

Ich gründe ein Unternehmen!

Stefan Vorbach

17.11.2020

Unternehmertum bei Studierenden

(GUESSS-Studie 2016)



Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2016

- Gesamt: mehr als 100.000 Studierende in 34 Länder
- In Österreich: 3.755 Studierende an 23 Universitäten

Unternehmerische Tätigkeit während des Studiums (Zahlen aus 2011)

- Internationaler Durchschnitt 2,5%
- Österreich 3,3%

Gründungsinteresse ist in Österreich groß (Zahlen aus 2013)

- 2/3 grundsätzlich interessiert
- 9% konkrete Gründungsplaner
- 4,5% bereits unternehmerische Erfahrung

Teamgründungen bei Akademikern häufig

Unternehmertum bei Studierenden in AT

(GUESSS-Studie 2016)

- Directly after graduation 82% of students intend to work as employees (38% in an SME, 19% in a large enterprise, 9% in academia/research, 5% in a non-profit organization and 11% in the public service). **3%** intend to be **self-employed**.
- In a **5 year perspective after graduation** there is a distinct shift towards the career option self-employment: **27%** of the students want to be **self-employed** (23% working in their own firm, 4% as a successor).
- 306 students (**8.1%**) are currently trying to start their own business (so called **nascent founders**) and 217 students (**5.8%**) are already **self-employed** (active entrepreneurs).

Unternehmertum bei Studierenden in AT

(GUESS-Studie 2016)

- The industry sectors in which most of the active student entrepreneurs have started their **business** are in the **information technology and communication sector** (18%), **advertising/design/marketing** (11%) and **health services** (8%).
- **69%** of nascent entrepreneurs have already **collected information about markets or competitors** – about one in two has started with product/service development. A fourth of the nascent entrepreneurs already wrote a business plan. Only 13% have done nothing so far.

Unternehmertum bei Studierenden in AT

(GUESSS-Studie 2016)

- Students plan to start their own business mostly in the following **industries: Information technology and communication (14%), Health service (12%), Advertising/Design/Marketing (12%)**.
- Almost two out of three of the nascent entrepreneurs (**63%**) intent to found their company in a **team** (with one or more co-founders). On the other hand, only 35% of the active student entrepreneurs have actually founded with a partner.

Unternehmertum bei Studierenden in AT

(GUESSS-Studie 2016)

- The most important social **context to meet potential co-founders** seems to be the circle of friends outside university, followed by the family context. The university context – compared to relatives – plays a notably role for nascent founders: 38% stated that they intend to found with one or more fellow students. 18% intend to found with relatives.
- Currently the majority of student entrepreneurs (**62%**) **do not have any employees** (expressed as full time equivalents). About one third (**29%**) **employs 1–3 persons**.
- The **217 active** student entrepreneurs which participated in this study created approximately **648 jobs** (including 217 entrepreneurs, 128 co-founders and 303 employees).

Welche Fähigkeiten benötigen Uni-Absolventen*innen neben dem Fachwissen, um ein Unternehmen zu gründen?

Grundlegende Antriebe von Unternehmensgründer*innen

- Dominanz (der Antrieb selbstbestimmt Einfluss nehmen zu können)
- Extraversion (der Antrieb nach Anregung, sozialer Stimulanz)
- Geduld (das Maß an Spannung in einer Persönlichkeit)
- Formalität (der Antrieb, im Rahmen von Regeln und Strukturen bestmöglich zu agieren)

Dominanz

- = der Antrieb selbstbestimmt Einfluss nehmen zu können
- brauchen in besonderem Maße **Gestaltungsspielraum**
- suchen **Herausforderungen**, haben **Kraft, Leidenschaft und Mut**, neue Wege zu gehen
- schrecken nicht zurück vor **Schwierigkeiten**, spüren eine **innere Stärke**
- sind dafür bereit, eine Menge **Handlungskraft und Willensstärke** einzubringen

Extraversion

- = der Antrieb, im Rahmen von Regeln und Strukturen bestmöglich zu agieren
- Unternehmerische Persönlichkeiten werden oft als **charismatisch, mitreisend** beschrieben
- wirkt sich in der Art und Weise aus, **wie kommuniziert, kooperiert, entschieden wird**, Konflikte ausgetragen und gelöst werden
- große **Bandbreite an Ausprägung** der Extraversion zu beobachten

Geduld

- = der Antrieb nach Anregung, sozialer Stimulanz
- haben hohe innere **Spannung**
- zeigen teils unfassbar hohe **Energie** und enormen **Aktivitätsgrad**
- agieren **tempogeladen**
- **strapazieren** das Umfeld teils gehörig

Formalität

- = das Maß an Spannung einer Persönlichkeit
- haben den Wunsch nach **Individualität**, einem Leben nach **eigener Überzeugung**
- finden bei Schwierigkeiten **pragmatische Lösungen und improvisieren**
- haben eine starke **internale Kontrollüberzeugung** (Locus of control)
- haben eine hoch ausgeprägte **Machbarkeitsvorstellung und Überzeugung**, das eigene Schicksal weitgehend selbst beeinflussen zu können

Und welche förderlichen und hemmenden Faktoren lassen sich auf dem Weg in die Selbständigkeit identifizieren?

Und welche förderlichen und hemmenden Faktoren lassen sich auf dem Weg in die Selbständigkeit identifizieren?

- Gründung auf Grund elterlicher Prägung
- Gründung, weil man jung ist
- Gründung durch Glück und Zufall
- Gründung wegen günstiger materieller Rahmenbedingungen
- Gründung auf Grund von Bildung/Ausbildung
- Gründung auf Grund einer genialen Idee

Quelle: Dickel, Walter, Sienknecht, Rasmus (2019)(Hrsg.):
Fallstudien zu akademischen Ausgründungen. Springer
Fachmedien Wiesbaden,
Stracke, Schmäh (2018): Unternehmerpersönlichkeiten
verstehen, Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 15-31

Sind soziale Kompetenzen dabei das Zünglein an der Waage?

Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Stefan Vorbach
Institut für Unternehmungsführung und Organisation,
Technische Universität Graz

stefan.vorbach@tugraz.at