

Jeder achte Studienabgänger ist ein potentieller Unternehmensgründer

Eine breit angelegte Befragung von Studierenden ausgewählter Schweizer Hochschulen bringt es an den Tag: Jeder zwanzigste Studienabgänger hat bereits eine Unternehmensgründung hinter sich, jeder achte Studienabgänger beabsichtigt fest, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Als grösster Hemmfaktor für die Gründung wird fehlendes Kapital genannt.

Die Studie «Swiss Survey on Collegiate Entrepreneurship 2004»^(*) ist das Ergebnis einer breit angelegten Befragung bei Studierenden ausgewählter Hochschulen in der Schweiz. Sie ist in Zusammenarbeit zwischen dem Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG) und der studentischen Initiative START der Studentenschaft der Universität St. Gallen (START) entstanden.

■ Ein erstes Ziel der Umfrage, die in Zukunft alle zwei Jahre durchgeführt

werden soll, ist es, ein *aussagekräftiges Bild* über die *unternehmerische Stimmung* und die *Zukunftsplanung* der Studierenden und Doktorierenden an Schweizer Universitäten und Studierenden der Fachhochschulen zu erhalten.

■ Das zweite Ziel ist, herauszufinden, welche *Einflussfaktoren* eine Unternehmensgründung durch Studierende fördern. An der Umfrage im Juni 2004 haben über 3300 Studierende der ETH Zürich, der Universität St. Gal-

len (HSG), der Universität Basel, der Fachhochschule Rapperswil (HSR), der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHW) und der Fernfachhochschule Schweiz (FFH-CH) teilgenommen.

Unternehmensgründungen durch Studierende

Die Erhebung hat ergeben, dass bereits 4,5% aller Studierenden ein Unternehmen gegründet haben und damit bereits erste Umsätze generieren. Weitere 12,4% geben an, dass sie in Zukunft eine Unternehmensgründung beabsichtigen. Für die Hälfte der Studierenden kommt eine Unternehmensgründung vielleicht, für einen Drittel auf keinen Fall in Frage.

Gründungspotential

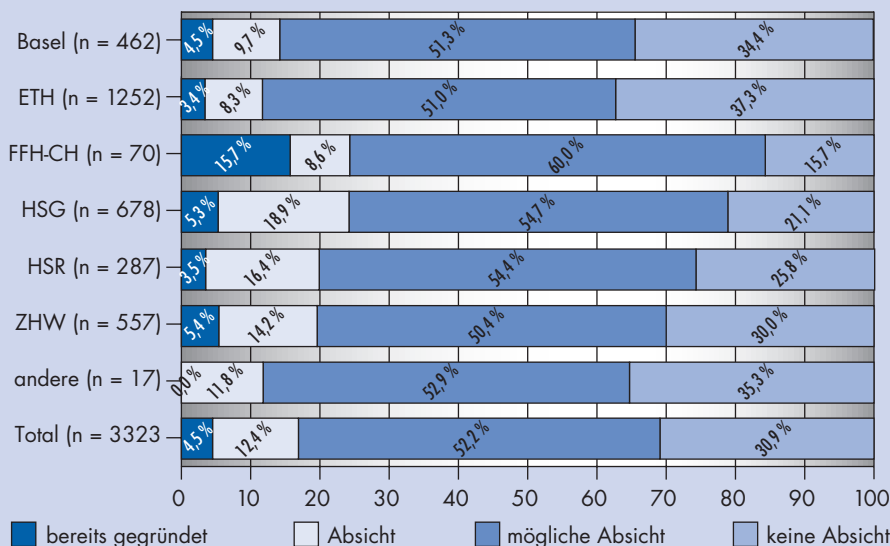
Die Universität St. Gallen und die Zürcher Hochschule Winterthur weisen mit einem 5,3 respektive 5,4 Prozentanteil der Studierenden, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, ein relativ *hohes Niveau* unter den Vollzeitstudienlehrgängen aus. Für die Universität St. Gallen kann damit im Vergleich zum Vorjahr eine Zunahme von 0,6 Prozentpunkten diagnostiziert werden. An der Universität Basel haben 4,5%, an der Fachhochschule Rapperswil 3,5% der Studierenden bereits ein Unternehmen gegründet. Trotz leichten Unterschieden lässt sich ein *hohes Potential* von zukünftigen Unternehmerinnen und Unternehmern feststellen.

Hürden für Unternehmensgründung

Als grösste Hürden, ein eigenes Unternehmen zu gründen, sehen die Studie-

^(*) Die Studie kann als PDF-Datei unter <http://www.kmu.unisg.ch> bezogen werden.

Grafik
Gründungsabsichten von Studienabgängern



Quelle: KMU-HSG und START

renden das *Fehlen von Eigen- und Fremdkapital* sowie das *Tragen des eigenen finanziellen Risikos*. Als weitere wichtige Hürden werden fehlende Kundenkontakte, das Fehlen der richtigen Business-idee sowie Know-how-Defizite genannt.

Das wirtschaftspolitische Umfeld oder die konjunkturelle Lage spielen hingegen eine untergeordnete Rolle, zumindest nach den Aussagen der Studierenden. Die Studie hat ergeben, dass jene, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, alle möglichen Hürden als weniger gering einschätzen als Studierende, die selber noch kein eigenes Unternehmen gegründet haben.

Einflussfaktoren auf Unternehmensgründung

In der Umfrage konnten *verschiedene Einflussgrössen* identifiziert werden, die eine *Unternehmensgründung* durch Studierende *unterstützen*. Dabei wurde zwischen Faktoren aus dem universitären und dem persönlichen Umfeld differenziert.

Studierende in höheren Semestern respektive höherem Alter gründen signifikant mehr Unternehmen als Studierende in tieferen Semestern. Studierende, die Veranstaltungen zum Thema «Entrepreneurship» bzw. Unternehmertum besucht haben, weisen eine signifi-

kant höhere Gründungstätigkeit aus als Studierende, die keine solche Veranstaltung besucht haben. Als mögliche Unterstützung wünschen sich Studierende neben allgemeinen Seminaren und Vorlesungen ein Coaching für die eigene Gründung sowie eine Anlaufstelle für allgemeine Gründungsfragen.

KMU-HSG/START

Verstärkte Marketing-Offensive für Beherbergungsbetriebe

GastroSuisse plant neue Hotelklassifikation

GASTROSUISSE

GastroSuisse plant die Schaffung einer neuen Hotelklassifikation. Das haben die Teilnehmer der Präsidentenkonferenz, das heisst die Präsidenten der 26 Kantonalsektionen und der 4 Fachgruppen des Verbandes, anlässlich ihrer Herbsttagung am 28. September 2004 in Bern beschlossen. Mit diesem Entscheid kommt GastroSuisse einer langjährigen Forderung ihrer Mitglieder nach.

Ziel von GastroSuisse ist eine einfache, kundenfreundliche und verkaufsorientierte Hotelklassifikation. Mit Rücksichtnahme auf die Gäste und zugunsten einer klaren Kommunikation wird die neue Klassifikation auf den weltweit bereits gut verankerten Sternen-Symbolen aufbauen.

Das Projekt GastroSuisse ist eine konsequente Fortsetzung des vor sechs Jahren eingeschlagenen Weges zur verstärkten Marketing-Unterstützung für die Beherbergungsbetriebe. Auf das damals lancierte Dienstleistungspaket «SchweizDirekt» (mit Hotelreiseführer und Internet-Auftritt) für kleine und mittelgrosse Hotelbetriebe folgte dieses Jahr eine spezielle Promotion «Preiswert»; eine Kampagne in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und dem Switzerland Travel Center, die sehr erfolgreich angelaufen ist.

Der Start der neuen Hotelklassifikation ist für Anfang 2006 geplant. Die GastroSuisse-Kommission Beherbergung wird bis Frühjahr 2005 einen Business- und Investitionsplan erstellen. Die Ausarbeitung der Einzelheiten ist im Gange. Von den über 20 000 Mitgliedern, die GastroSuisse, dem grössten gastgewerblichen Arbeitgeberverband angehören, bieten rund 5000 auch Beherbergung an.

GastroSuisse