Jahr nach der Gründung	111	12.218.119	110.073
3. Jahr nach der Gründung	84	10.538.081	125.453
4. Jahr nach der Gründung	70	13.206.200	188.660
5. Jahr nach der Gründung	61	15.326.000	251.246

Tabelle 17: Umsatzentwicklung der Studierenden mit Gründungserfahrung, N = 259

4.6 Zufriedenheit der Studierenden mit der unternehmerischen Tätigkeit

Studierende, welche bereits über Gründungserfahrung verfügen, wurden ersucht verschiedene Fragen zu ihrer Gründungszufriedenheit zu beantworten. Dabei ergab sich folgende Einschätzung (siehe Tabelle 18):

	Völlig falsch	Eher falsch	Eher richtig	Völlig richtig	Prozent
Durch den Wechsel in die Selbständigkeit bin ich alles in allem mit meinem Leben zufriedener geworden	2	7	42	49	100
Oft frage ich mich, ob ich als Arbeitnehmer nicht besser gestellt wäre	9	22	34	36	100
Im Rückblick bin ich heute sehr froh, dass ich den Schritt in die Selbständigkeit gewagt habe	4	12	52	32	100
Ich würde jedem raten, sich selbständig zu machen, wenn er dazu in der Lage ist	7	28	41	25	100
Ich werde immer alles daran setzen, in meinem Leben selbständig zu bleiben	24	39	23	14	100
Wenn ich nicht schon so viel an Zeit und Geld in mein Unternehmen gesteckt hätte, würde ich eine Anstellung als Arbeitnehmer vorziehen	27	38	25	10	100
Mir wird immer klarer, dass die Risiken der Selbständigkeit nicht durch besondere Chancen aufgewogen werden	53	35	8	5	100

Tabelle 18: Bewertung von Aussagen zur persönlichen Gründungszufriedenheit aktiver UnternehmerInnen, Zeilenprozent (innerhalb der jeweiligen Kategorie), N=194

Die Aussagen zur persönlichen Gründungszufriedenheit zeigen, dass der Schritt in die Selbständigkeit mehrheitlich positiv bewertet wurde.

5 Unterstützungsangebote an Hochschulen

Die antwortenden Studierenden (N = 5818) beurteilten eine Reihe von Unterstützungsangeboten im Bereich Entrepreneurship an Hochschulen, und zwar:

- Business Plan Projekt Seminare
- Gründungs-Coachings
- Entrepreneurship Seminare und Vorlesungen
- Gründungsplanspiele / Start-up-Simulationen
- Regelmäßige Gründungsstammtische (z.B. Erfahrungsaustausch)
- Anlaufstellen für allgemeine Gründungsfragen
- Anschubfinanzierung durch die Universität
- Inkubatoren (Service-Zentren für Start-Ups in der Anfangsphase)

5.1.1 Bedeutung

Betrachtet man die Anzahl der als generell „sehr wichtig“ eingestuften Unterstützungsmaßnahmen, ergeben sich deutliche Präferenzen (siehe Abbildung 8). Am häufigsten werden **Business-Plan-Seminare** und **Anlaufstellen** für allgemeine Gründungsfragen an der Hochschule angeführt, mit Abstand gefolgt von **Gründungs-Coaching**.

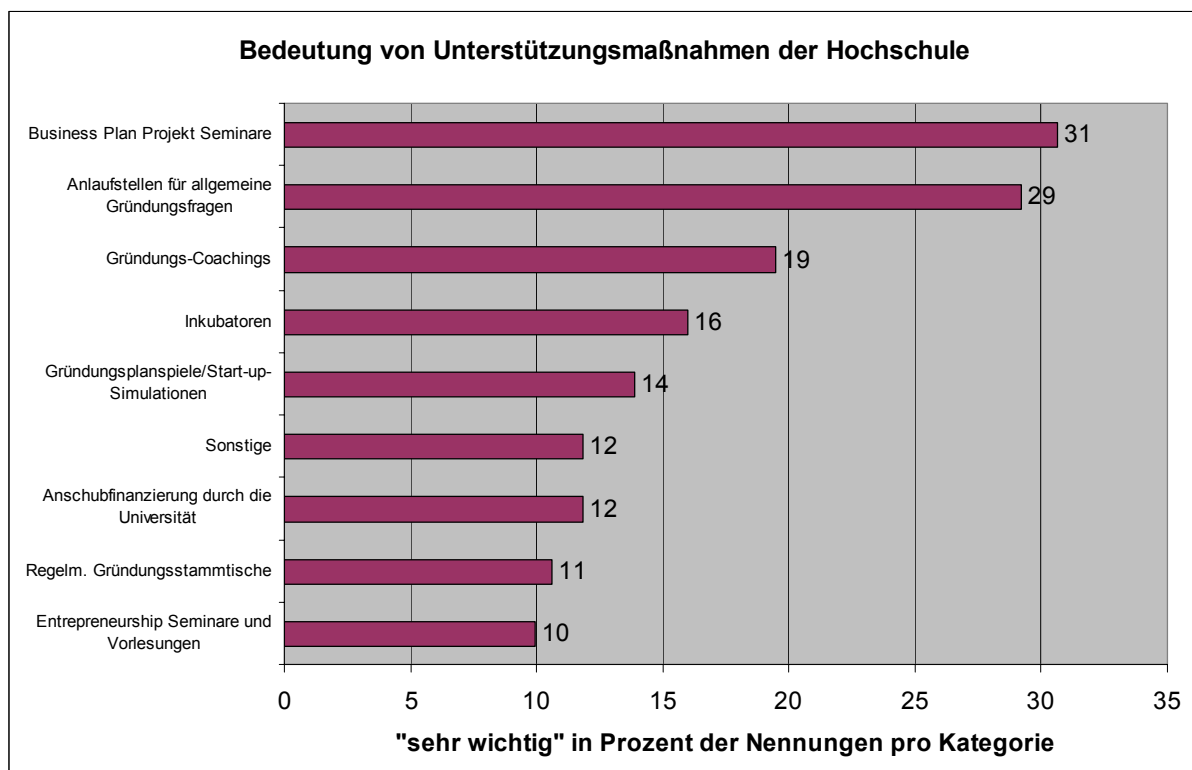


Abbildung 8: Wichtigkeit von Hochschulangeboten, N = 5818

5.1.2 Nutzung

Die Frage nach der tatsächlichen Nutzung dieser Angebote wurde von 1070 Personen beantwortet. Insgesamt wurden von den 1070 antwortenden Studierenden 1989 Nennungen abgegeben. D.h. **18 % der antwortenden Studierenden nahmen tatsächlich ein oder mehrere der angeführten Unterstützungsangebote in Anspruch**. Durchschnittlich nutzten sie dabei zwei Angebotskategorien.

Im Vergleich von „Beurteilung“ und „Nutzung“ von Unterstützungsangeboten zeigen sich deutliche Diskrepanzen (siehe Abbildung 9).

Am häufigsten genutzt wurden Entrepreneurship-Seminare und Vorlesungen (670 Nennungen), gefolgt von Businessplan-Seminaren (556 Nennungen) und Gründungsplanspielen/Start-Up-Simulationen (351 Nennungen). Dies ist wahrscheinlich auf Studierende zurückzuführen, die im Rahmen ihrer Vertiefungsrichtung Unternehmensgründung eine Reihe verschiedener Veranstaltungen belegen.

Das vorhin als am wichtigsten eingestufte Angebot von Anlaufstellen für Gründungsfragen liegt mit 130 Nennungen hinsichtlich tatsächlicher Nutzung mit deutlichem Abstand erst am vierten Platz.

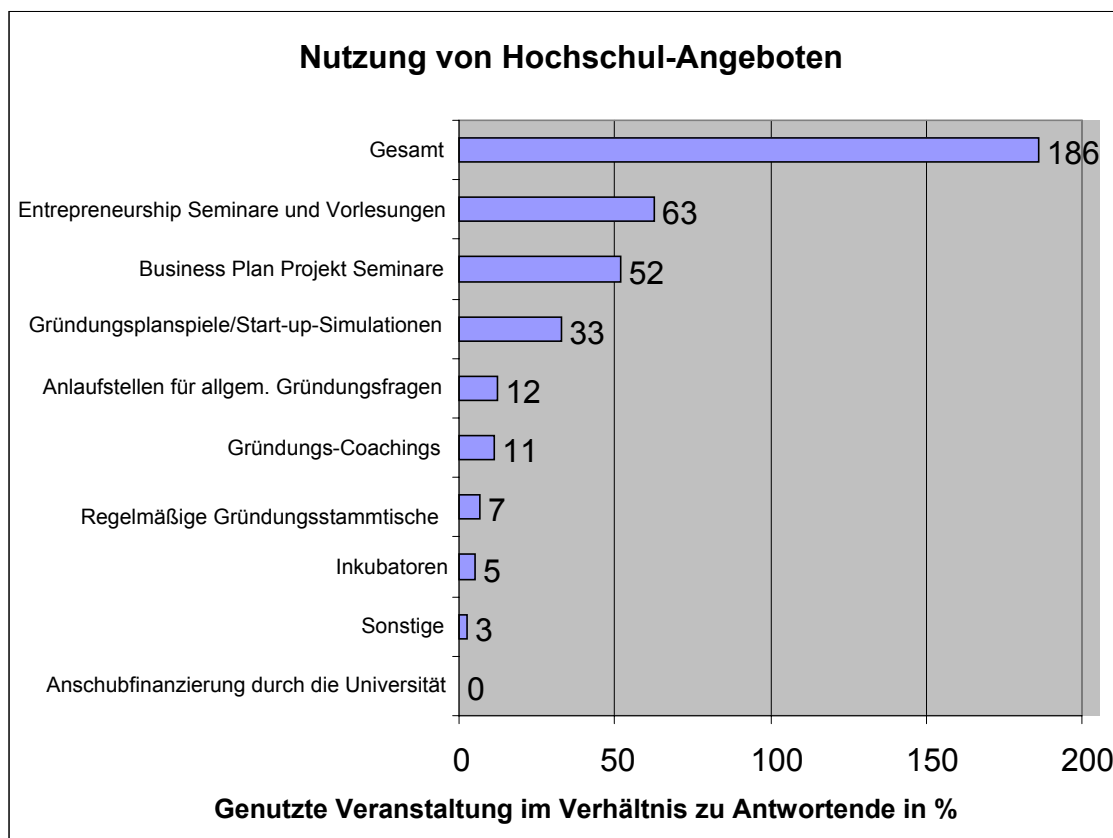


Abbildung 9: Tatsächliche Nutzung von Hochschul-Angeboten in % zu Antwortende, N = 1070

Differenziert man die Nutzung der Unterstützungsmaßnahmen nochmals nach dem Ausmaß der Gründungsaktivität der Antwortenden (siehe Abbildung 10), zeigt sich ein **deutlicher Zusammenhang zwischen Ausmaß der Gründungsaktivität und Inanspruchnahme der Leistungen**. So haben 60% der Studierenden mit unternehmerischer Erfahrung ein oder mehrere Angebote besucht, während es von den Studierenden, die bisher eine Unternehmensgründung noch nicht in Betracht gezogen haben, nur 15 % sind.

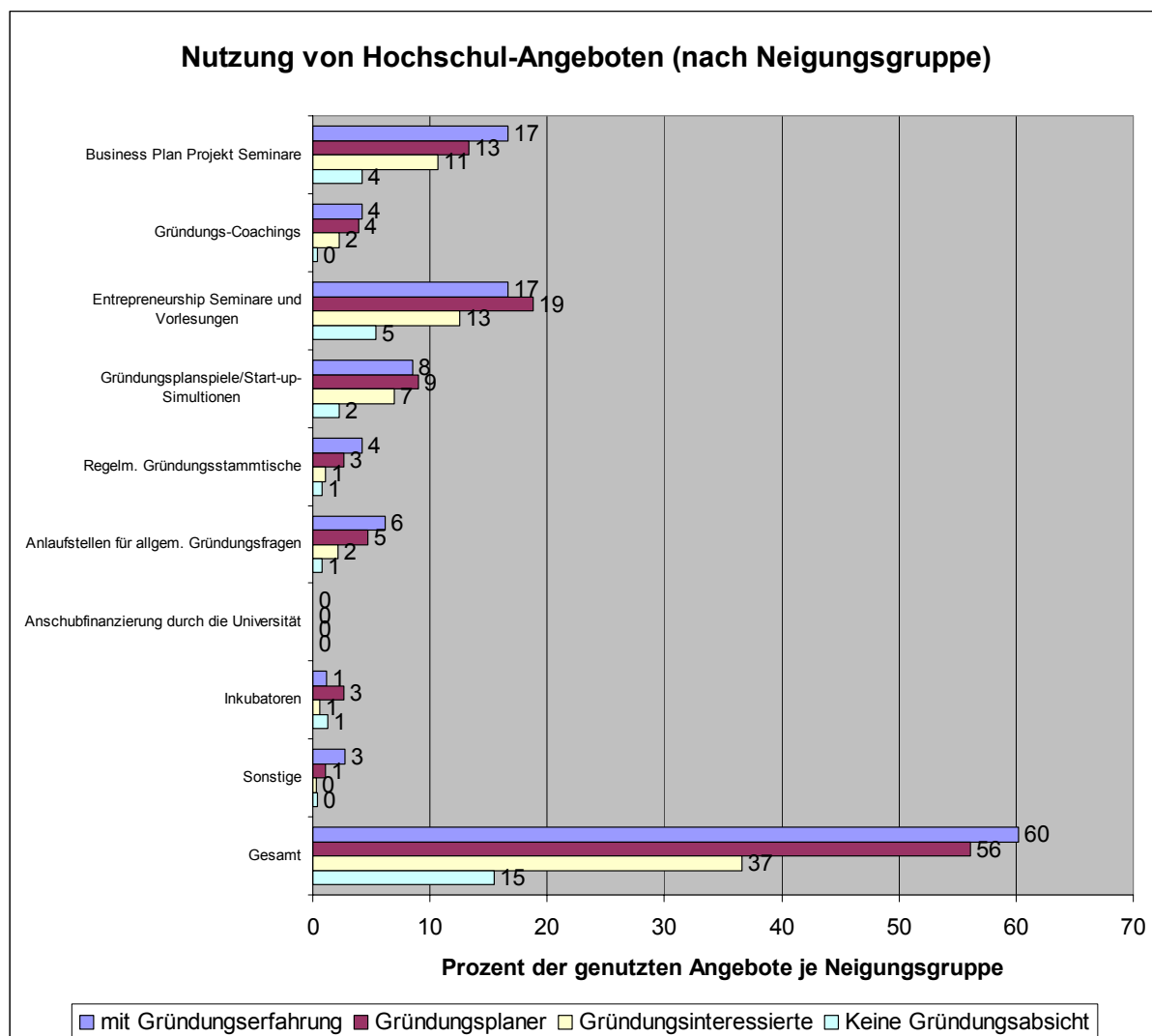


Abbildung 10: Hochschul-Angebote nach Nutzung durch die jeweilige Neigungsgruppe, N = 1070

Zusätzlich zur Erhebung von Wichtigkeit und Nutzung der Unterstützungsangebote wurde auch erhoben, inwieweit durch diese die von den Studierenden an sie gestellten Erwartungen auch erfüllt wurden (siehe Abbildung 11). Befragt wurden dabei diejenigen Studierenden, die die jeweilige Maßnahme auch besucht hatten. Auf einer sechsstufigen Skala (1 = gar nicht erfüllt, 6 = vollkommen erfüllt) liegen die Mittelwerte der Bewertungen jeweils zwischen 3,75 bis 4,5 (d.h. im Bereich von „eher erfüllt/erfüllt“).

6 Beweggründe für die Arbeits- und Karrierewahl

Die Studierenden (N = 5818) wurden ergänzend nach der Bedeutung der folgenden Beweggründe für ihre Arbeits- und Karrierewahl generell befragt.

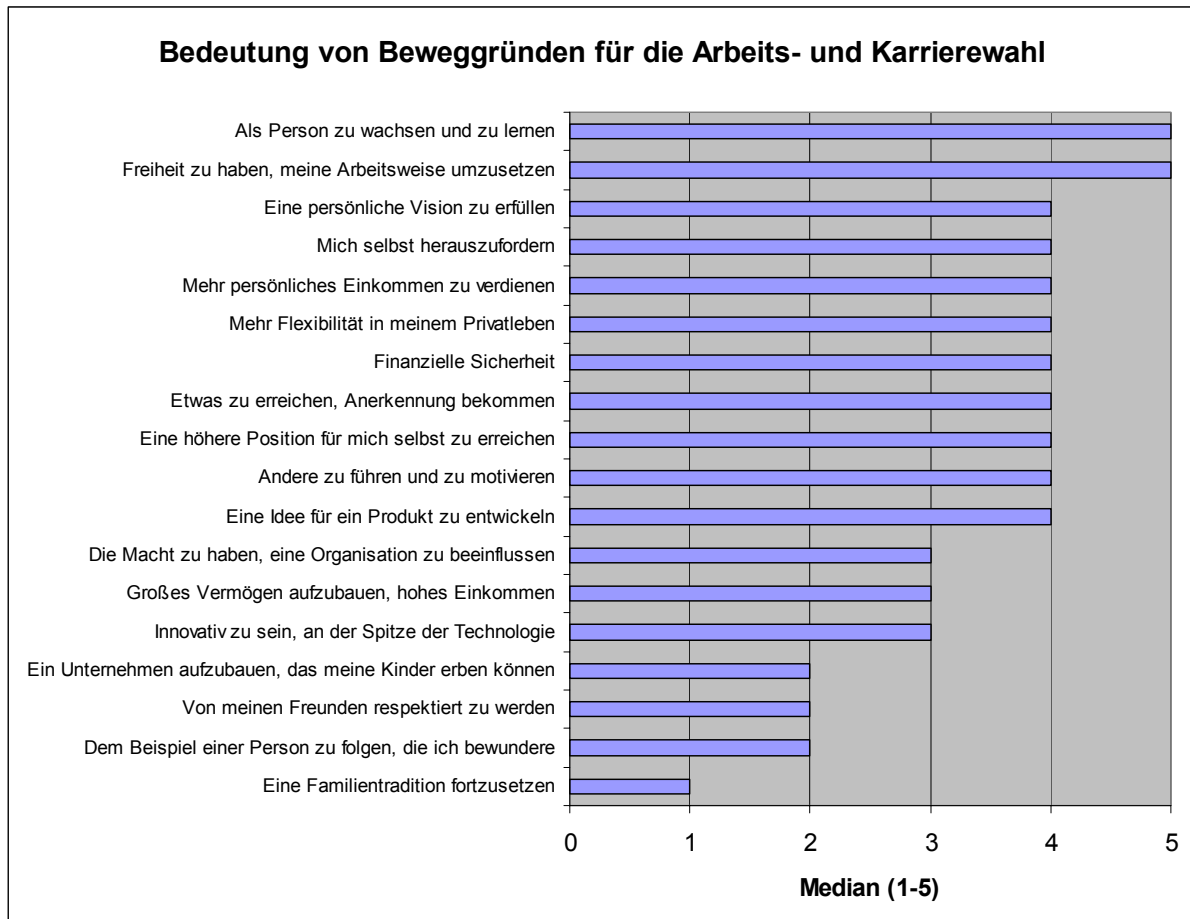


Abbildung 11: Bedeutung von Beweggründen für die Arbeits- und Karrierewahl, N = 5818

Dabei werden die Möglichkeit zur personellen Entwicklung (Wachstum und Lernen) sowie die Freiheit zur Umsetzung der individuellen Arbeitsweisen als bedeutsamste Beweggründe eingestuft.

7 Resümee und Schlussfolgerungen

7.1 Zusammenfassung der Erhebungsergebnisse

Im Rahmen des **Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)**, der Nachfolgestudie des International Survey on Collegiate Entrepreneurship (ISCE 2006), wurden 2008 bis 2009 wieder Gründungsabsichten und –aktivitäten von Studierenden erhoben. An der internationalen Studie beteiligten sich insgesamt über 64.000 Studierende aus 20 Ländern.

Die Länderstudie Österreich wurde vom Institut für Unternehmensgründung und Unternehmensentwicklung der Johannes Kepler Universität Linz durchgeführt. Die Erhebung wurde dankenswerterweise durch das Gründerservice der Wirtschaftskammern Österreichs, das Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich und die Bank Austria UniCredit Group unterstützt.

An der anonymen Online-Erhebung beteiligten sich 5.818 Studierende von 18 österreichischen Hochschulen. Der bereinigte Rücklauf betrug bezogen auf die Gesamtzahl der Studierenden 4,3 %.

Hauptergebnisse:

- Für die Zeit nach ihrem Studienabschluss fassen drei Viertel der Studierenden eine unselbständige Tätigkeit ins Auge (40 % in einem KMU, 17 % in einem Großunternehmen, 11 % wollen im Bereich Forschung, 7 % im öffentlichen Dienst). 17 % fassen eine selbständige Tätigkeit ins Auge. Das heißt also, dass deutlich über die Hälfte der antwortenden Studierenden den Berufsstart in einem KMU (40 %) bzw. einem Start-Up-Unternehmen (17 %) plant.
- Für die Zeit von 5 und mehr Jahren nach Studienabschluss, d.h. nach Erwerb (einschlägiger) Praxiserfahrungen, verschiebt sich der Berufswunsch markant zugunsten der Option Selbständigwerden: 41 % der antwortenden Studierenden möchten nach einigen Jahren selbständig tätig sein.
- Nur etwa ein Viertel aller antwortenden Studierenden hat sich bisher überhaupt noch nicht mit der Frage der Gründung eines eigenen Unternehmens befasst. Als Gründungsinteressierte i.w.S. können knapp zwei Drittel eingestuft werden. 9 % sind konkrete Gründungsplaner, und 4,5 % verfügen bereits über Erfahrung als UnternehmerIn. Diese Ergebnisse streuen jedoch über die teilnehmenden Hochschulen hinweg beträchtlich.
- Tendenziell nehmen Gründungsneigung bzw. –aktivitäten im Zuge des Studiums – insbesondere im Doktoratsstudium – zu.
- In wirtschaftsnahen Studien (z.B.: BWL, Jus) beläuft sich der Anteil der Studierenden mit unternehmerischer Erfahrung bzw. in Gründungsplanung auf 15,9 %, in Technik/Naturwissenschaften auf 13,1 % und in den Geisteswissenschaften 10,9 %.
- Es zeigen sich erhebliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Markant mehr männliche Studierende als weibliche Studierende denken über einen Unternehmensgründung nach bzw. setzen dies um. Dasselbe Bild zeigt sich auch bei einer Aufgliederung nach Studienbereichen.

- Die Studierenden möchte zum größten Teil im Handel- und Dienstleistungsbereich tätig werden (83 %), gefolgt von der Produktion mit 14 %. Bereits als UnternehmerInnen tätige Studierende sind allerdings vergleichsweise seltener im Produktionsbereich tätig, was wahrscheinlich mit der Finanzierungsproblematik zusammenhängt.
- In ihrer Eigeneinschätzung stufen fast zwei Drittel ihre, als Grundlage der Gründungsüberlegungen dienende, Geschäftsidee als innovativ ein, etwa ein Drittel greift auf ein traditionelles, bewährtes Konzept zurück. Jede siebte Idee wird von den Befragten selbst als weltweite Neuheit angesehen. Studierende, die ihre Selbständigkeit wieder aufgegeben haben, hatten dabei überdurchschnittlich häufig auf traditionelle bewährte Konzepte zurückgegriffen.
- Von den Gründungsinteressierten, -planern sowie bereits als UnternehmerIn tätigen Studierenden verfügen fast 60 % über keine Branchenerfahrung, 45 % haben keine Produkterfahrung, 54 % keine Erfahrung mit den anvisierten Kundengruppen, 78 % haben keine Erfahrung mit den Vertriebswegen. Soweit die Studierenden allerdings einschlägige Berufs- und Praxiserfahrungen aufweisen, ist diese mit durchschnittlich über 4 Jahren durchaus umfangreich.
- Von den Studierenden, die sich als generell gründungsinteressiert einstufen, haben etwa ein Drittel noch keine Aktivitäten gesetzt, ein weiteres Drittel durchdachte erste Geschäftsideen, lediglich ein Drittel setzte darüber hinausgehende Schritte. Studierende in der Phase konkreter Gründungsplanung setzen vergleichsweise mehr Aktivitäten: Nur etwa ein Drittel hat erst Ideen durchdacht, zwei Drittel haben bereits konkretere Aktivitäten gesetzt. So verfügte etwa ein Fünftel bereits über schriftliche Ausarbeitungen.
- Unter den antwortenden Befragten sind 259 Studierende mit Erfahrung als UnternehmerIn. Davon studieren 32 % (83 Personen) an der Johannes Kepler Universität Linz, gefolgt von der WU Wien mit 10 % (27 Personen) und der Universität Innsbruck mit 9 % (24 Personen).
- Im Jahre ihrer Gründung sind die meisten (67 %) der studentischen Unternehmen Ein-Personen-Unternehmen. Jedoch nimmt im Zeitablauf die Zahl der Unternehmensangehörigen zu. Auch die Umsätze entwickeln sich von durchschnittlich 53.000 Euro im Gründungsjahr auf über 250.000 Euro im fünften Jahr nach der Gründung.
- Insgesamt wurde jedes Fünfte von den derzeit Studierenden gegründete Unternehmen bisher wieder geschlossen.
- Die Aussagen zur persönlichen Gründungszufriedenheit zeigen, dass der Schritt in die Selbständigkeit mehrheitlich positiv bewertet wird.
- Von den Unterstützungsangeboten an Hochschulen wurden am häufigsten Businessplan-Seminare und Anlaufstellen für allgemeine Gründungsfragen an der Hochschule als „(sehr) wichtig“ eingestuft, mit Abstand gefolgt von Gründungs-Coaching.
- Knapp ein Fünftel der Antwortenden nutzt tatsächlich Unterstützungsangebote der Hochschule (im Durchschnitt 2 Nennungen).
- Am häufigsten genutzt wurden Entrepreneurship-Seminare und –Vorlesungen (670 Nennungen), gefolgt von Businessplan-Seminaren (556 Nennungen), Gründungsplanspielen (351 Nennungen). Die Anlaufstelle für Gründungsfragen lag

hinsichtlich der Nutzung erst mit deutlichem Abstand am vierten Platz (130 Nennungen).

- Es zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem Ausmaß der Gründungsaktivitäten und der Inanspruchnahme der Leistungen. So haben 60 % der Studierenden mit unternehmerischer Erfahrung ein oder mehrere Angebote besucht; von den Studierenden, die bisher keine Unternehmensgründung in Betracht gezogen haben, sind es nur 15 %.

7.2 Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse von ISCE 2006 und GUESSS 2009 sowie weiterer aktueller Studien - insbesondere der Europäischen Kommission zum Themenbereich Entrepreneurship Education - belegen ein hohes Gründungsinteresse und -potenzial von Studierenden an österreichischen Hochschulen. Dementsprechend erscheint der weitere Ausbau hochschulweiter und -übergreifender Angebote an Stimulierungs- und Unterstützungsmaßnahmen als sinnvoll.

Zu Studienbeginn sollte angesichts meist sehr knapper Lehrkapazitäten der Schwerpunkt darauf gelegt werden, das generelle Interesse an unternehmerischem Handeln i.w.S zu wecken. Ansatzpunkte sind dabei sowohl die (mit)unternehmerische Tätigkeit in bestehenden Unternehmen (Intrapreneurship) als auch die Karriereoption Selbständigkeit (Gründung, Nachfolge) sowie eine entsprechende berufliche Tätigkeit in Einrichtungen der Gründungsinfrastruktur (z.B. Gründerservice, Technologiezentren, Gründungsberatung). Erstes Überblickswissen sollte vermittelt werden und erste Gründungsideen sollten entwickelt werden.

Darauf aufbauend sollten Vertiefungen für interessierte Studierende vorgesehen werden (Freifach, Wahlpflichtfach, Weiterbildungsveranstaltungen). Die Angebote sollten Tests zum (Selbst)-Assessment der individuellen Entrepreneurshipkompetenzen sowie gründungsrelevantes Methodenwissen (zB Techniken zur Findung von Gründungsideen, Selbst- und Fremdorganisation, Projektmanagement, Arbeiten im Team) beinhalten. Für die Erarbeitung von Businessplänen als wichtigem Instrument der Gründungs- und Nachfolgeplanung sollte die Gelegenheit gegeben werden, interdisziplinär, fakultäts- und hochschulübergreifend in Teams zusammenarbeiten zu können. Insbesondere auf für unternehmerische Tätigkeit relevante betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie auf die Entwicklung der Verhandlungs- und Verkaufskompetenz und Teamfähigkeit sollte verstärkt Wert gelegt werden. Dem erhöhten Interesse an Kontakten zu (Jung)-Unternehmern sollte durchgehend durch den Einbau entsprechender Kontaktmöglichkeiten Rechnung getragen werden. Fortgeschrittene Studierende und DoktorandInnen, insbesondere aus dem technisch-naturwissenschaftlichen Bereich, fragen auch verstärkt Unterstützungsleistungen von Hochschul-Inkubatoren bzw. von hochschuleigenen VC-Fonds nach.

Da Gründungs- und Nachfolgeaktivitäten in den meisten Fällen erst mehrere Jahre nach Studienabschluss gesetzt werden, ist ein entsprechendes postgraduales Angebot zu entwickeln. Die Palette reicht dabei von einzelnen Weiterbildungsveranstaltungen bis hin zu Lehrgängen. Dabei ist auf die Möglichkeit eines berufsbegleitenden Besuches und einen modularen Aufbau zum gezielten Ausgleich individueller Kompetenzdefizite Bedacht zu nehmen. Gerade bei berufserfahrenen AbsolventInnen sollte die Option einer Unternehmensübernahme stärker berücksichtigt werden. Entsprechende Angebote können von den Hochschulen in Kooperation mit Einrichtungen der Gründungsinfrastruktur,

Wirtschaftskammern, Banken und Weiterbildungs- und Beratungsinstituten entwickelt und durchgeführt werden.

Die Differenzierung von Angeboten sollte jedoch nicht nur nach Studienrichtungen und -abschnitten durchgeführt werden, sondern auch die unterschiedliche individuelle Gründungsneigung berücksichtigen. Dies erfordert unterschiedliche Angebote: Für Studierende ohne (derzeitige) konkrete Gründungsabsicht oder mit noch unspezifischem, allgemeinem Interesse am Thema sind praxisorientierte Lehrveranstaltungen, Diskussionsveranstaltungen mit Praktikern, Feldstudien usw. sinnvoll, um ihr Interesse an Unternehmertum bzw. als Intrapreneur als mögliche Karriereoption zu erkunden. Studierende, die eine Gründung planen oder vorbereiten, sowie studierende UnternehmerInnen fragen jedoch wesentlich konkretere praxisorientierte Unterstützungsmaßnahmen nach. Für diese - beachtlich große - Gruppe sind Begleitcoaching und Hilfestellung hinsichtlich Finanzierung (inkl. hochschuleigener Fonds), Förderung und Aufbau von Netzwerkkontakten von besonderer Bedeutung. Spezielles Coaching kann z.B. in Sonderveranstaltungen – auch in Kooperation mit externen Anbietern – angeboten werden. UnternehmerInnen sollten als Testimonials und potenzielle Netzwerkpartner in das Lehrangebot eingebunden werden. Gezielte Angebote sollten auch zur Unterstützung von Gründungsinteressentinnen entwickelt werden.

Von den Inhalten her sind je nach Studiengebiet unterschiedliche Kompetenzdefizite zu berücksichtigen. Zu beachten ist das bei nicht-wirtschaftsnahen Studiengebieten oft ausgeprägte betriebswirtschaftliche Defizit. Besonderes Augenmerk ist zudem auf die Förderung der Verkaufs- und Verhandlungskompetenz zu legen.

Generell sollten die Angebote durchgehend eine methodisch-didaktisch erwachsenengerechte, teamorientierte und umsetzungsorientierte Gestaltung aufweisen. Dies setzt neben Fachwissen eine entsprechende Methoden- und Sozialkompetenz des Lehr- und Betreuungspersonals voraus. Experten aus Gründungsinfrastruktureinrichtungen (z.B. Gründerservice der Wirtschaftskammern und von Banken, JungunternehmerInnen-Netzwerke, Unternehmensberater, Coaches, erfahrene UnternehmerInnen, Business Angels und Venture Capitalists) sollten deshalb in Lehre und anwendungsorientierte Forschung miteinbezogen werden. Damit wird nicht nur die Praxisrelevanz des Angebotes gesteigert, sondern es können bereits gezielt persönliche Kontakte zu relevanten AnsprechpartnerInnen hergestellt werden, um (spätere) Gründungsvorhaben zu erleichtern. Neben Bildungs- und Beratungsangeboten kommt insbesondere der Unterstützung in Fragen der Finanzierung, bei der Suche nach geeigneten Förderprogrammen, sowie bei der Suche nach MitgründerInnen oder – insbesondere bei AbsolventInnen – nach potenziellen ÜbergeberInnen hohe Bedeutung zu.

8 Literatur

Apfelthaler, G./ Schmalzer, T./ Schneider, U./ Wenzel, R. (2008): Global Entrepreneurship Monitor. Bericht 2007 zur Lage des Unternehmertums in Österreich, Graz.

European Commission/Enterprise and Industry Directorate-General (ed) (2008): Best Procedure Projekt: „Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies“, final report of the expert group, Bruxelles.

Kailer, N. (2005a): Unternehmensgründung und –übernahme durch HochschulabsolventInnen – Empirische Ergebnisse, Problemfelder, Unterstützungsmaßnahmen, in: *ibw-Mitteilungen* 4/2005, S. 1 – 10 (www.ibw.at).

Kailer, N. (2005b): Konzeptualisierung der Entrepreneurship Education an Hochschulen: Empirische Ergebnisse, Problemfelder und Gestaltungsmöglichkeiten, in: *Zeitschrift für Klein- und Mittelbetriebe und Entrepreneurship (ZfKE)*, 53. Jg., Heft 3/2005, S. 165 – 184.

Kailer, N. (2002): Studierende als Gründer – Gründungspotenzial, Gründungsaktivitäten, Unterstützungswünsche, in: *IGA Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen (Internationales Gewerbearchiv)*, Jg. 50, No. 3/2002, S. 161 – 173.

Kailer, N. (2007a): Gründungspotenzial und –aktivitäten von Studierenden an österreichischen Hochschulen – Austrian Survey on Collegiate Entrepreneurship, IUG Arbeitsbericht 3 (2007), Linz 2007.

Kailer, N. (2007b): Evaluation of Entrepreneurship Education, in: Fayolle, A. (ed.): *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, Edward Elgar, Cheltenham (UK)/Northampton M.A. 2007, pp. 221 – 242.

Kailer, N./Neubauer, H. (2008): Entrepreneurship Education an Hochschulen: Empirische Erkenntnisse, Designansätze und Implementierungsvorschläge. In: *Zeitschrift für Klein- und Mittelbetriebe (ZfKE)*, Sonderband 1/2008, S. 57 – 74.

Kailer, N. (2009): Entrepreneurship Education: Empirical findings and proposals for the design of entrepreneurship education concepts at universities in German speaking countries. In: *Journal of Enterprising Culture (JEC)*, Vol. 17, No. 2 (June 2009), pp. 1-31.

NIRAS Consultants/FORA/ECON Pöyry (2008): Survey of Entrepreneurship Education in Higher Education in Europe, European Commission/Directorate General for Enterprise and Industry (ed.), Bruxelles.

Schwarz, E./Grieshuber, E. (2002): Unternehmensgründung als Berufsalternative österreichischer Studierender, in: Buchinger, S. (Hrsg.), *Gründerland Österreich*, BMWA – Center Wirtschaftspolitik (Hrsg.), Wien 2002, S. 169-189.

World Economic Forum (ed.) (2009): Educating the Next Wave of Entrepreneurs – Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century, Cologny/Geneva.

<http://eportal.bmbwk.gv.at/unidat/unidata%20LANDINGPAGE.htm>

<http://wko.at/statistik/jahrbuch/ng-bundeslaender.pdf>