



Global Entrepreneurship Monitor

*Bericht 2005 zum Unternehmertum
in der Schweiz und weltweit*

2005 Swiss Executive Report



Thierry Volery, Heiko Bergmann,
Georges Haour und Benoît Leleux

Mit Unterstützung von Martina L. Jakl



Schweizerisches Institut
für Klein- und Mittelunternehmen

Universität St.Gallen



Danksagungen

Die Autoren bedanken sich herzlich bei den 36 Experten, die sich freundlicherweise dazu bereit erklärt haben, uns eine Einschätzung der Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen in der Schweiz zu geben, ebenso bei den 5'456 Personen, die an der telefonischen Befragung durch gfs.bern teilgenommen haben.

Dieser Bericht wäre ohne die grosszügige und dankenswerte Unterstützung der Förderagentur für Innovationen (KTI), des Grundlagenforschungsfonds der Universität St. Gallen und dem IMD nicht zu Stande kommen.

Die Autoren möchten sich ebenfalls beim Koordinationsteam des GEM-Projekts bedanken, insbesondere bei Mick Hancock, Steve Hunt und Tatiana Schofield an der London Business School sowie Maria Minniti und Marcia Cole am Babson College. Ein grosser Dank geht auch an Martina Jakl vom KMU-HSG für die Übersetzungen und die Mitarbeit bei den Experteninterviews.

Der vorliegende Bericht nimmt in einigen Teilen die Ergebnisse des globalen GEM-Berichts 2005 wieder auf: Minniti, M., Bygrave, W. and Autio, E. (2006): Global Entrepreneurship Monitor – 2005 Executive Report, online unter folgender Adresse erhältlich: <http://www.gemconsortium.org/>

*Zustandegekommen mit der freundlichen
Unterstützung von*

KTI/CTI

DIE FÖRDERAGENTUR FÜR INNOVATION
L'AGENCE POUR LA PROMOTION DE L'INNOVATION
L'AGENZIA PER LA PROMOZIONE DELL'INNOVAZIONE
THE INNOVATION PROMOTION AGENCY

Die Autoren des GEM-Berichts

Heiko Bergmann

Heiko Bergmann ist seit 2004 Projektleiter am Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St.Gallen. Er war vorher wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Köln, wo er seine Dissertation über regionale Unterschiede im Gründungsgeschehen in Deutschland verfasst hat. Er beschäftigt sich schon seit vielen Jahren intensiv mit den Themen Entrepreneurship, Innovation und KMU und arbeitet bereits seit 2001 am GEM-Projekt mit.

Georges Haour

Georges Haour ist Professor am IMD in Lausanne, wo er Technology & Innovation Management unterrichtet und zahlreiche Executive-Programme für Manager aus aller Welt leitet. Er ist als Forscher und Berater in den Bereich Innovationsmanagement und Technologiegründungen tätig, beispielsweise für Generics in Cambridge, UK. Georges Haour wurde in Lyon geboren, hat an der Ecole Nationale Supérieure de Chimie in Paris studiert und an der Université de Toronto promoviert. Sein letztes Buch trägt den Titel «Resolving the Innovation Paradox - Enhancing Growth in Technology Companies» (Palgrave, London, 2005).

Benoît Leleux

Benoît Leleux ist Inhaber der Stephan Schmidheiny Professur für Entrepreneurship and Finance am IMD in Lausanne, wo er sowohl Direktor des MBA-Programms als auch Forschungs- und Entwicklungsdirektor ist. Er war vorher Visiting Professor für Entrepreneurship am INSEAD, stellvertretender Direktor des 3i VentureLab-Zentrums sowie Associate Professor und Zubillaga Chair in Finance and Entrepreneurship am Babson College in den USA. Benoît Leleux hat Agraringenieurwesen am UCL in Belgien studiert, am INSEAD in Frankreich promoviert und einen MBA am Virginia Tech (USA) absolviert.

Thierry Volery

Thierry Volery ist Professor für Unternehmensführung und Entrepreneurship an der Universität St. Gallen und Direktor des Schweizerischen Instituts für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG). Sein Doktorat erlangte er an der Universität Fribourg, wo er unter anderem von 1992 bis 1995 als Assistent tätig war. Danach folgte ein Aufenthalt an der Curtin University of Technology in Perth (Australien). Von 1999 bis 2002 war er Professor an der EM Lyon. Seine zuletzt veröffentlichte Bücher tragen den Titel «Entrepreneurship: Modelle, Umsetzung, Perspektiven» (mit Urs Fueglistaller und Christoph Müller, Gabler Verlag, 2004), und «Visionäre, die sich durchsetzen» (mit Ev Müllner, Orell Füssli, 2006).

Inhaltsverzeichnis

Danksagungen	1
Die Autoren des GEM-Berichts	2
Das Wichtigste in Kürze	
Das GEM-Projekt	4
Internationaler Vergleich von Entrepreneurship-Aktivitäten	4
Merkmale der Gründungen und des Umfelds	4
Die Rahmenbedingungen für Entrepreneurship	5
Sonderthema: Regionale Unterschiede in der Schweiz	5
Einleitung	
Was ist Entrepreneurship?	6
Das GEM-Projekt	6
Die Bevölkerungsbefragung in der Schweiz im Jahr 2005	7
Die verwendeten Gründungsindizes	8
Unternehmerische Aktivität: die Resultate der Schweiz im internationalen Vergleich	
Gründungsaktivitäten	9
Etablierte Unternehmer	10
Der Übergang von Gründungen hin zu etablierten Unternehmen	11
Marktpotenzial von Unternehmen	12
Wirtschaftliche Entwicklung und Unternehmertum	14
Merkmale von Gründern	
Motivation für die Unternehmensgründung	15
Soziodemographisches Profil der Gründer	16
Soziales Umfeld des Unternehmers	17
Rahmenbedingungen für Unternehmertum in der Schweiz	19
Technologietransfer	20
Gründungsbezogene Aus- und Weiterbildung	21
Finanzierung	21
Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen	22
Sonderthema: Regionale Unterschiede	
Gründungsaktivitäten	23
Etablierte Unternehmen	24
Sektorale Verteilung der Gründungen	25
Wachstumsabsichten	26
Marktpotenzial	27
Gründungsbezogene Einstellungen	28
Fazit	30
Anhang	
Das GEM-Modell	31
Liste der befragten Experten	32

© Copyright 2006:

T. Volery, H. Bergmann, G. Haour et B. Leleux

Graphisme et mise en page:

Estelle Hofer - www.stldesign.ch

Das Wichtigste in Kürze

Das GEM-Projekt

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Forschungsprojekt, das 1997 von der London Business School (UK) und dem Babson College (USA) ins Leben gerufen wurde. Das GEM-Projekt untersucht Gründungsaktivitäten in 35 Ländern weltweit. Die Schweiz hat im Jahr 2005 zum dritten Mal am GEM-Projekt teilgenommen.

In der Schweiz wurden im Sommer 2005 5'456 zufällig ausgewählte Personen im Alter von 18 bis 64 Jahren vom renommierten Meinungsforschungsinstitut gfs.bern per Telefon befragt. Die hohe Anzahl der befragten Personen lässt erstmalig auch eine regionale Auswertung der Daten für die Schweiz zu, was das Sonderthema des diesjährigen GEM-Berichts ist.

Internationaler Vergleich von Entrepreneurship-Aktivitäten

Insgesamt versuchen derzeit etwa 6% der erwachsenen Schweizer aktiv ein neues Unternehmen zu gründen oder sind Inhaber und Geschäftsführer eines Unternehmens, das noch nicht älter als 3 ½ Jahre ist. Damit sind etwa 290'000 Personen in der Schweiz an Gründungsaktivitäten beteiligt. Im Vergleich zu den Jahren 2002 und 2003 ist die Gründungsquote in der Schweiz leicht zurückgegangen.

Die Schweiz liegt mit der Gründungsquote von 6% im oberen Mittelfeld der beteiligten europäischen Länder. Relativ die meisten Unternehmen werden in Europa in Irland und Island gegründet. Im weltweiten Vergleich liegt die Gründungsquote insbesondere in Entwicklungsländern wie Venezuela, Thailand und Jamaika hoch. Diese Länder sind aufgrund ihrer Wirtschaftsstruktur allerdings nur bedingt mit der Schweiz zu vergleichen. Auch die anglo-amerikanischen Länder Neuseeland, USA und Australien zeichnen sich durch eine hohe Gründungsquote aus.

Der Anteil der etablierten Unternehmer, die mit ihrem Unternehmen bereits seit mehr als 3 ½ Jahren am Markt wirtschaftlich aktiv sind, liegt mit fast 10% so hoch wie in kaum einem anderen europäischen Land und auch im weltweiten Vergleich sehr hoch. Das Verhältnis von Gründern zu etablierten Unternehmern lässt auf eine hohe Stabilität Schweizer Unternehmen schliessen.

Im Vergleich zu anderen entwickelten Industrienationen weisen die Unternehmensgründungen in der Schweiz ein leicht überdurchschnittliches Wachstumspotenzial auf. Bei den etablierten Unternehmen schneidet die Schweiz allerdings unterdurchschnittlich ab.

Merkmale der Gründungen und des Umfelds

Der grosse Teil (84%) aller Gründungen in der Schweiz erfolgt, weil die Gründer eine gute Geschäftsmöglichkeit ausnutzen wollen. Bei 14% steht demgegenüber eine fehlende Erwerbsalternative im Vordergrund. Im internationalen Vergleich ist der Anteil dieser «Gründungen aus der Not» gering. Etwa 40% aller Gründungen in der Schweiz erfolgen durch Frauen, was im internationalen Vergleich ein hoher Anteil ist.

Die Einstellungen der Bevölkerung sind im Vergleich zu anderen europäischen Ländern positiv: 41% der erwachsenen Schweizer kennen einen Gründer persönlich; mehr als die Hälfte trauen sich eine Gründung selbst zu; 39% sehen gute Möglichkeiten für eine Unternehmensgründung und nur 35% der Schweizer würde die Angst zu scheitern von einer Gründung abhalten. Die positive Einstellung der Schweizer Bevölkerung trägt mit zur Erklärung der Gründungsquote in der Schweiz bei.

Die Rahmenbedingungen für Entrepreneurship

Der internationale Vergleich der Rahmenbedingungen erfolgt auf Basis einer Befragung von mindestens 36 Gründungsexperten in jedem der GEM-Länder. Die Schweiz bietet gute Rahmenbedingungen bei der physischen Infrastruktur, dem Schutz geistigen Eigentums und der gründungsbezogenen Ausbildung an Hochschulen und in der Weiterbildung. Kritisieren lassen sich allerdings die Vermittlung gründungsbezogener Inhalte an Schulen, die gesellschaftlichen Werte und Normen sowie die mangelnde Marktoffenheit der Schweizer Volkswirtschaft.

Die Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen werden sehr schlecht eingeschätzt. Paradoxe Weise ist die Gründungsquote von Frauen in der Schweiz dennoch vergleichsweise hoch.

Sonderthema: Regionale Unterschiede in der Schweiz

Die Gründungsquote in der Schweiz weist deutliche Unterschiede nach Grossregionen auf. Die meisten Gründungen relativ zur Bevölkerung erfolgen in der Zentralschweiz, gefolgt von Zürich und der Ostschweiz. Eine unterdurchschnittliche Gründungsquote findet man demgegenüber im Espace Mittelland, der Nordwestschweiz, der Région Lémanique und insbesondere im Tessin.

In allen Regionen sind Dienstleistungen die dominierende Branche neu gegründeter Unternehmen. Fast 50% aller Gründungen sind personenbezogene und etwa 30% unternehmensbezogene Dienstleistungen. Mit zunehmender regionaler Gründungsquote nimmt tendenziell der Anteil der personenbezogenen Dienstleistungen zu.

In Regionen mit einer hohen Gründungsquote haben viele Gründungen nur ein geringes Wachstumspotenzial. Die meisten Unternehmen mit einem sehr hohen Potenzial findet man in Zürich.

Bei den gründungsbezogenen Einstellungen der Bevölkerung lassen sich deutliche regionale Unterschiede feststellen. Regionen mit positiven Einstellungen weisen tendenziell auch eine hohe Gründungsquote auf. Gründungsbezogene Einstellungen haben einen Einfluss auf Gründungsaktivitäten und erklären zum Teil auch die unterschiedlichen regionalen Gründungsquoten.

Einleitung

Was ist Entrepreneurship?

Dieser Bericht beschäftigt sich mit Entrepreneurship in der Schweiz im internationalen Vergleich. Der Begriff «Entrepreneurship» lässt sich kaum wortwörtlich ins Deutsche übertragen. Am ehesten trifft noch die Übersetzung «Unternehmertum» zu. Entrepreneurship wird hier als Prozess definiert, welcher die Identifizierung, Evaluierung und Verwertung von Geschäftsmöglichkeiten umfasst. Dieser Prozess vollzieht sich meist in Form einer Unternehmensgründung, die entweder unabhängig oder mit Hilfe des Arbeitgebers durchgeführt wird. Der Prozesscharakter von Gründungen macht es schwierig, den genauen Zeitpunkt zu bestimmen, ab wann ein neues Unternehmen besteht: Der Eintrag in das Handelsregister, das Vorhandensein eines Business Plan oder eines ersten Produkts oder die erste wirtschaftliche Transaktion sind alternative Indikatoren, um den Gründungszeitpunkt abzustecken.

Dieser Bericht setzt sich folgendermassen zusammen: In dieser Einleitung wird das Projekt «Global Entrepreneurship Monitor (GEM)» vorgestellt und die zugrunde liegenden empirischen Erhebungen erläutert. Der zweite Teil des Berichts analysiert die unternehmerischen Aktivitäten in den 35 teilnehmenden Ländern. Anschliessend werden die Merkmale von Unternehmern dargestellt und verglichen. Im vierten Teil werden dann die Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen einer genauen Prüfung unterzogen. Daran schliesst eine Untersuchung von regionalen Unterschieden im Gründungsgeschehen in der Schweiz an. Die Analyse von regionalen Unterschieden ist das Sonderthema des diesjährigen GEM-Berichts und wird erstmalig auf der Basis von GEM-Daten für die Schweiz durchgeführt. Der Bericht schliesst mit einem kurzen Fazit ab.

Das GEM-Projekt

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Forschungsprojekt, das 1997 von der London Business School (UK) und dem Babson College (USA) ins Leben gerufen wurde. Das GEM-Projekt untersucht Gründungsaktivitäten in 35 Ländern weltweit. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen die folgenden drei Forschungsfragen:

- In welchem Masse variiert das Niveau der Gründungsaktivitäten zwischen Ländern?
- Welche Faktoren hemmen bzw. fördern Gründungsaktivitäten?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen Gründungsaktivitäten und dem wirtschaftlichen Wachstum eines Landes?

Die in der folgenden Tabelle aufgeführten 35 Länder haben am GEM-Projekt 2005 teilgenommen:

Europa		Amerika	Asien	Andere Regionen
Belgien	Kroatien*	Kanada	China*	Australien
Dänemark	Lettland*	Mexiko*	Japan	Neuseeland
Deutschland	Niederlande	USA	Singapur	Südafrika*
Finnland	Norwegen		Thailand*	
Frankreich	Österreich	Argentinien*		
Griechenland	Schweden	Brasilien*		
Grossbritannien	Schweiz	Chile*		
Irland	Slowenien*	Jamaika*		
Island	Spanien	Venezuela*		
Italien	Ungarn*			

*: Land mit mittlerem BIP/Kopf. Alle anderen Länder (ohne Stern) weisen ein hohes BIP/Kopf auf.
Tabelle 1: GEM-Länder 2005

Das GEM-Forschungskonsortium besteht aus einem Koordinationsteam an der London Business School und dem Babson College sowie einzelnen Länderteams, die in den jeweiligen teilnehmenden Ländern angesiedelt sind. Unter Beteiligung der Universität St. Gallen und des IMD Lausanne hat die Schweiz bereits in den Jahren 2002 und 2003 am GEM-Projekt teilgenommen¹. Der vorliegende Bericht basiert auf den Erhebungen im Rahmen des GEM-Projektes im Sommer 2005.

Die Untersuchung und der Vergleich von Gründungsaktivitäten allein auf der Basis von bestehenden Sekundärstatistiken sind aufgrund von unterschiedlichen nationalen Abgrenzungen und Erhebungsmethoden nicht möglich. Im Rahmen des GEM-Projektes werden daher in jedem Land eigene empirische Erhebungen durchgeführt, die sich aus einer repräsentativen telefonischen Bevölkerungsbefragung sowie einer Befragung von Gründungsexperten zusammensetzen. Durch die Verwendung der gleichen Fragebogen sowie die internationale Koordination des empirischen Vorgehens ist es möglich, Umfang und Art von Entrepreneurship-Aktivitäten in den teilnehmenden GEM-Ländern vergleichend zu analysieren.

Ein wichtiger Baustein der GEM-Untersuchung ist eine repräsentative telefonische Bevölkerungsbefragung. Ziel dieser Befragung ist es zu ermitteln, in welchem Umfang sich Personen an Gründungsaktivitäten beteiligen, ob sie bereits unternehmerisch aktiv sind und welche Einstellung sie gegenüber gründungsbezogenen Themen vertreten. Die telefonischen Befragungen werden von renommierten Markt- und Meinungsforschungsinstituten durchgeführt; der Stichprobenumfang beträgt in jedem Land mindestens 2000 Personen. Weitere Informationen zum GEM-Projekt sind verfügbar unter: www.gemconsortium.org.

Neben der Bevölkerungsbefragung wird in jedem GEM-Land zusätzlich eine Befragung von Gründungsexperten zu Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen im jeweiligen Land durchgeführt. Hierbei werden in jedem Land mindestens 36 Personen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik befragt, die sich intensiv mit Entrepreneurship bzw. Unternehmertum beschäftigen und die fördernden und hemmenden Faktoren einschätzen können. Als weitere Datengrundlage dienen Sekundärstatistiken von internationalen Organisationen, wie z.B. der OECD oder der Weltbank.²

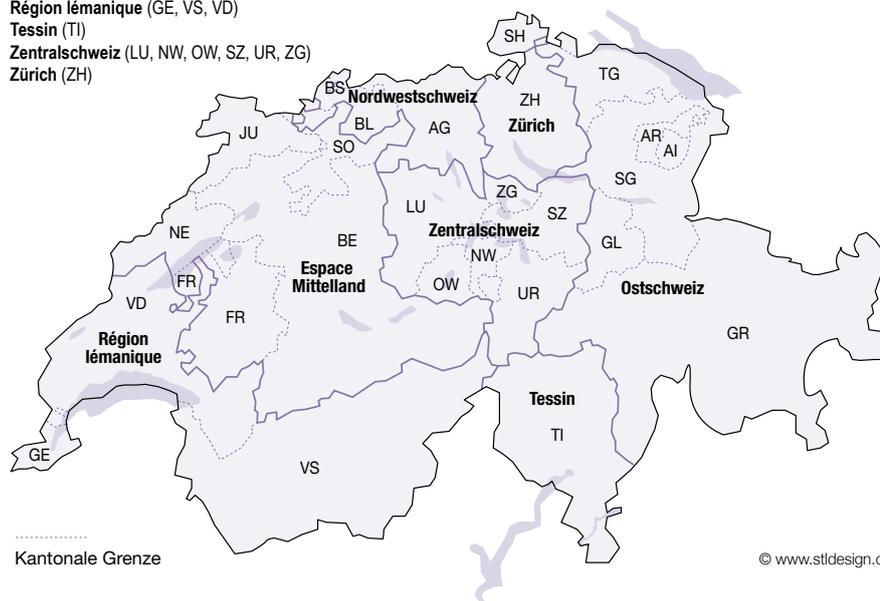
Die Bevölkerungsbefragung in der Schweiz im Jahr 2005

In der Schweiz wurden 5456 Personen vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut gfs.bern im Sommer 2005 befragt. Aufgrund der hohen Fallzahl sind auch regionale Auswertungen im Hinblick auf Gründungsaktivitäten und -einstellungen möglich.

Abbildung 1:

Die sieben Grossregionen der Schweiz

- Espace Mittelland (BE, FR, JU, NE, SO)
- Nordwestschweiz (AG, BL, BS)
- Ostschweiz (AI, AR, GL, GR, SG, SH, TG)
- Région lémanique (GE, VS, VD)
- Tessin (TI)
- Zentralschweiz (LU, NW, OW, SZ, UR, ZG)
- Zürich (ZH)



Bei der regionalen Analyse wird die Einteilung des Bundesamtes für Statistik (BFS) in die folgenden sieben Grossregionen übernommen³. Diese Einteilung erfolgte unter Berücksichtigung von wirtschaftsräumlichen Verflechtungen. Die Grossregionen Tessin und Zürich bestehen hierbei nur aus dem jeweiligen Kanton.

In jeder der angegebenen Grossregionen wurden mindestens 500 Personen im Alter von 18 bis 64 Jahren befragt, um Aussagen zu den regionalen Gründungsaktivitäten und -einstellungen treffen zu können. Bei den regionalen Analysen wird jeweils nach den sieben Grossregionen unterschieden. Die Einteilung in Grossregionen ist in der nachfolgenden Karte dargestellt.

Die verwendeten Gründungsindizes

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) untersucht verschiedene Arten von Entrepreneurship-Aktivitäten, wobei Gründungsaktivitäten im Vordergrund stehen. Neben der Gründung eines neuen Unternehmens kann sich Entrepreneurship auch innerhalb bereits bestehender Unternehmen vollziehen (Intrapreneurship). Die Beteiligung an den verschiedenen Arten von unternehmerischen Aktivitäten wird über die repräsentative Bevölkerungsbefragung gemessen. Die Gründer bzw. Unternehmer werden zu einigen Merkmalen des Unternehmens befragt, so dass eine Klassifikation vorgenommen werden kann. Das GEM-Projekt unterscheidet die folgenden Variablen:

- *Entstehende/Werdende Unternehmer («Nascent Entrepreneurs»)*. Hierbei handelt es sich um Personen, die gerade dabei sind ein neues Unternehmen zu gründen. Konkret haben diese Personen in den vergangenen zwölf Monaten etwas zur Unterstützung einer Neugründung unternommen, bei der sie die Inhaber- oder Teilhaberschaft anstreben. Der Gründungsprozess ist allerdings noch nicht abgeschlossen, d.h. das Unternehmen hat noch nicht für länger als drei Monate Löhne, Gehälter oder eine sonstige Leistung an die Gründer oder andere Mitarbeiter gezahlt.
- *Neue Unternehmer («Young Entrepreneurs»)* sind Personen, die Inhaber und Geschäftsführer eines Unternehmens sind, das erst einige Jahre am Markt aktiv ist. Konkret haben diese Unternehmen zum ersten Mal im Jahr 2002 oder später, also maximal 3 ½ Jahre vor dem Befragungszeitpunkt, Gehälter, Gewinne oder Sachleistungen an die Inhaber gezahlt.
- *TEA-Quote*: Der gesamte Umfang der Gründungsaktivität ergibt sich als Summe aus Werdenden Unternehmern und Neuen Unternehmern. Im Rahmen von GEM wird diese Gruppe auch mit dem Begriff «*Total (Early-Stage) Entrepreneurial Activity (TEA)*» bezeichnet. Die TEA-Quote eines Landes oder einer Region wird gemessen als Anzahl der Personen, die als Unternehmer in entstehenden oder neuen Unternehmen aktiv sind, relativ zur Gesamtzahl der erwachsenen Personen in einem Land. Die TEA-Quote steht bei vielen der nachfolgenden Darstellungen im Mittelpunkt der Betrachtung, wobei dann oft einfach von Gründungsaktivitäten bzw. Gründungsquote gesprochen wird.
- *Etablierte Unternehmer*: Hierbei handelt es sich um Selbständige, die Inhaber und Geschäftsführer eines Unternehmens sind, das bereits länger als 3 ½ Jahre existiert, gemessen an der erstmaligen Zahlung von Gehältern, Gewinnen oder sonstigen Sachleistungen an die Inhaber.

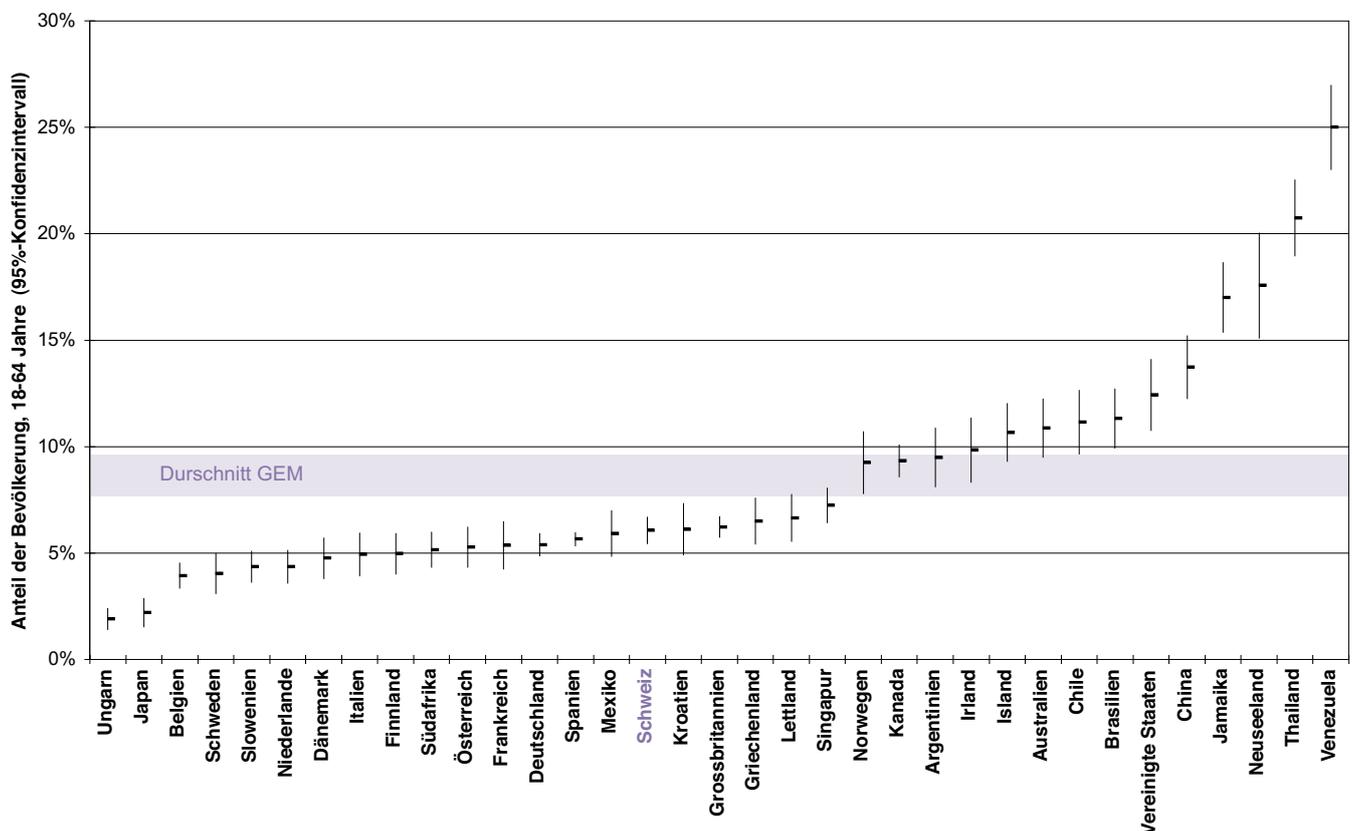
Unternehmerische Aktivität: Die Resultate der Schweiz im internationalen Vergleich

Gründungsaktivitäten

Die Gründung eines Unternehmens ist ein Prozess, dessen Dauer sich zwischen einzelnen Unternehmen stark unterscheiden kann. Ausserdem bestehen eine Vielzahl an Indikatoren, um den Zeitpunkt einer Gründung zu bestimmen (Eintrag in das Handelsregister, Arbeit an einem Business Plan, Vorbereitung des Markteintritts und erste Verkäufe). In einer schematischen Darstellung können dennoch zwei wesentliche Phasen des Gründungsprozesses unterschieden werden: 1) eine Entstehungsphase, in deren Ablauf das Unternehmenskonzept entworfen und verfeinert wird, die Ressourcen zusammengestellt werden und sich das Gründerteam formiert, sowie 2) eine Startphase, während der das neue Unternehmen erste Produkte und Dienstleistungen verkauft und beginnt, sich auf dem Markt einen Namen zu machen.

Die GEM-Untersuchung versucht in systematischer Weise die unternehmerische Aktivität eines Landes zu erfassen. Die beiden oben genannten Phasen werden unter Zuhilfenahme von zwei Indikatoren berücksichtigt: Der Rate der entstehenden Unternehmen («Nascent Entrepreneurship») und der Rate der neuen Unternehmen («Young Entrepreneurship»). Wie bereits in der Einleitung dargestellt ergibt sich in der Summe aus diesen beiden Gruppen der gesamte Umfang an Gründungsaktivitäten (TEA). Die so definierte Gründungsaktivität ist in Abbildung 2 dargestellt. Die vertikalen Balken stellen das 95%-Konfidenzintervall (oder Fehlertoleranz) dar und geben einen Hinweis auf die Genauigkeit der Messung.

Abbildung 2:
Gründungsaktivität (TEA)
nach Ländern



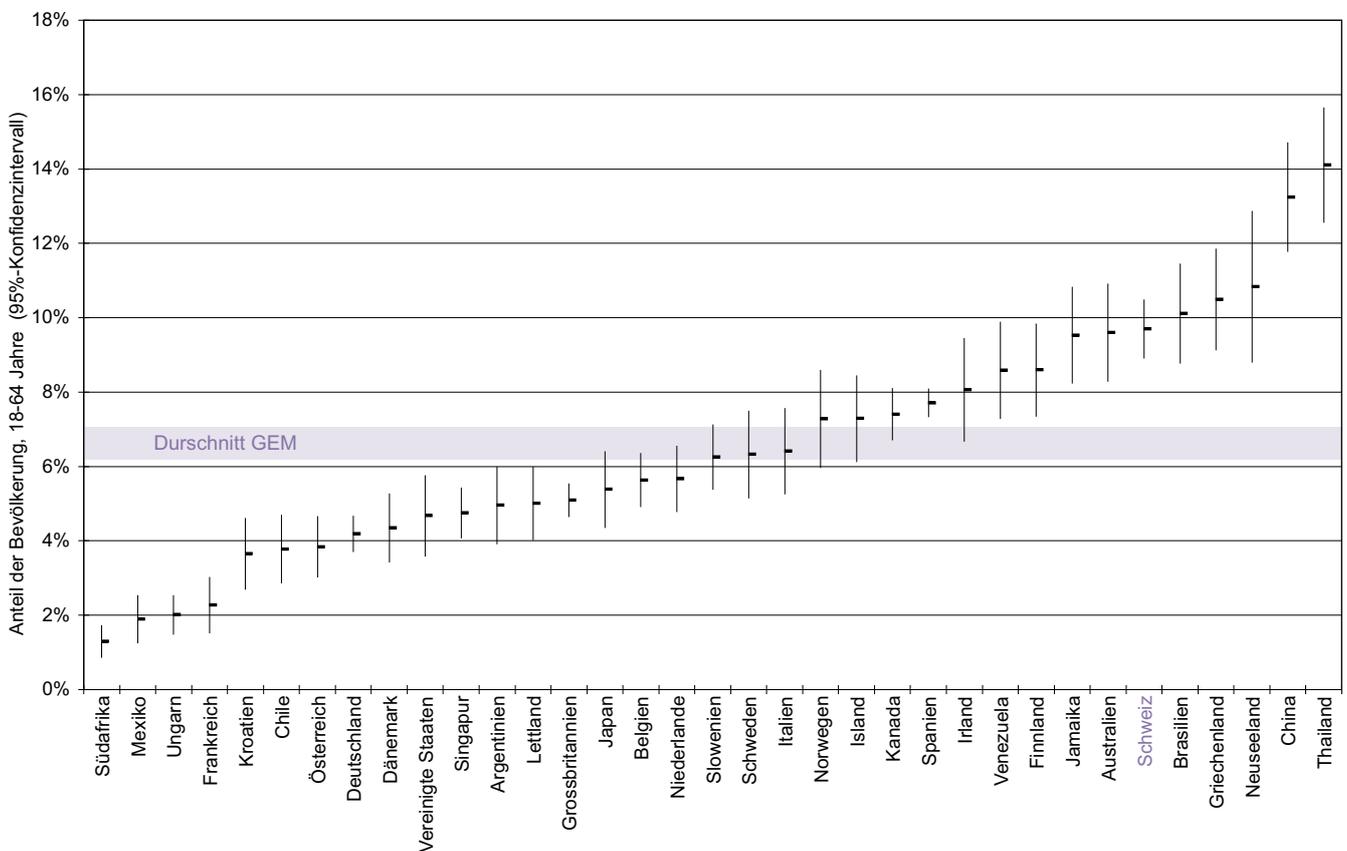
Die Schweiz positioniert sich mit einer Gründungsquote (TEA) von 6.1% leicht unterhalb des Durchschnitts von 8.4% der 35 GEM-Länder. Die Gründungsaktivität in der Schweiz hat damit gegenüber den Jahren 2003 (7.4%) und 2002 (7.1%) abgenommen. Trotzdem konnte die Schweiz einen der Spitzenplätze unter den europäischen Ländern der Untersuchung hinter Island (10,7%), Irland (9,8%), Norwegen (9,2%), Griechenland (6,5%) und Grossbritannien (6,2%) beibehalten. Die Länder mit der geringsten Gründungsaktivität sind Belgien (3.9%), Japan (2.2%) und Ungarn (1.9%).

Etablierte Unternehmer

In einer Volkswirtschaft gibt es neben Gründern natürlich auch noch zahlreiche etablierte Unternehmer, welche bereits seit mehr als 3 ½ Jahren Gehälter, Gewinne oder Sachleistungen beziehen. Diese Personen können Unternehmen verschiedenster Art und Grösse leiten. Man findet in dieser Unternehmerkategorie nicht nur den selbständigen Handwerker oder Landwirt, sondern auch Unternehmer im Hightech-Sektor oder den Chef eines Familienunternehmens, das seit mehreren Generationen besteht.

Zwischen den 35 befragten Ländern bestehen starke Unterschiede was die Anzahl von etablierten Unternehmern betrifft (vgl. Abb. 3). Am Ende der Skala finden sich Südafrika (1,3%), Mexiko (1,9%) und Ungarn (2,0%). Im Gegensatz dazu haben Länder wie Thailand (14,1%), China (13,5%) oder Neuseeland (10,8%) einen sehr hohen Anteil von etablierten Unternehmern. Mit einem prozentualen Anteil von 9,7% belegt die Schweiz den sechsten Rang und liegt damit deutlich über dem Durchschnitt von 6,6% der GEM-Länder. Die Schweiz ist damit nach Griechenland das Land mit der höchsten Quote an etablierten Unternehmern in Europa!

Abbildung 3:
Etablierte Unternehmer nach Ländern

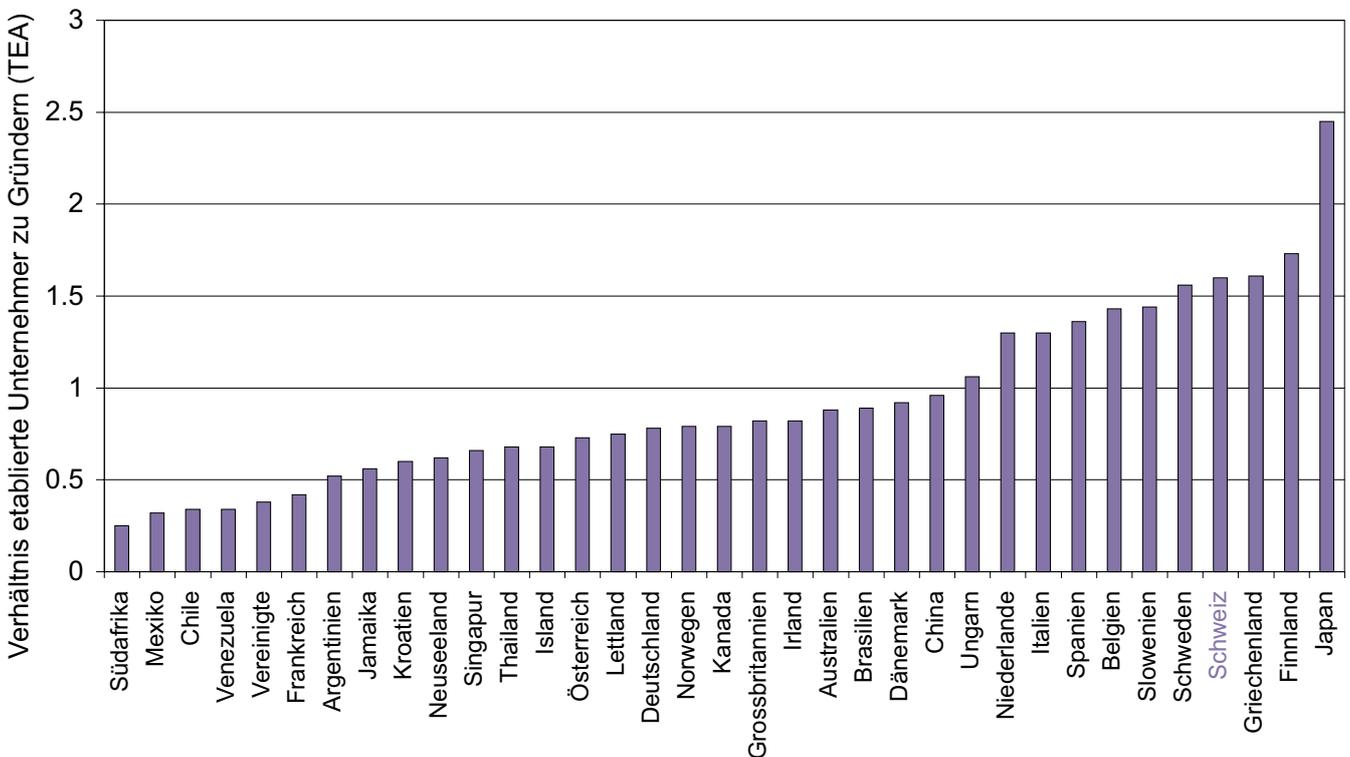


Ein erstaunlicher Unterschied zeigt sich, wenn man die Abbildungen 2 und 3 miteinander vergleicht. In Ländern mit einem eher geringeren Durchschnittseinkommen findet man eine hohe Gründungsrate, während Ländern mit hohem Durchschnittseinkommen einen hohen Anteil an etablierten Unternehmern aufweisen. Die beobachteten Unterschiede sind dabei mit einem Konfidenzintervall von über 99% statistisch signifikant.

Der Übergang von Gründungen hin zu etablierten Unternehmen

Das Verhältnis von etablierten Unternehmern zu Gründern ist ein Indikator für die Überlebenschancen eines neuen Unternehmens in einem Land, wenn man annimmt, dass die Anzahl der neuen und etablierten Unternehmer über die Zeit hinweg etwa konstant bleibt. Je grösser das Verhältnis von etablierten Unternehmern zu Gründern ist, desto höher sind die Chancen eines Unternehmers mehr als 42 Monate nach dem Unternehmensstart noch zu bestehen. In der Abb. 4 ist dieses Verhältnis für die 35 GEM-Länder abgebildet. Die Schweiz befindet sich mit einem Verhältnis von 1.6 an der vierten Stelle der GEM-Länder hinter Japan, Finnland und Griechenland.

Abbildung 4:
Verhältnis etablierte Unternehmer zu Gründern (TEA)



In der Abbildung 4 zeigt sich eine Tendenz, dass sich das Verhältnis von etablierten Unternehmern zu Gründern (TEA) deutlich zwischen Ländern mit einem mittleren Einkommensniveau und Ländern mit einem hohen Einkommensniveau unterscheidet. Im oberen Teil der Klassierung erscheinen vor allem Industrieländer (Japan, Finnland, Griechenland, die Schweiz) mit einer unterdurchschnittlichen Gründungsaktivität (TEA), während Länder mit einem mittleren Einkommensniveau (Südafrika, Mexiko, Chile, Venezuela) am anderen Ende der Klassierung zu finden sind. Bei einer Unterteilung der 35 Länder in zwei Einkommenskategorien (hohes Einkommensniveau und mittleres Einkommensniveau, vgl. Tab. 1) stellt man fest, dass die

Unterschiede zwischen diesen zwei Kategorien mit einem Konfidenzintervall von 99% statistisch signifikant sind. Gründer haben somit in Ländern mit einem hohen Einkommensniveau eine grössere Wahrscheinlichkeit, mehr als 42 Monate auf dem Markt zu überleben, als in Ländern mit einem mittleren Einkommensniveau.

Marktpotenzial von Unternehmen

Die Gründung eines Unternehmens ist oftmals einfach, viel schwieriger ist es jedoch, mit diesem Unternehmen zu wachsen und auf dem Markt mit einer angemessenen Rentabilität zu bestehen. Die Wachstumschancen hängen grösstenteils vom Innovationsgrad des Unternehmens und von der Wettbewerbssituation ab. Je mehr das Unternehmen in Bezug auf Produkte, Dienstleistungen und Verfahren innovativ ist und je weniger Konkurrenten es auf dem Markt gibt, desto grösser ist das Marktpotenzial. Bei der GEM-Untersuchung werden die drei Faktoren Innovationsgrad, Wettbewerbssituation und Technologieniveau anhand der folgenden drei Fragen an die Unternehmer erhoben:

- Werden alle, einige oder keine ihrer möglichen Kunden Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung als neu und unbekannt ansehen?
- Gibt es heute viele, wenige oder keine anderen Unternehmen, die die gleichen Produkte oder Dienstleistungen Ihren möglichen Kunden anbieten?
- Sind die Technologien oder Verfahren, die für das Produkt oder die Dienstleistung benötigt werden, erst seit weniger als einem Jahr erhältlich, seit einem bis fünf Jahren oder seit mehr als fünf Jahren erhältlich?

Solche Fragen führen verständlicherweise zu Antworten, die nicht immer objektiv sind. Die Vorstellungen, die ein Unternehmer über sein Unternehmen hat, sind auf der einen Seite subjektiv, auf der anderen Seite wird dasselbe Produkt mehr oder weniger für innovativ befunden, je nachdem ob man sich in dem einem oder anderen Land befindet. Es besteht damit kaum ein objektiver Massstab, den Innovationsgrad oder die Intensität des Wettbewerbs auf einem Markt zu messen. Variablen müssen daher relativ gemessen werden, wobei es auf die jeweilige Wahrnehmung des Unternehmers ankommt.

Es können folgende Aussagen getroffen werden:

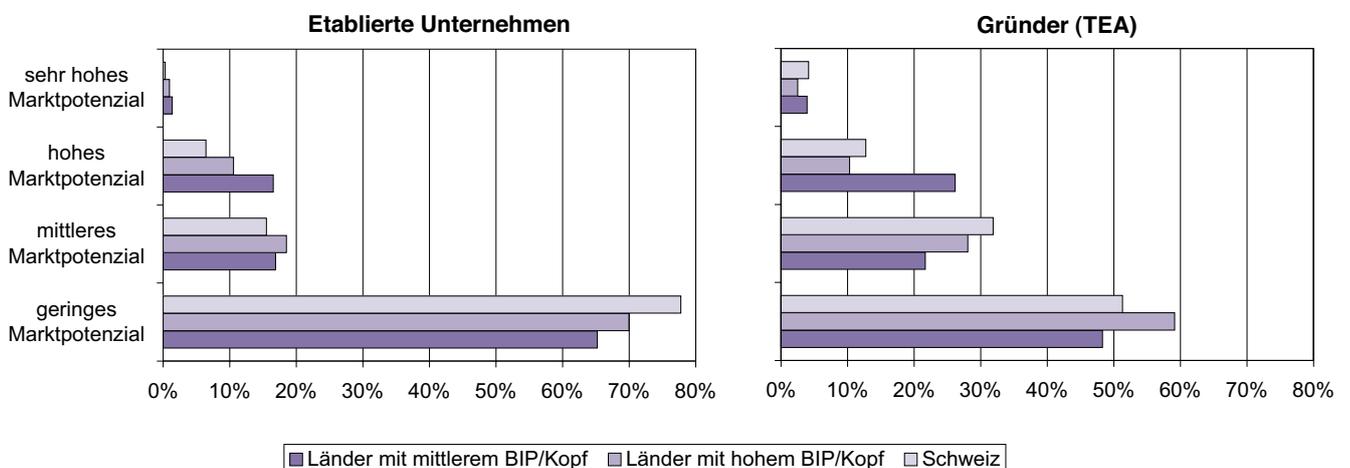
- Innovationsgrad: Die Mehrheit der vermarkteten Produkte und Dienstleistungen werden nach Ansicht der Unternehmer von den Kunden als neu wahrgenommen. Wie vermutet, sind es eher die Gründer als die etablierten Unternehmer, die behaupten, innovative Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Diese Aussage kann unabhängig vom Einkommensniveau des betreffenden Landes gemacht werden. Unternehmer in Ländern mit mittlerem Einkommen vermarkten in vergleichbar hohen Anteilen innovative Produkte und Dienstleistungen wie in Ländern mit hohem Einkommen. Radikale Innovationen sind hingegen in allen Ländern eher selten.
- Intensität des Wettbewerbs: Die Mehrheit der Unternehmer gibt an, auf dem Markt einer Vielzahl von Konkurrenten ausgesetzt zu sein. Dieser Wettbewerbsdruck ist im allgemeinen für etablierte Unternehmer (65%) härter als für neue Unternehmer (55%). Neue Unternehmer in Ländern mit hohem Einkommensniveau sind dagegen optimistischer, was die Konkurrenz betrifft. Mit anderen Worten denken Unternehmer in den Industrieländern, bessere Chancen zu haben, sich in Nischen profilieren zu können.
- Technologieniveau. Es gibt hier erhebliche Unterschiede zwischen den

zwei Ländertypen. Unternehmer in Ländern mit durchschnittlichem Einkommensniveau machen öfter die Aussage, eine neue Technologie zu nutzen (d.h. eine Technologie, die vor einem Jahr noch nicht verfügbar war) als Unternehmer in Ländern mit hohem Einkommensniveau. Auf den ersten Blick überrascht diese Aussage, denn neue Technologien werden vor allem in industrialisierten Ländern entwickelt. Dieser Unterschied wird jedoch verständlich, wenn man das relative Innovationsniveau in Betracht zieht: Entwicklungsländer haben oft ein grosses Verbesserungspotenzial bei ihren Produktionsanlagen. Verfahren, die in Industrieländern schon etabliert sind, werden in Entwicklungsländern oft noch als neu empfunden.

Auf Basis der drei zuvor genannten Fragen lässt sich ein Index über das Marktpotenzial eines Unternehmens berechnen. Mit steigendem Neuigkeitsgrad für den Kunden, steigendem Neuigkeitsgrad der zugrunde liegenden Technologie und sinkender Anzahl an direkten Konkurrenten nimmt das Marktpotenzial zu. In der Abbildung 5 wird dieses Marktpotenzial sowohl für Gründungsunternehmen als auch für etablierte Unternehmen dargestellt

Sowohl Gründungsunternehmen (TEA) als auch etablierte Unternehmen haben mehrheitlich nur ein schwaches Marktpotenzial. Erwartungsgemäss weisen Gründungsunternehmen durchschnittlich ein etwas höheres Marktpotenzial auf. In der Schweiz haben Gründungsunternehmen ein etwas höheres Marktpotenzial als in anderen Ländern mit hohem Einkommensniveau. Anders sieht es hingegen bei den etablierten Unternehmen aus, wo Schweizer Unternehmen leicht unterdurchschnittlich abschneiden. Man kann in diesem Zusammenhang einige Vermutungen über die Ursachen anstellen. Die Schweiz ist ein gesättigter Markt mit einem hohen technologischen Niveau. Es ist folglich für ein Unternehmen schwieriger, sich zu profilieren und auf einem solchen Markt zu wachsen. Es kann schlussendlich aber auch nicht ausgeschlossen werden, dass dies ein Zeichen von Bescheidenheit der Schweizer Unternehmer in der Bewertung ihrer Unternehmens ist.

Abbildung 5:
Marktpotenzial von Gründungsunternehmen (TEA)
und etablierten Unternehmen



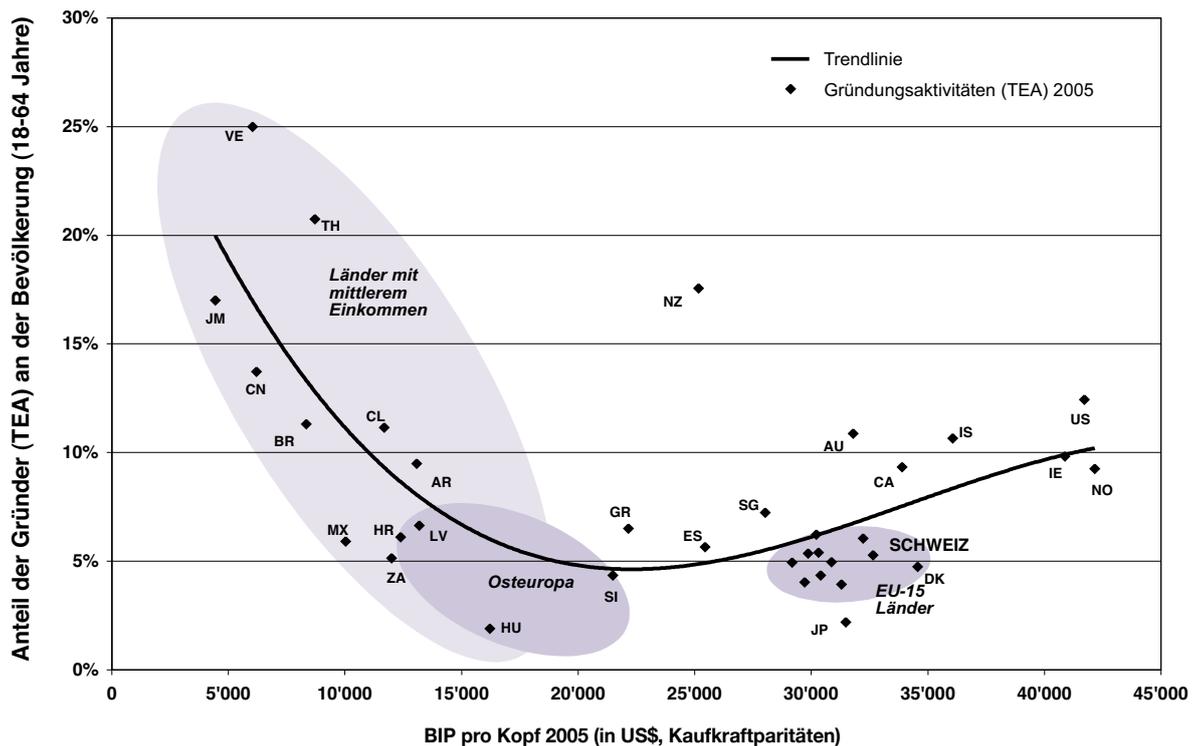
Wirtschaftliche Entwicklung und Unternehmertum

Eine der grundlegenden Fragen der GEM-Untersuchung bezieht sich auf den Zusammenhang von wirtschaftlicher Entwicklung und Unternehmertum. Diese Beziehung wird in der Abbildung 6 illustriert. Das Niveau der Wirtschaftsentwicklung wird kaufkraftbereinigt mit dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf ausgedrückt und das Unternehmertum wird durch die Gründungsaktivität (TEA) gemessen. Die in der GEM-Untersuchung vertretenen Länder bilden dabei mehrere Ländergruppen (oder Cluster): Länder mit mittlerem Einkommensniveau, osteuropäische Länder und die 15 Länder der Europäischen Union (EU) vor ihrer Erweiterung auf 25 Mitglieder. Die Schweiz liegt in der Abbildung im gleichen Bereich wie die Gruppe der 15 EU-Länder.

Wie an der Trendlinie in Abb. 6 ersichtlich, sind in den einzelnen Ländergruppen unterschiedliche Beziehungen zwischen Entwicklungsniveau und Unternehmertum beobachtbar. Es gibt eine negative Beziehung zwischen dem BIP pro Einwohner und der Gründungsaktivität für Länder mit einem mittlerem Einkommensniveau, während diese Beziehung für Länder mit einem hohen Einkommensniveau leicht positiv ist. Es sind mehrere Erklärungen für diese negative Beziehung in Länder mit mittlerem Einkommensniveau denkbar. Wie bereits zuvor angemerkt, finden Personen mit zunehmendem nationalen Entwicklungsstand mehr Beschäftigungsmöglichkeiten in etablierten Unternehmen. Infolgedessen wird die Gründung eines eigenen Unternehmens auch weniger attraktiv. Mit der Erweiterung der EU kann angenommen werden, dass sich die Gruppe der osteuropäischen Länder in Richtung des Clusters der ursprünglichen 15 EU-Länder entwickeln wird.

Die Gruppe der 15 EU-Länder als auch die Schweiz liegen unterhalb der Trendlinie. Diese Länder haben also eine im Vergleich zu ihrem BIP relativ geringe Gründungsaktivität. Dieses Problem wurde von der Europäischen Kommission in ihrem jüngsten Bericht zum Unternehmertum erkannt (Green Paper on Entrepreneurship). Die Schweiz wies in den letzten Jahren eine im europäischen Vergleich nur leicht überdurchschnittliche Gründungsaktivität auf und das Wirtschaftswachstum stagnierte eher in dieser Zeit. Deshalb ist die Schweiz in Abbildung 6 praktisch in der Mitte der anderen europäischen Länder abgebildet.

Abbildung 6:
Einkommensniveau (BIP/Kopf)
und Gründungsaktivitäten (TEA)

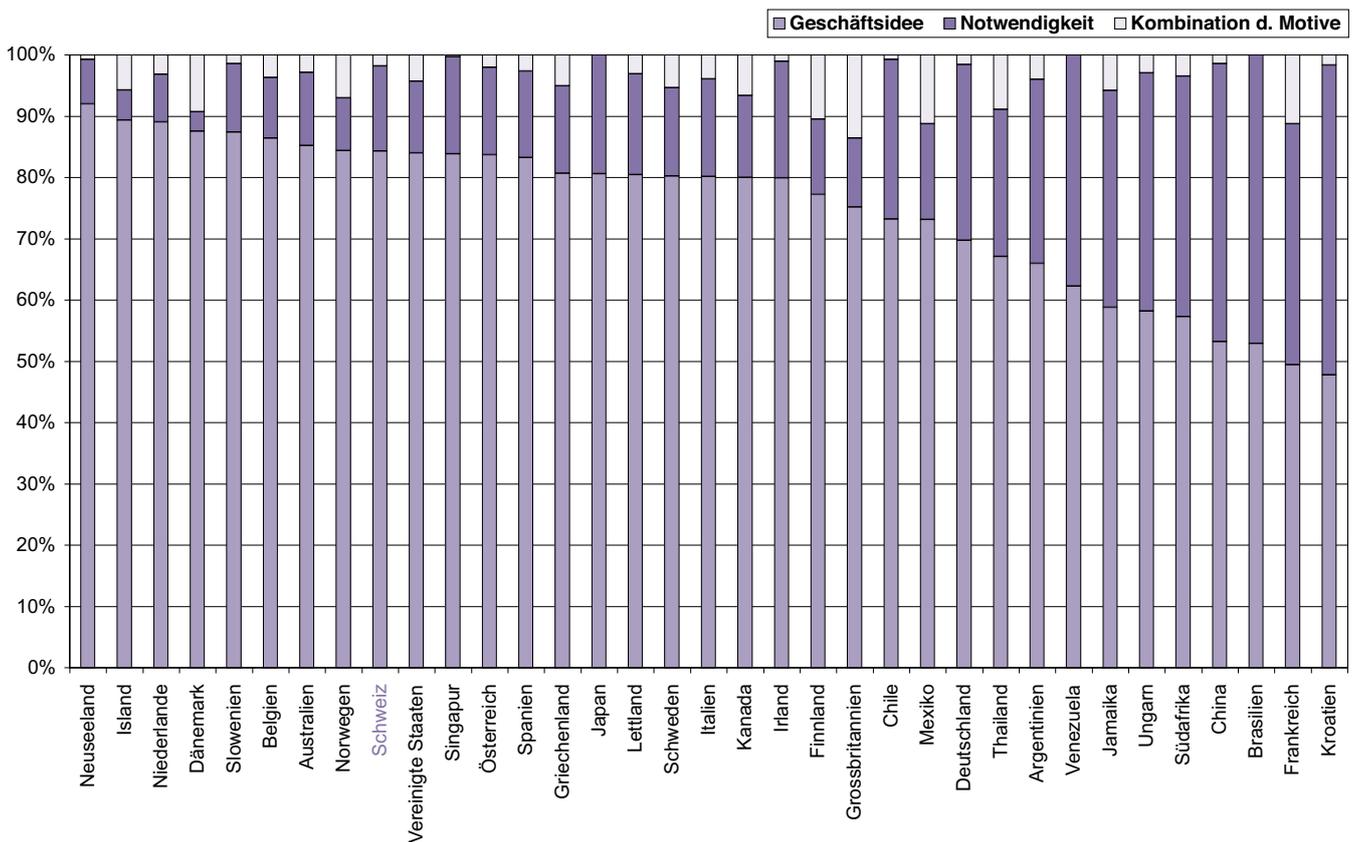


Merkmale von Gründern

Motivation für die Unternehmensgründung

Unternehmer werden aus den verschiedensten Gründen wirtschaftlich aktiv. Es können aber zwei Hauptgründe für die Aufnahme einer unternehmerischen Tätigkeit unterschieden werden: auf der einen Seite ist es der Wunsch, eine gute Gelegenheit nutzen zu wollen, auf der anderen Seite ist es der Zwang, aus der Not heraus unternehmerisch tätig werden zu müssen, da keine bessere Erwerbsalternative zu finden ist. In der Schweiz gaben 84% der befragten Gründer an, mit ihrem Unternehmen eine gute Gelegenheit nutzen zu wollen wohingegen 14% unternehmerisch aktiv werden, weil sie keine bessere Erwerbsalternative haben. Bei 2% der Befragten war es eine Mischung aus Gelegenheit und Notwendigkeit, welche sie zu einer unternehmerischen Tätigkeit motivierte. Die Schweiz befindet sich diesbezüglich in einer komfortablen wirtschaftlichen Lage. Eine geringe Arbeitslosigkeit, stabile Arbeitsverhältnisse und ein relativ hohes Lohnniveau generieren auf der einen Seite erhebliche Opportunitätskosten und zwingen auf der anderen Seite die Schweizer nicht, ein Unternehmen aus der Not heraus gründen zu müssen.

Abbildung 7:
Gründungsmotive der TEA-Gründungen



Zwischen den einzelnen Ländern bestehen jedoch grosse Unterschiede hinsichtlich der Motivation, unternehmerisch tätig zu werden. Wie in der Abbildung 7 ersichtlich, ist in Kroatien, Frankreich, Brasilien oder China die Nutzung einer guten Gelegenheit ebenso häufig ein Grund für eine unternehmerische Aktivität wie die Gründung aus der Not. Diese Länder zeichnen sich durch eine schwierige wirtschaftliche Lage und eine hohe Sockelarbeitslosigkeit aus. Sich selbständig zu machen bleibt daher oftmals die einzige und beste Lösung, um einige Ressourcen zu erwirtschaften, die den Lebensunterhalt sichern können.

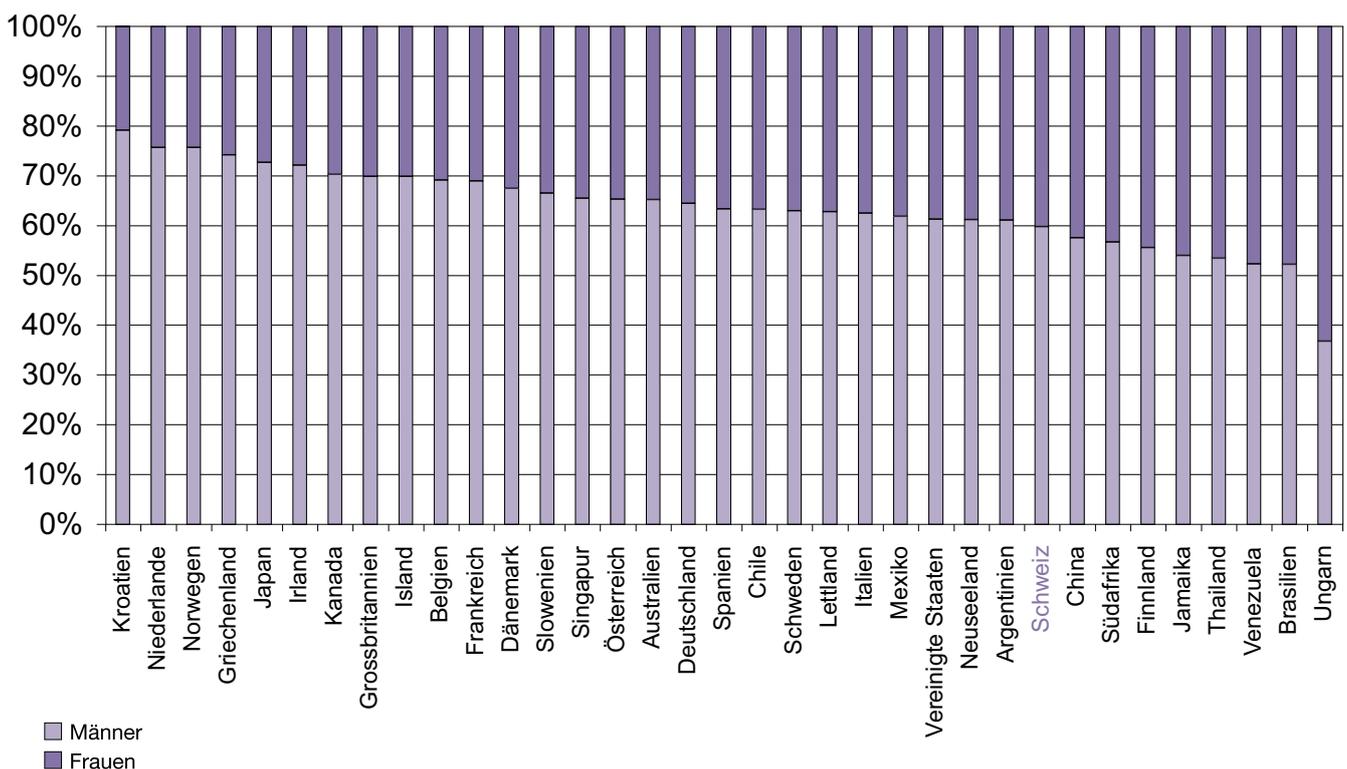
In den meisten Industrieländern ist die Nutzung einer guten Gelegenheit der häufigste Beweggrund für eine Karriere als Unternehmer. In Neuseeland gründeten sogar 92% der befragten Unternehmer ihr Unternehmen, um eine Gelegenheit zu nutzen, wohingegen nur 7% aus der Not heraus gegründet haben.

Es besteht ein interessanter Zusammenhang zwischen der Struktur der Gründungsmotive und dem Entwicklungsstand eines Landes. In Ländern, die ein hohes Mass an Gründungen aufgrund einer guten Gelegenheit aufweisen, sind auch die Überlebenschancen am höchsten. Dies lässt vermuten, dass es einen direkten Zusammenhang zwischen der Gründungsmotivation und der Überlebenschance am Markt gibt. Ländern mit mittlerem Einkommensniveau wie Kroatien, China, Brasilien oder Südafrika weisen einen hohen Anteil an Gründungen aus der Not auf. Es gibt in diesen Ländern oft keine Alternative zur Unternehmensgründung, obwohl die Überlebenschancen solcher Gründungen unsicher sind. Umgekehrt werden in Ländern mit einem hohem Einkommensniveau wie der Schweiz, Schweden oder Japan mehrheitlich nur dann Unternehmen gegründet, wenn eine gute Geschäftsmöglichkeit auf dem Markt besteht. Die Überlebenschancen solcher Unternehmen sind bei weitem besser.

Soziodemographisches Profil der Gründer

Die GEM-Untersuchung erlaubt es quasi ein Phantombild des typischen Gründers mittels verschiedener soziodemographischer Variablen zu erstellen. Über eine höhere Bildung wie Universitäts-, Fachhochschul- oder Abschluss einer technischen Hochschule verfügen 42% der Gründer. Was das Alter der Schweizer Gründer betrifft, so liegt der Durchschnitt bei 39 Jahren. In der Schweiz werden 40% der Unternehmen von Frauen gegründet, was höher als der internationale Durchschnitt ist. Damit befindet sich die Schweiz im Spitzenfeld was das weibliche Unternehmertum betrifft. Auf europäischer Ebene wird die Schweiz nur von Ungarn und Finnland übertroffen. Der Anteil der Unternehmerinnen ist seit der Veröffentlichung des letzten Berichtes GEM 2003 in der Schweiz gestiegen. Damals waren etwa 30% der Gründer Frauen und 70% Männer.

Abbildung 8:
Gründungen (TEA) nach Geschlecht



Gesellschaftliches Umfeld der Unternehmer

Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass Einstellungen zum Thema Selbständigkeit und Entrepreneurship sowohl auf individueller Ebene als auch auf Ebene einzelner Regionen einen Einfluss auf den Umfang an Gründungsaktivitäten haben.⁴ Auch der letzte Schweizer GEM-Bericht 2003 weist auf diesen Zusammenhang hin.⁵ Personen, welche (1) persönlich jemanden kennen, der ein Unternehmen gegründet hat, (2) gute Geschäftsmöglichkeiten sehen, (3) glauben über die notwendigen Fähigkeiten für eine Gründung zu verfügen und (4) keine Angst zu scheitern haben, verfügen über die grösste Neigung selbst Unternehmer zu werden. Die Tabelle 2 gibt eine Übersicht über die gründungsbezogenen Einstellungen der Bevölkerung in der Schweiz und in einigen ausgewählten Ländern.

- *Persönliche Bekanntheit eines Gründers:* Die Tatsache, einen Gründer persönlich zu kennen, kann helfen auch selbst den Schritt in Richtung Unternehmertum zu vollziehen. Unternehmer sind für viele Personen in ihrer Umgebung Vorbilder. Sie übernehmen aber auch eine wichtige Rolle in Netzwerken und vermitteln Informationen, Ratschläge, Kontakte oder Kapital. Im Durchschnitt kennen 41% der Erwachsenen in der Schweiz jemanden persönlich, der in den letzten zwei Jahren ein Unternehmen gegründet hat. Zwischen den einzelnen Ländern gibt es hierbei nur geringfügige Unterschiede.
- *Wahrnehmung von Gelegenheiten:* Die Mehrheit der Unternehmer gründen nicht aus der Not sondern weil sie eine real bestehende Gelegenheit entdeckt haben. Es werden damit zwei notwendige Bestandteile für Unternehmertum benötigt: zum einen die Existenz einer Gelegenheit und zum anderen Personen, die diese Gelegenheiten auch tatsächlich erkennen, evaluieren und nutzen. Es steht ausser Frage, dass das Humankapital eine ausschlaggebende Rolle bei der Identifikation und der Nutzung von Gelegenheiten spielt. Entscheidende individuelle Eigenschaften sind in diesem Zusammenhang Wissen, Kreativität und Motivation. Von den befragten Personen in der Schweiz glauben 39%, dass es in der Region, in der sie leben, in den nächsten sechs Monaten gute Gelegenheiten geben wird, um ein Unternehmen zu gründen. Dies ist die höchste Quote der in Tabelle 2 aufgeführten Länder.
- *Wissen, Fähigkeit und Erfahrung für die Gründung eines Unternehmens:* Es sind ein gewisses Selbstvertrauen und einige weitere Fähigkeiten erforderlich, um den Schritt in das Unbekannte zu wagen. In der GEM-Studie wird die folgende Frage gestellt um diese Dimension zu erfassen: «Sie haben das Wissen, die Fähigkeit und die Erfahrung, die notwendig sind, um ein Unternehmen zu gründen.» Diese Frage wurde absichtlich sehr breit formuliert, denn die Gründung eines Unternehmens erfordert viele Kompetenzen wie bspw. Projekt-Management, Verkaufstechniken, die Fähigkeit überzeugend zu kommunizieren oder technische Kompetenzen. In der Schweiz glauben 51% der Bevölkerung die notwendigen Fähigkeiten zu besitzen, um ein neues Unternehmen zu gründen. Diese Quote ist gleich hoch wie in den USA und deutlich höher als in den Nachbarländern der Schweiz.

*Tabelle 2:
Gründungsbezogene Einstellungen der
Bevölkerung in der Schweiz und in aus-
gewählten Ländern (Prozentanteil der
Ja-Antworten)*

- *Angst zu scheitern:* Die Angst zu scheitern stellt oft einen Hinderungsgrund für den Schritt in die Selbständigkeit dar. In der Schweizer Kultur wird zwar die Übernahme von Verantwortung und der individuelle Erfolg begrüsst. Allerdings werden Kreativität und noch viel stärker die Übernahme von Geschäftsrisiken häufig abgelehnt. In diesem Zusammenhang wird oftmals die Schweizerische «Versicherungsnehmermentalität» zitiert, wo Personen dazu tendieren, Risiken abzulehnen und sich Misserfolge nicht zu verzeihen. Allerdings kann man bei Personen, die etwas Neues schaffen wollen, nicht erwarten, dass immer alles ohne Fehlschläge abläuft. Die Angst vor dem Scheitern stellt bei etwa 35% der Einwohner der Schweiz einen Hinderungsgrund dar. Diese Quote ist niedriger als in allen Nachbarländern der Schweiz. In den USA stimmten dagegen lediglich 23% der befragten Personen dieser Frage zu.

	Schweiz	Frankreich	Deutschland	Italien	Österreich	USA
Sie kennen jemanden persönlich, der in den letzten zwei Jahren ein Unternehmen gegründet hat	41%	45%	39%	31%	41%	41%
Sie haben das Wissen, die Fähigkeit und die Erfahrung, die notwendig sind, um ein Unternehmen zu gründen.	51%	36%	41%	32%	46%	52%
In den nächsten sechs Monaten werden sich in der Region, in der Sie leben, gute Möglichkeiten für eine Unternehmensgründung ergeben.	39%	22%	17%	15%	29%	32%
Die Angst zu scheitern würde Sie davon abhalten, ein Unternehmen zu gründen.	35%	52%	51%	25%	46%	23%

Rahmenbedingungen für Unternehmertum in der Schweiz

Auf der Basis einer standardisierten Befragung von Experten in den teilnehmenden GEM-Ländern können die Rahmenbedingungen für Entrepreneurship international verglichen werden. Für viele Faktoren erscheint es sinnvoll, die Situation in der Schweiz insbesondere mit der in anderen kleinen wohlhabenden Ländern wie Schweden, Finnland, Israel oder Singapur zu vergleichen. Dies nicht nur in der Gesamtheit, sondern auch in Bezug auf einzelne Faktoren wie technologische Kompetenzen und Infrastruktur. Einer der grossen Vorteile der GEM-Untersuchung ist es ausserdem, Vergleiche nicht nur zwischen Ländern zu ermöglichen, sondern auch die Entwicklung von Unternehmertum im gleichen Land während einer bestimmten Zeitperiode zu verfolgen. Da die Studie in der Schweiz bereits im Jahr 2002 und 2003 durchgeführt wurde, kann die zeitliche Entwicklung von Unternehmertum und dessen massgebenden Faktoren analysiert werden. Sicherlich ändern sich die Rahmenbedingungen nicht von einem Tag auf den anderen, aber es ist bereits möglich, einige Tendenzen festzustellen.

Wie der untenstehenden Tabelle entnommen werden kann weist die Schweiz weiterhin gute Platzierungen bei der physischen Infrastruktur, dem Schutz geistigen Eigentums und der gründungsbezogenen Ausbildung an Hochschulen und in der Weiterbildung auf, was nicht sonderlich überraschend ist. Dagegen liegen andere Faktoren sehr deutlich unterhalb des Durchschnitts der bei GEM untersuchten Länder. Zum Beispiel eröffnet die Primar- und Sekundarstufe in der Schweiz den Schülern keine unternehmerische Perspektive, da sie den unternehmerischen Geist der Schüler nur unzureichend weckt und ermutigt. Zudem nimmt die Bürokratie schnell überhand, obwohl über Wissenschaftsparks und andere Trägerinitiative für Jungunternehmen sehr gute Resultate bei der Förderung von Unternehmertum erzielt wurden. Kritisiert werden zudem die Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen und die Marktoffenheit in der Schweiz.

*Tabelle 3:
Einstufung der gründungsbezogenen
Rahmenbedingungen in der Schweiz
und weltweit*

	Schweiz		Alle GEM-Länder	
	Rang	Mittelwert*	Höchster Wert* (Land)	Niedrigster Wert* (Land)
Schutz geistigen Eigentums	4	4.08	4.25 (Finnland)	1.70 (Venezuela)
Wissens- und Technologietransfer	4	3.17	3.26 (Jordanien)	1.70 (Brasilien)
Gründungsbezogene Ausbildung 2: Post-sekundär	5	3.29	3.42 (Thailand)	2.04 (Brasilien)
Physische Infrastruktur	6	4.39	4.75 (USA)	2.98 (Brasilien)
Förderprogramme	6	3.07	3.43 (Österreich)	1.59 (Venezuela)
Finanzierung	10	2.97	1.57 (Brasilien)	4.08 (USA)
Berater und Zulieferer für neue Unternehmen	11	3.46	4.07 (USA)	2.32 (Brasilien)
Politik 2: Regulierung, Steuern	11	2.88	4.03 (Singapur)	1.33 (Brasilien)
Rahmenbedingungen für wachstumsstarke Gründungen	12	3.31	3.98 (Island)	2.38 (Brasilien)
Politik 1: Priorität	13	2.82	3.52 (Singapur)	1.71 (Ungarn)
Marktveränderung	21	2.64	4.00 (Jordanien)	1.91 (Finnland)
Gründungsbezogene Ausbildung 1: Schule	25	1.80	2.84 (Lettland)	1.50 (Österreich)
Gesellschaftliche Werte und Normen	26	2.49	4.54 (USA)	2.13 (Kroatien)
Marktoffenheit	27	2.52	3.46 (USA)	1.86 (Brasilien)
Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen	32	2.60	4.34 (Norwegen)	2.50 (Ungarn)

*Wert: Die Werte geben die durchschnittliche Einstufung der Experten zu einer Reihe von Aussagen auf einer Skala von 1 (vollkommen falsch) bis 5 (vollkommen wahr) wieder. Je höher der Wert desto besser wurden die Rahmenbedingungen eingeschätzt.

Die Interviews mit den Experten erlauben es, fehlerhafte Entwicklungen aufzudecken und Möglichkeiten zur Verbesserung von Rahmenbedingungen zu identifizieren. In den folgenden Abschnitten werden speziell die Bereiche Technologietransfer, Aus- und Weiterbildung, Finanzierung und Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen diskutiert.

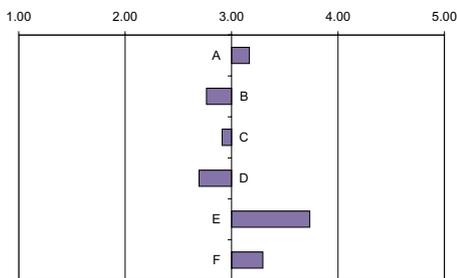
Technologietransfer

Bei der Gründung von jungen Technologieunternehmen besteht die Schwierigkeit darin, die technologische Innovation in eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit umzuwandeln. Die Herausforderung, aus einem reinen FuE-Projekt (Forschung & Entwicklung) ein handfestes Unternehmen zu entwickeln, ist natürlich überall in der Welt sehr gross. Im übrigen wird selbst im für seinen unternehmerischen Geist hochgelobten Silicon Valley diese Schwierigkeit nicht häufiger erfolgreich überwunden als anderswo: Die Überlebensrate von neugegründeten Unternehmen ist nach fünf Jahren im Silicon Valley in etwa genau gleich gross wie in anderen Teilen der Welt. Was in dieser Region allerdings erstaunt, ist die hohe Anzahl solcher innovativen Gründungen, aber auch Schliessungen von Unternehmen. Der Vorteil einer hohen Gründungs- und Schliessungsquote ist, dass hierdurch viele Gründer unternehmerische Erfahrungen sammeln können.

Die in der Studie befragten Experten unterstreichen einstimmig, dass es eine aktuelle Schwäche der Schweiz und anderer Länder in Europa ist, dass Unternehmensgründer mit einem technologischen Hintergrund ihr Unternehmen zu stark aus einer reinen Ingenieursperspektive betrachten. Diese Gründern halten ihre technische Erfindung oft für so bemerkenswert und einmalig, dass zum einen keine Konkurrenten existieren können und zum anderen sich diese Erfindung von selbst verkaufen wird. Diese, nennen wir es «technologische Arroganz» führt oftmals dazu, dass zwar technisch ausgereifte Produkte hergestellt werden, welche aber an den Bedürfnissen der Kunden komplett vorbeigehen.

Aus der Sicht der Experten ist die Schweiz beim Technologietransfer nach den USA einer der Spitzenreiter im weltweiten Vergleich. Insgesamt werden die diesbezüglichen Bedingungen in der Schweiz aber mit einem Indexwert von 3.2 auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut) dennoch nur durchschnittlich eingestuft. In allen teilnehmenden Ländern und auch in der Schweiz bietet sich beim Technologietransfer daher noch einiges an Verbesserungspotenzial. Abb. 9 illustriert die Lage in der Schweiz.

Abbildung 9:
Technologietransfer

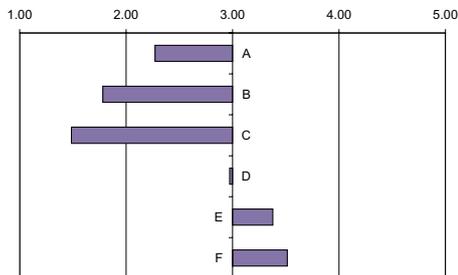


Skala: von 1 (vollkommen falsch) bis 5 (vollkommen wahr)

- A. In der Schweiz werden neue Technologien und anderes Wissen effizient von Universitäten und öffentlichen Forschungseinrichtungen in neue und wachsende Unternehmen transferiert.
- B. In der Schweiz verfügen neue und wachsende Unternehmen über die gleichen Zugangsmöglichkeiten zu Forschung und Technologie wie große, etablierte Firmen.
- C. In der Schweiz können sich neue und wachsende Unternehmen die neuesten Technologien leisten.
- D. In der Schweiz gibt es ausreichende staatliche Subventionen, damit neue und wachsende Firmen die neuesten Technologien erwerben können.
- E. In der Schweiz unterstützt die Wissens- und Technologieinfrastruktur den Aufbau von Technologieunternehmen von Weltniveau auf effiziente Art und Weise in mindestens einem Sektor.
- F. In der Schweiz werden Ingenieure und Wissenschaftler bei der Umsetzung ihrer Ideen in neue und wachsende Unternehmen gut unterstützt.

Technologiebasierte Jungunternehmer sollten aufmerksam und hartnäckig, aber auch mit der gebotenen Strenge begleitet werden, um so einen soliden, gesunden Geschäftssinn zu ihren Qualitäten als Ingenieure hinzuzufügen. Im internationalen Vergleich belegt die Schweiz in Bezug auf die Vermittlung unternehmerischer Kenntnisse in der beruflichen Aus- und Weiterbildung einen internationalen Spitzenplatz, obwohl auch hier ähnlich wie beim Technologietransfer noch Verbesserungspotenzial auszumachen ist. In schweizerischen Weiterbildungsinstitutionen gibt es etliche Angebote im Bereich Unternehmertum, die aber von unterschiedlicher Qualität und Wirksamkeit sind. Zudem sind deren Mittel oftmals beschränkt. Seit dem Jahr 2000 kann man eine leichte Verbesserung der Lage und auch eine stärkere Aktivität in diesem Bereich feststellen. Zu nennen wären hier die Begleitungen durch «Coaches» der KTI im Rahmen des KTI Label-Prozesses und die Angebote von «Venturelab», welches die Nachfolge von «Create» angetreten hat.

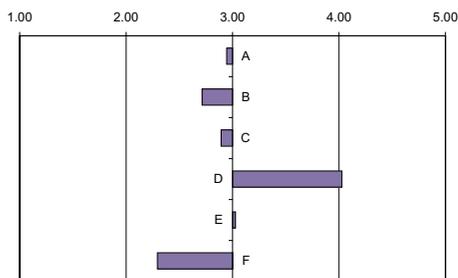
Abbildung 10:
Gründungsbezogene
Aus- und Weiterbildung



Skala: von 1 (vollkommen falsch) bis 5 (vollkommen wahr)

- A. In der Schweiz regt der Unterricht der Primar- und Sekundarstufe Kreativität, Selbständigkeit und Eigeninitiative an.
- B. In der Schweiz vermittelt der Unterricht in der Primar- und Sekundarstufe ausreichend Kenntnisse über das Funktionieren einer Marktwirtschaft.
- C. In der Schweiz wird in der Primar- und Sekundarstufe Entrepreneurship und Unternehmensgründungen ausreichende Aufmerksamkeit geschenkt.
- D. In der Schweiz bieten Fachhochschulen und Universitäten eine gute und angemessene Vorbereitung für die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen.
- E. In der Schweiz bietet das Niveau der betriebswirtschaftlichen und Managementausbildung eine gute und angemessene Vorbereitung für die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen.
- F. In der Schweiz bietet die berufliche Aus-, Weiter- und Fortbildung eine gute und angemessene Vorbereitung für die Gründung und das Wachstum neuer Unternehmen.

Abbildung 11:
Finanzierung



Skala: von 1 (vollkommen falsch) bis 5 (vollkommen wahr)

- A. In der Schweiz ist genug Eigenkapital für neue und wachsende Unternehmen erhältlich.
- B. In der Schweiz ist genug Fremdkapital für neue und wachsende Unternehmen erhältlich.
- C. In der Schweiz gibt es genügend staatliche Subventionen für neue und wachsende Unternehmen.
- D. In der Schweiz sind Privatpersonen (Gründer nicht eingeschlossen) eine wichtige Quelle finanzieller Unterstützung für neue und wachsende Unternehmen.
- E. In der Schweiz sind Beteiligungskapitalgesellschaften (Venture-Capital Gesellschaften) eine wichtige Quelle der Unterstützung neuer und wachsender Unternehmen.
- F. In der Schweiz sind Börsengänge eine wichtige Eigenkapitalquelle für neue und wachsende Unternehmen.

Gründungsbezogene Aus- und Weiterbildung

Die Schweiz leidet weiterhin unter einem Mangel an Unternehmerteams, die mit schwierigen Phasen bei der Gründung eines Unternehmens gross geworden sind und aus diesen Erfahrungen gelernt haben. Diese Sichtweise unterstreichen auch die interviewten Experten. Dieser Mangel an erfahrenen Teams resultiert zum Teil aus dem Schweizer Bildungssystem. Die Experten bemängeln vor allem, dass in der Primar- und Sekundarstufe den Themen Entrepreneurship und Unternehmensgründungen nicht genug Aufmerksamkeit geschenkt wird (vgl. Abb. 10).

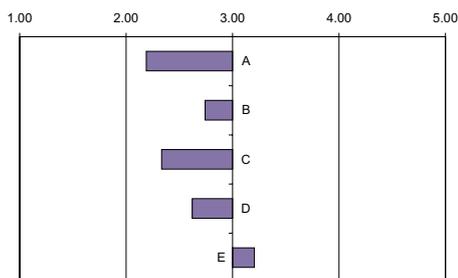
Angesichts der Tatsache, dass es 26 verschiedene Erziehungssysteme in der Schweiz gibt, wäre es sicherlich interessant, diese miteinander zu vergleichen, um diejenigen zu identifizieren, welche unternehmerischen Mut am meisten begünstigen. Zudem sind erfahrene Unternehmerteams selten, und diese Lage wird zudem durch eine sehr kleine Wiederverwertungsrate von guten Elementen einer Geschäftsidee nach einer schlechten Erfahrung noch verschärft. Dort, wo US-Amerikaner ein Team sehen «das gelernt hat», sehen Schweizer eine Gruppe «die gescheitert ist». Daraus lässt sich auf die folgende Notwendigkeit schliessen: man müsste in der Schweiz von einem Konzept «die Vergangenheit abzuschließen» zu einem «die Zukunft zu bauen» übergehen.

Finanzierung

Mit einem 11. Platz ist die Klassierung im Vergleich mit dem 10. Platz im Jahr 2003 was die Finanzierung gesamthaft betrifft, praktisch unverändert. Die Schweiz platziert sich hier lediglich im oberen Drittel, obwohl der Finanzplatz Schweiz im allgemeinen weltweit einen Spitzenplatz einnimmt. Die detaillierte Einschätzung der Fragen zum Thema Finanzierung sind in Abb. 11 dargestellt.

Sicherlich sahen einige Jungunternehmen ihre Anstrengungen kürzlich durch eine substantielle Finanzierung ihres Wachstums belohnt. Dazu gehören Unternehmen wie AC Immune (Alzheimer), SpinX (Mikrofluid-Technologie für pharmazeutische Tests) oder Endosense. Gleichzeitig muss man aber auch festhalten, dass die seit dem Jahr 2000 vorherrschende Zurückhaltung bei den Investoren, in nicht börsenkotierte Unternehmen, resp. in Form von Private Equity in frühe Unternehmensphasen zu investieren, weiterhin Bestand hat, obwohl die Schweiz bei Private Equity insgesamt einen Spitzenplatz einnimmt. Ein weitere Schwierigkeit zeigt sich bei der Fremdkapitalfinanzierung, wo die Schweiz nur im unteren Drittel zu finden ist. Dies ist insofern problematisch, als dadurch kleinere Projekte betroffen sind, welche einen geringen Kapitalbedarf haben. Erste Initiativen zur Verbesserung sind aber auszumachen, so hat beispielsweise die Zürcher Kantonalbank wieder einen Fond zur Finanzierung von Start-ups, der mit verschiedensten Finanzierungsinstrumenten arbeitet. Die befragten Experten beklagen zudem, dass solche Investitionen nur sehr sparsam und oftmals wenig zielgerichtet erfolgen. Die Bemerkungen, die bereits im Schweizer GEM-Bericht im Jahr 2003 (Seiten 24-27) gemacht wurden, haben auch im Jahr 2005 noch Bestand. Vor allem bei der Seed-Finanzierung, also der Finanzierung von sehr frühen Phasen der Unternehmensentwicklung, hat keine Verbesserung stattgefunden. Es gibt sicherlich einige punktuelle Anstrengungen: einige Risikokapitalgesellschaften und seltener auch vorgelagerte Fonds wie Inventages in Saint Prex (VD) oder ETech in Schlieren (www.inventages.ch und www.etch.ch). Die Schweiz, welche über eine beträchtliche Kapitalkraft verfügt, müsste in diesem Bereich eine wesentlich bessere Position im internationalen Vergleich aufweisen können und nicht nur in etablierte Unternehmen investieren.

Abbildung 12:
Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen



Skala: von 1 (vollkommen falsch) bis 5 (vollkommen wahr)

- A. Die Schweiz verfügt über eine ausreichende soziale Infrastruktur, so dass Frauen weiterhin arbeiten können, auch wenn sie eine Familie gegründet haben.
- B. In der Schweiz ist die Gründung eines Unternehmens eine gesellschaftlich akzeptierte Form der Erwerbstätigkeit für Frauen.
- C. In der Schweiz werden Frauen ermutigt, sich selbständig zu machen oder ein neues Unternehmen zu gründen.
- D. In der Schweiz bieten sich Männern und Frauen in gleichem Maße gute Gelegenheiten, ein neues Unternehmen zu gründen.
- E. In der Schweiz befinden sich die Gründungskennnisse und -fähigkeiten von Frauen und Männern auf dem gleichen Niveau.

Mit Erstaunen kann man feststellen, dass auch die juristischen Rahmenbedingungen für Risikokapitalinvestitionen den aktuellen Notwendigkeiten wenig angepasst wurden. So existiert bei den Investmentfonds beispielsweise keine angemessene rechtliche Struktur, welche einer angelsächsischen Limited Liability Companies (LLC) oder einer Limited Liability Partnerships (LLP) nahe kommt und so eine «Gesamttransparenz» in Bezug auf Steuern ermöglicht. Die Folge dieser mangelhaften Anpassung ist die Notwendigkeit, Strukturen in Form von Offshore-Gesellschaften zu schaffen, welche in Jersey oder anderswo basiert sind und lediglich die Verwaltungsgesellschaft in der Schweiz behalten. Was Schweizer Gesellschaften betrifft, so herrschen teilweise groteske Zustände beim Kauf von Aktiva und dort insbesondere beim Erwerb geistigen Eigentums, welche durch rechtliche Vorschriften, wie bspw. dem Schutz des Eigenkapitals hervorgerufen werden. Diese Regelungen sind heute gänzlich veraltet und unpassend.

Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen

Bei den Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen belegt die Schweiz zusammen mit Ungarn das Schlusslicht der im Rahmen des GEM-Projektes befragten Länder. Sicherlich ist es generell ein Problem, dass die Geschäftswelt von Männern dominiert wird, jedoch weist die Schweiz im internationalen Vergleich der bei GEM untersuchten Länder eine der schlechtesten Bewertungen im Hinblick auf die Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen auf. Im Detail sind die Bewertungen für die Schweiz in Abb. 12 dargestellt. Dass Ungarn als weiteres, europäisches Land dabei noch schlechter abschneidet, ist nur ein schwacher Trost. Norwegen und die anderen skandinavischen Länder sind dagegen auf diesem Gebiet Spitzenreiter.

Fakt ist allerdings auch, dass der Anteil der Gründungen von Frauen in der Schweiz so hoch wie in kaum einem anderen europäischen Land ist. Dieses Paradox kann an dieser Stelle nicht vollständig aufgeklärt werden. Offensichtlich haben die Frauen in der Schweiz Mittel und Wege gefunden, trotz unterdurchschnittlicher Rahmenbedingungen häufig den Schritt in die Selbständigkeit vollziehen zu können.

Sonderthema: Regionale Unterschiede

Wo werden in der Schweiz die meisten neuen Unternehmen gegründet? Welche Merkmale zeichnen die Gründungen in den Regionen aus? Wie ist die Einstellung der Bevölkerung zu Entrepreneurship in den verschiedenen Teilen der Schweiz? Das Sonderthema des Schweizer GEM-Berichts ist in diesem Jahr die regionale Analyse von Gründungsaktivitäten und gründungsbezogenen Einstellungen. In diesem Kapitel werden daher die genannten Fragen beantwortet und weitere Aspekte zur regionalen Struktur von Entrepreneurship aufgezeigt. Die regionale Einteilung orientiert sich an der Aufteilung der Schweiz des Bundesamtes für Statistik in sieben Grossregionen, die in der Einleitung dargestellt wurde.

Gründungsaktivitäten

Wie bereits im zweiten Kapitel erläutert sind etwa 6% der Schweizer im Alter von 18-64 Jahren gerade dabei, ein neues Unternehmen zu gründen, oder sind Inhaber und Geschäftsführer eines Unternehmens, das innerhalb der vergangenen 3 ½ Jahre gegründet wurde (TEA-Quote). Die Quote von 6% ist allerdings nicht überall in der Schweiz gleich hoch, sondern es lassen sich deutliche Unterschiede nach Grossregionen feststellen. Die höchste Gründungsquote innerhalb der Schweiz weist die Zentralschweiz auf, gefolgt von Zürich und der Ostschweiz. Eine unterdurchschnittliche Gründungsquote findet man demgegenüber im Espace Mittelland, der Nordwestschweiz, der Région Lémanique und insbesondere im Tessin.

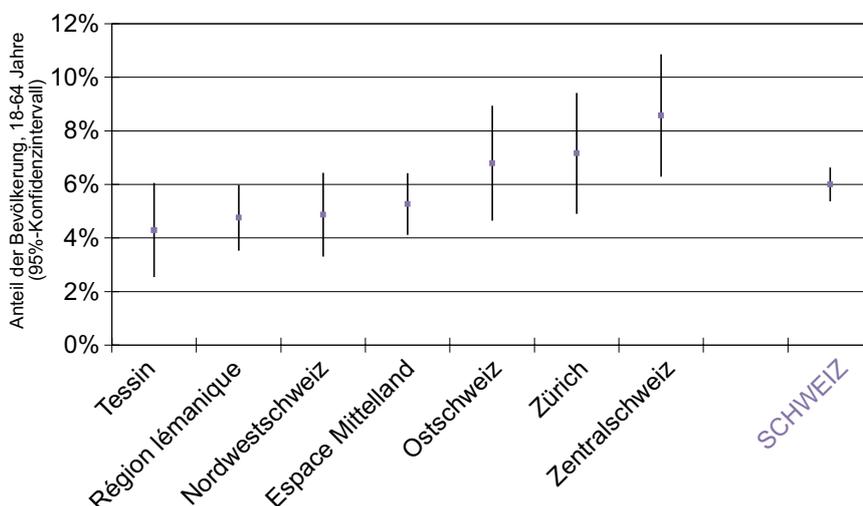
Das gute Abschneiden der Zentralschweiz mag auf den ersten Blick nicht überraschen, gelten doch einige Kantone der Zentralschweiz als sehr unternehmerfreundlich und als «Steuerparadies». Hierbei muss man allerdings bedenken, dass bei der vorliegenden Untersuchung nur Gründungen von Einwohnern der Zentralschweiz erfasst werden. Ausländische Holdinggesellschaften, mit denen zum Beispiel der Kanton Zug häufig in Verbindung gebracht wird, sind hier nicht berücksichtigt. Dennoch weist die Zentralschweiz insgesamt eine sehr hohe Gründungsquote auf. Die hohe Erwerbsquote der Bevölkerung in der Zentralschweiz trägt sicherlich mit zur hohen Gründungsquote bei, da berufliche Erfahrungen häufig eine Voraussetzung für den Schritt in die Selbständigkeit darstellen.

Zürich weist ebenfalls eine hohe Gründungsquote auf. Ähnlich wie in der Zentralschweiz ist die Erwerbsquote der Bevölkerung hier sehr hoch, insbesondere bei Frauen. Grosse Agglomerationen bieten zudem oft gute Voraussetzungen für neue Unternehmen, insbesondere im Bereich der personenbezogenen Dienstleistungen.

Die hohe Kaufkraft der Bevölkerung ist häufig mit diversifizierten Kundenwünschen verbunden, die am besten von jungen und/oder kleinen Unternehmen gedeckt werden.

Die geringe Gründungsquote im Tessin erstaunt, da der Kanton eine überdurchschnittliche Selbständigenquote aufweist und daher ein grosser Anteil der Bevölkerung mit dem Thema unternehmerische Selbständigkeit vertraut sein sollte. Vor diesem Hintergrund hätte man eine höhere Gründungsquote erwarten können.

Abbildung 13:
Gründungsaktivitäten (TEA) nach
Grossregionen

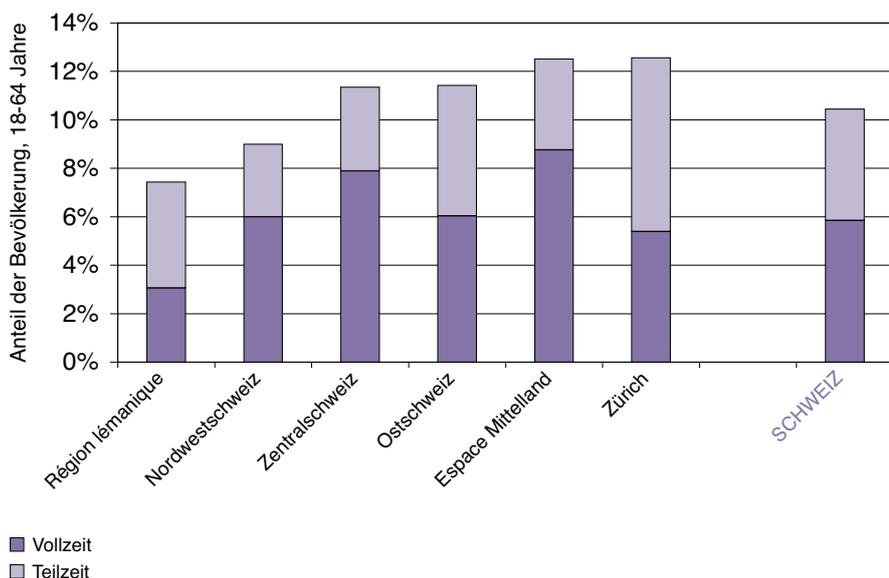


In Abbildung 13 ist neben dem gemessenen Wert jeweils auch das 95%-Konfidenzintervall angegeben. Im vorliegenden Fall sind die Unterschiede zwischen den gemessenen Gründungsquoten zum Teil statistisch signifikant, d.h. die Konfidenzintervalle überlappen nicht. Die Zentralschweiz weist eine statistisch signifikant höhere Gründungsquote auf als das Tessin und die Région Lémanique. Weiterhin ist der Unterschied zu den Grossregionen Nordwestschweiz und Espace Mittelland annähernd statistisch signifikant.

Etablierte Unternehmen

Der TEA-Index betrachtet noch nicht abgeschlossene Gründungsprojekte sowie Unternehmen, die erst vor kurzem gegründet wurden und noch nicht älter als 3 ½ Jahre sind. Daneben gibt es natürlich noch Selbständige, die bereits seit längerer Zeit am Markt aktiv sind. In diesem Abschnitt werden etablierte Unternehmer betrachtet, die bereits seit mehr als 3 ½ Jahren wirtschaftlich aktiv sind. Die nachfolgende Abbildung zeigt den Anteil der etablierten Unternehmer an allen Personen im Alter von 18 bis 64 Jahren, wobei nach selbständigen Vollzeit- und Teilzeittätigkeiten unterschieden wird.

Abbildung 14:
Etablierte Unternehmen nach Vollzeit/
Teilzeit und Grossregionen



Insgesamt beträgt der Anteil der etablierten Unternehmer in der Schweiz etwas mehr als 10%. Etwas mehr als die Hälfte dieser selbständigen Tätigkeiten wird Vollzeit ausgeübt, beim Rest handelt es sich um Teilzeittätigkeiten.

Der Anteil der etablierten Unternehmer weist deutliche Unterschiede zwischen den untersuchten Grossregionen auf. Die meisten Selbständigen, die bereits lange am Markt sind, findet man in Zürich und im Espace Mittelland. Die Région Lémanique und die Nordwestschweiz weisen demgegenüber die geringste Quote auf. Für das Tessin ist hier keine Quote angegeben, da diese aufgrund der geringen Anzahl an befragten Unternehmern nicht hinreichend zuverlässig ist.

Tendenziell weisen Regionen mit einer hohen Gründungsquote auch einen hohen Anteil etablierter Unternehmer auf. Die Rangfolge der Regionen ist bei beiden Indikatoren ähnlich. Zürich und die Ostschweiz weisen jeweils hohe Quoten auf. Die Région Lémanique und die Nordwestschweiz sind in beiden Fällen am anderen Ende der Skala zu finden. Der enge Zusammenhang von Gründungsquote und Selbständigenquote ist darauf zurückzuführen, dass einerseits die Selbständigenquote einer Region das Ergebnis von vorangegangenen Gründungsaktivitäten ist. Andererseits haben Regionen mit einer hohen Selbständigenquote in der Regel auch eine hohe Gründungsquote. Eine kleinbetriebliche Struktur der regionalen Wirtschaft fungiert also als eine Art «Saatbeet» für neue Unternehmen. Dies lässt sich damit erklären, dass Personen, die in kleinen Unternehmen arbeiten, eine höhere Gründungsneigung haben als Angestellte von Grossunternehmen.

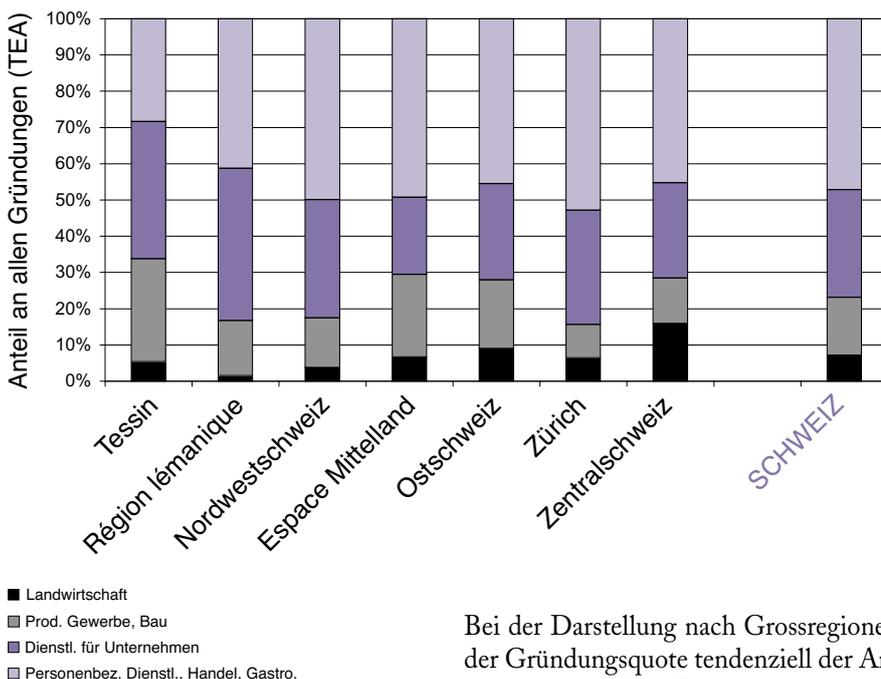
Sektorale Verteilung der Gründungen

Beim GEM-Projekt wird die Branche der befragten Unternehmen über eine offene Frage ermittelt und anschliessend nach einem Schlüssel kategorisiert. Die Art der Befragung als Telefonbefragung lässt eine Einteilung in die folgenden vier Sektoren zu:

- Primärer Sektor (Land und Forstwirtschaft, Bergbau, Energie)
- Produzierendes Gewerbe und Bau
- Dienstleistungen für Unternehmen
- Personenbezogene Dienstleistungen / Handel / Gastronomie.

In allen Regionen sind Dienstleistungen die dominierende Branche neu gegründeter Unternehmen. Diese machen mehr als drei Viertel aller Gründungen in der Schweiz aus. In den meisten Regionen sind hierbei personenbezogene Dienstleistungen (inkl. Handel und Gastronomie) etwas häufiger anzutreffen als unternehmensbezogene Dienstleistungen (wie z.B. Unternehmensberater, Informatikdienstleister und Anwälte). Über die gesamte Schweiz gesehen lassen sich fast die Hälfte (47%) aller Gründungen dem Bereich der personenbezogenen Dienstleistungen zurechnen. Unternehmensbezogene Dienstleistungen kommen auf einen Anteil von etwa 30%. 16% der neuen Unternehmen sind im Produzierenden Gewerbe und im Bau und 7% im primären Sektor angesiedelt.

Abbildung 15:
Sektorale Verteilung nach Grossregionen



Wie in Abb. 15 ersichtlich unterscheidet sich die sektorale Struktur der Gründungen deutlich zwischen den betrachteten Regionen. In dieser und den nachfolgenden Abbildungen sind die Grossregionen in aufsteigender Reihenfolge der TEA-Gründungsquote sortiert. Auf der linken Seite ist aufgrund der geringen Gründungsquote das Tessin dargestellt. Die Zentralschweiz als Region mit der höchsten Gründungsquote steht jeweils rechts. Durch diese Darstellung lassen sich Zusammenhänge zwischen dem Umfang und der Struktur von regionalen Gründungsaktivitäten aufzeigen.

Bei der Darstellung nach Grossregionen lässt sich erkennen, dass mit zunehmender Gründungsquote tendenziell der Anteil der personenbezogenen Dienstleistungen zunimmt. Das Tessin weist den geringsten Anteil auf und Zürich, als Region mit den zweitmeisten Gründungen, den höchsten Anteil an personenbezogenen Dienstleistungen. Die hohe Gründungsquote in den gründungsstarken Regionen lässt sich also zum Teil auf den hohen Anteil an personenbezogenen Dienstleistungen zurückführen. Die Markteintrittbarrieren für personenbezogene Dienstleistungen sind tendenziell eher klein, d.h. der Kapitalbedarf ist klein und es gibt keine oder nur wenige zwingend notwendige Qualifikationen für ein neues Unternehmen. Vor diesem Hintergrund werden personenbezogene Dienstleistungen häufiger als andere Unternehmen aufgrund fehlender besserer Erwerbsalternativen gegründet, was sich auch bei der vorliegenden Untersuchung zeigt.

Bei unternehmensbezogenen Dienstleistungen und insbesondere im produzierenden Gewerbe steht demgegenüber das Ausnutzen einer guten Geschäftsmöglichkeit im Vordergrund. Aufgrund der höheren Markteintrittsbarrieren werden Unternehmen dieser Branchen nur sehr selten gegründet, wenn keine bessere Erwerbsalternative vorhanden ist.

Der Anteil der Gründungen im primären Sektor ist in allen Regionen und Kantonen gering. Nur in der Zentralschweiz liegt der Anteil der Gründungen in diesem Bereich bei über 10%.

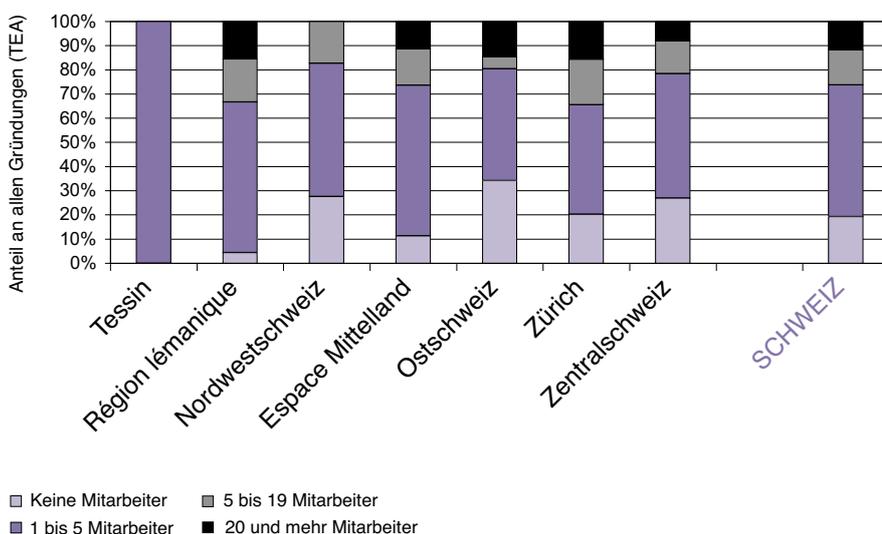
Der Anteil der Gründungen im produzierenden Gewerbe / Bau ist ebenfalls vergleichsweise gering (16%). Der höchste Anteil findet sich im Espace Mittelland, in der Ostschweiz sowie im Tessin; der geringste Anteil im Kanton Zürich.

Wachstumsabsichten

Gründer und Unternehmer unterscheiden sich danach, inwieweit sie mit ihrem Unternehmen eine Wachstumsstrategie verfolgen. Aus anderen Untersuchungen ist bekannt, dass viele Gründer nur ein bescheidenes Wachstum anstreben oder zum Teil sogar ganz ohne Mitarbeiter auskommen wollen. Vor diesem Hintergrund wurden die Gründer und Unternehmer nach den Wachstumsabsichten für ihr Unternehmen befragt, wobei konkret gefragt wurde, wie viele Personen voraussichtlich fünf Jahre nach der Gründung für das Unternehmen arbeiten werden.

Die auf diese Weise ermittelte Wachstumsabsicht eines Unternehmers kann natürlich vom tatsächlichen Wachstum des Unternehmens abweichen. Sie zeigt allerdings an, ob ein Unternehmer überhaupt eine Wachstumsstrategie verfolgt und in welchen Grössenordnungen gedacht wird. Ein Unternehmer, der davon ausgeht, in Zukunft keine Mitarbeiter zu beschäftigen, wird vermutlich auch in der Realität nicht oder nur wenig wachsen.

Abbildung 16:
Wachstumsabsichten nach Grossregionen



Die meisten der befragten Unternehmer wollen zukünftig 1-5 Mitarbeiter beschäftigen. 19% wollen ganz ohne Mitarbeiter auskommen, 15% 5-19 Mitarbeiter und 12% 20 Mitarbeiter und mehr beschäftigen. Die Wachstumsabsichten unterscheiden sich nach Regionen und Kantonen. Unternehmer mit grossen Wachstumserwartungen finden sich vor allem in Regionen mit grossen Agglomerationen, also in der Région Lémanique, im Espace Mittelland und in Zürich. Eine Voraussetzung für eine ambitionierte Wachstumserwartung (20 und mehr Mitarbeiter) scheint daher der Standort in oder nahe bei einer grossen Agglomeration zu sein.

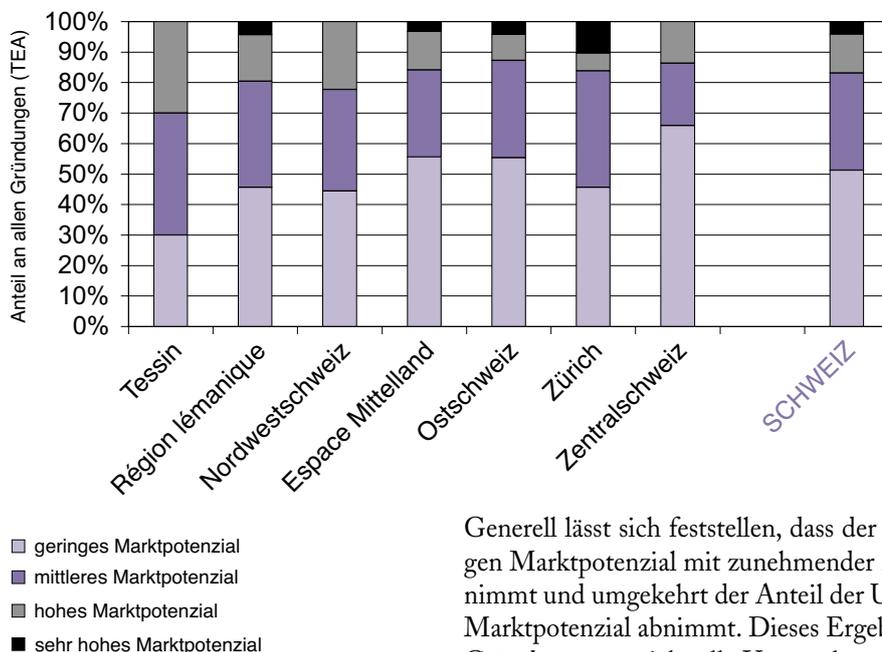
Im Tessin gaben alle befragten Unternehmer an, dass voraussichtlich 1-5 Mitarbeiter zukünftig für das Unternehmen arbeiten werden. Dieses Ergebnis überrascht und lässt sich vermutlich auf die geringe Gründungsquote im Kanton und die hierdurch geringe Anzahl an befragten Unternehmern zurückführen.

Marktpotenzial

Neben den Wachstumsabsichten wird auch das Marktpotenzial der neuen Unternehmen im GEM-Projekt analysiert. Während die Frage nach der Wachstumsabsicht eher die Einstellung des Gründers hinterfragt, geht es hier um das tatsächliche Potenzial für zukünftiges Wachstum. Die Ableitung des Marktpotenzials eines Unternehmens wurde bereits in Zusammenhang mit Abbildung 5 erläutert.

Die Frage nach den Wachstumsabsichten und nach dem Marktpotenzial hängen zusammen, sie sind aber nicht vollkommen deckungsgleich. Zum einen kann ein Unternehmer auch auf mit einer etablierten Technologie auf einem gesättigten Markt ein hohes Wachstum anstreben. Auf der anderen Seite gibt es auch Unternehmen, die mit einer neuen Technologie auf einem Markt mit wenig Konkurrenten tätig sind, bei dem die Grösse des Marktes dennoch kein grosses Wachstum zulässt.

Abbildung 17:
Marktpotenzial nach Grossregionen



Die Mehrzahl der in der Schweiz gegründeten Unternehmen hat nur ein geringes Marktpotenzial, was nicht erstaunt, da in den meisten Fällen ein etabliertes Produkt auf einem regionalen Markt angeboten wird. Gut 30% haben ein mittleres Marktpotenzial und 17% haben ein hohes oder sehr hohes Marktpotenzial. Unternehmen mit sehr hohem Marktpotenzial finden sich nur in Regionen mit grossen Agglomerationen, d.h. in der Région Lémanique, im Espace Mittelland, der Ostschweiz und insbesondere in Zürich.

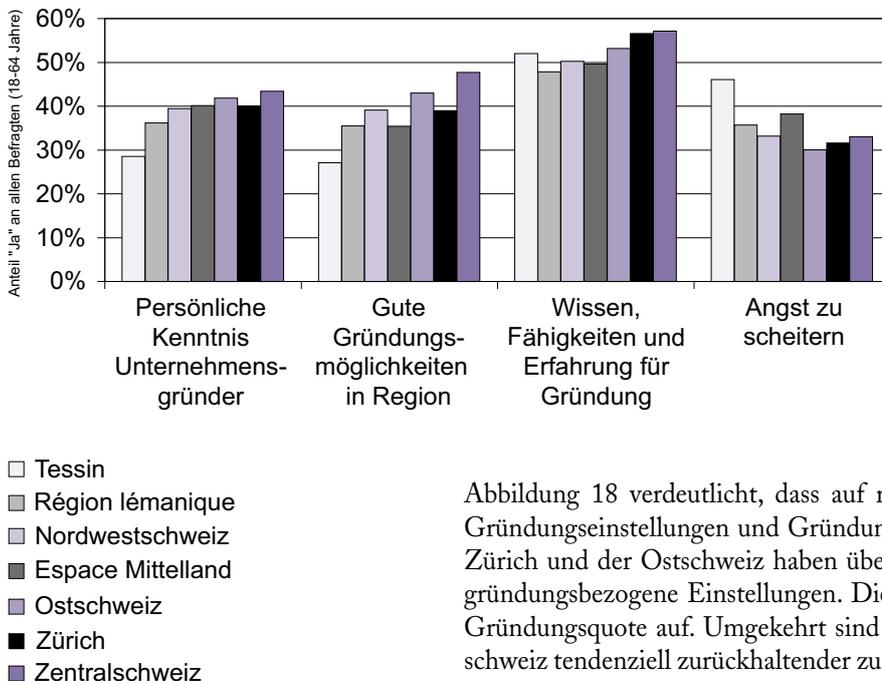
Generell lässt sich feststellen, dass der Anteil der Unternehmen mit einem geringen Marktpotenzial mit zunehmender regionaler Gründungsquote tendenziell zunimmt und umgekehrt der Anteil der Unternehmen mit mittlerem bis sehr hohem Marktpotenzial abnimmt. Dieses Ergebnis ist sehr einsichtig, weil bei einer hohen Gründungsrate nicht alle Unternehmen ein hohes Marktpotenzial haben können. Von den sieben Grossregionen hat das Tessin relativ die meisten Unternehmen mit mittlerem bis sehr hohem Marktpotenzial und die Zentralschweiz relativ die wenigsten derartigen Unternehmen. Bei dieser Analyse muss mal allerdings bedenken, dass hier der relative Anteil der neuen Unternehmen betrachtet wird. Das Tessin hat insgesamt eine geringe Gründungsquote. Der hohe Anteil der Gründungen mit Marktpotenzial in der Region bedeutet daher nicht, dass hier auch absolut viele Gründungen mit hohem Marktpotenzial zu finden sind. Relativ zur Bevölkerung ist der Anteil der Gründungen mit mittlerem bis sehr hohem Marktpotenzial in den betrachteten Regionen ähnlich hoch. Die gründungsstarken Regionen unterscheiden sich von den gründungsschwachen Regionen in dem Punkt, dass sie eine deutlich höhere Anzahl an Gründungen mit geringem Marktpotenzial aufweisen.

Gründungsbezogene Einstellungen

Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass Einstellungen zum Thema Selbständigkeit und Entrepreneurship sowohl auf individueller Ebene als auch auf Ebene einzelner Regionen einen Einfluss auf den Umfang an Gründungsaktivitäten haben⁶. Personen mit positiven Einstellungen sind mit einer höheren Wahrscheinlichkeit an Gründungsaktivitäten beteiligt und auch auf regionaler Ebene gilt, dass Regionen mit einem höheren Anteil von Personen mit positiven Einstellungen durchschnittlich auch eine höhere Gründungsrate aufweisen. Vor diesem Hintergrund werden in diesem Abschnitt die vier Einstellungen untersucht, die sich als relevant in Bezug auf Gründungsaktivitäten erwiesen haben.

Der Einfluss dieser vier Einstellungsvariablen auf die individuelle Gründungsneigung lässt sich anhand der hohen Gründungsquote von Personen mit positiven Einstellungen zeigen. Personen im Alter von 18 bis 64 Jahren, die (1) persönlich einen Gründer kennen, (2) gute Gründungsmöglichkeiten sehen, (3) sich selbst eine Gründung zutrauen und (4) keine Angst zu scheitern haben, weisen eine Gründungsquote von über 23% auf (TEA). Bei allen Befragten im entsprechenden Alter beträgt diese Quote nur etwa 6%.

Abbildung 18:
Gründungsbezogene Einstellungen
nach Grossregionen



Bei der nachfolgenden Darstellung wird jeweils nach den 7 Grossregionen der Schweiz unterschieden, wobei die Regionen wie in den vorangegangenen Darstellungen in aufsteigender Reihenfolge nach der Gründungsquote TEA sortiert sind. Links findet sich jeweils das Tessin (geringste Gründungsquote) und rechts die Zentralschweiz (höchste Gründungsquote). Durch diese Darstellung ist es möglich, Zusammenhänge zwischen der Gründungsquote und den Einstellungsfragen zu erkennen.

Abbildung 18 verdeutlicht, dass auf regionaler Ebene ein Zusammenhang von Gründungseinstellungen und Gründungsquote besteht. In der Zentralschweiz, in Zürich und der Ostschweiz haben überdurchschnittlich viele Einwohner positive gründungsbezogene Einstellungen. Diese drei Regionen weisen auch die höchste Gründungsquote auf. Umgekehrt sind die Einwohner des Tessins und der Westschweiz tendenziell zurückhaltender zum Thema Entrepreneurship eingestellt, was sich auch in einer geringeren Gründungsquote widerspiegelt.

Die regionale Varianz ist bei den Einstellungsfragen deutlich grösser als bei der Gründungsquote, was darauf hinweist, dass die Einstellungen der Bevölkerung Gründungen beeinflussen und nicht umgekehrt der Umfang an Unternehmensgründungen das allgemeine Niveau der Einstellungen bestimmt. Die unterschiedliche Einstellung der Bevölkerung zu Entrepreneurship in Schweizer Regionen trägt also mit zur Erklärung der Unterschiede bei Unternehmensgründungen bei.

Im Detail stellt sich die Situation bei den vier Einstellungsfragen folgendermassen dar:

- *Persönliche Kenntnis eines Unternehmensgründers.* Der Schritt in die Selbständigkeit fällt leichter, wenn man persönlich eine andere Person kennt, die ein Unternehmen gegründet hat oder selbständig ist. Wenn man sieht, dass andere Personen aus dem eigenen Umfeld erfolgreich den Schritt in die Selbständigkeit vollzogen haben, können diese als Rollenvorbilder für das eigene Verhalten fungieren. Im Durchschnitt kennen 40% der Schweizer im Alter von 18-64 Jahren jemanden persönlich, der in den vergangenen zwei Jahren ein Unternehmen gegründet hat. In der Zentral- und in der Ostschweiz sind häufiger Gründer bekannt, wohingegen das Tessin durch einen geringen Anteil an Personen mit Gründern in ihrem Bekanntenkreis auffällt. Nur 29% kennen hier jemanden, der in den vergangenen zwei Jahren gegründet hat. Abgesehen vom Tessin sind die Unterschiede zwischen den Regionen und Kantonen allerdings vergleichsweise gering.
- *Wahrnehmung guter Gründungsmöglichkeiten.* Die meisten Gründer machen sich nicht deswegen selbstständig, weil sie keine bessere Erwerbsalternative haben, sondern weil sie eine gute Geschäftsidee ausnutzen wollen. Insgesamt sehen 38% der Schweizer zukünftig gute Gründungsmöglichkeiten in der Region, in der sie leben. Die regionalen Unterschiede sind bei dieser Frage sehr gross. Die positivste Einschätzung haben die Einwohner der Zentralschweiz und der Ostschweiz, wo 48% bzw. 43% der Einwohner gute Möglichkeiten sehen. Im Tessin nehmen dagegen nur 27% der Erwachsenen gute Möglichkeiten für eine Unternehmensgründung wahr.
- *Einschätzung der eigenen Gründungsfähigkeiten.* Eine Person wird nur dann ein neues Unternehmen gründen, wenn sie sich diese Gründung auch zutraut. Im Rahmen der GEM-Bevölkerungsbefragung wird daher ermittelt, ob der oder die Befragte nach eigener Einschätzung «das Wissen, die Fähigkeit und die Erfahrung hat, die notwendig sind, um ein Unternehmen zu gründen». Etwas mehr als die Hälfte aller erwachsenen Schweizer stimmen dieser Aussage zu und man kann damit sagen, dass sie sich eine Gründung zutrauen. Es gibt hier allerdings messbare regionale Unterschiede. Die Spanne der Gründungsfähigen reicht von 48% in der Région Lémanique bis zu 57% in der Zentralschweiz und in Zürich.
- *Die Angst zu scheitern als Hinderungsgrund.* Die Gründung eines Unternehmens oder eine selbstständige Tätigkeit erfordert in hohem Masse die Bereitschaft, unter Unsicherheit zu handeln. Das Scheitern einer Neugründung kann in finanzieller und persönlicher Hinsicht negative Auswirkungen für den Gründer haben. Personen unterscheiden sich danach, inwieweit sie gewillt sind, das Risiko einer selbstständigen Tätigkeit zu tragen. Innerhalb der Schweiz findet sich die höchste Risikoaversion im Tessin und die geringste in der Ostschweiz und in Zürich. Dieses Ergebnis überrascht, da es ja gewisse kulturelle Ähnlichkeiten zwischen dem Tessin und Italien sowie zwischen Zürich bzw. der Ostschweiz und Deutschland gibt. In Deutschland herrscht allerdings eine sehr hohe Risikoaversion vor wohingegen diese in Italien eher gering ist.

Fazit

Mit einer Gründungsquote (TEA) von etwa 6% platziert sich die Schweiz im oberen Mittelfeld der europäischen Länder. Gegenüber 2002 und 2003 ist die Gründungsquote um etwa einen Prozentpunkt zurückgegangen. Dieser Rückgang ist noch nicht besorgniserregend, zumal die meisten Unternehmen in der Schweiz nicht aus der Not sondern aufgrund einer guten Geschäftsidee gegründet werden. Die zukünftige Entwicklung des Gründungsgeschehen in der Schweiz sollte allerdings genau beobachtet werden, weil Unternehmensgründungen wichtig für Innovationen, Strukturwandel und die Schaffung von Arbeitsplätzen sind. Das GEM-Projekt kann diese Aufgabe erfüllen, da sowohl verlässliche internationale Vergleiche als auch Vergleiche über die Zeit möglich sind und zudem die Ergebnisse sehr schnell bereitgestellt werden können. Andere kleine europäische Länder wie Irland und Norwegen haben sich in den vergangenen Jahren dynamischer als die Schweiz entwickelt, was sich auch in einer höheren Gründungsquote niederschlägt. Neue Unternehmen werden nämlich insbesondere dann gegründet, wenn gute Geschäftsmöglichkeiten gegeben sind. Umgekehrt haben Unternehmensgründungen mittelfristig aber auch einen positiven Einfluss auf die Wirtschaftsentwicklung eines Landes.

Die Schweiz bietet insgesamt recht gute Rahmenbedingung für Entrepreneurship. Es wäre allerdings vollkommen falsch, sich «auf den Lorbeeren auszuruhen». Auch wenn bei einigen Rahmenbedingungen - wie zum Beispiel dem Technologietransfer - die Situation in nur wenigen anderen Ländern besser als in der Schweiz bewertet wird, sind absolut auch in der Schweiz noch weitere Verbesserungen möglich.

Die Gründungsquote ist nicht überall in der Schweiz gleich hoch, sondern es lassen sich deutliche Unterschiede nach Grossregionen feststellen. In der Zentralschweiz - der Region mit der höchsten Gründungsquote - werden etwa so viele Unternehmen gegründet wie in den gründungsstärksten europäischen Ländern. Umgekehrt ist die Gründungsquote im Tessin niedriger als in den meisten europäischen Ländern. Die Schweiz ist also in manchen Teilen sehr unternehmerisch, in anderen aber auch nicht. Hiermit steht die Schweiz allerdings nicht allein da. Untersuchungen für andere europäische Länder wie Deutschland, Spanien oder Grossbritannien weisen ebenfalls auf deutliche regionale Unterschiede bei Gründungsaktivitäten hin. Weitere Untersuchungen des Schweizer GEM-Teams werden zeigen, worauf sich die Unterschiede bei den regionalen Gründungsaktivitäten im Detail zurückführen lassen und was getan werden kann, um die Anzahl an neuen Unternehmen zu erhöhen.

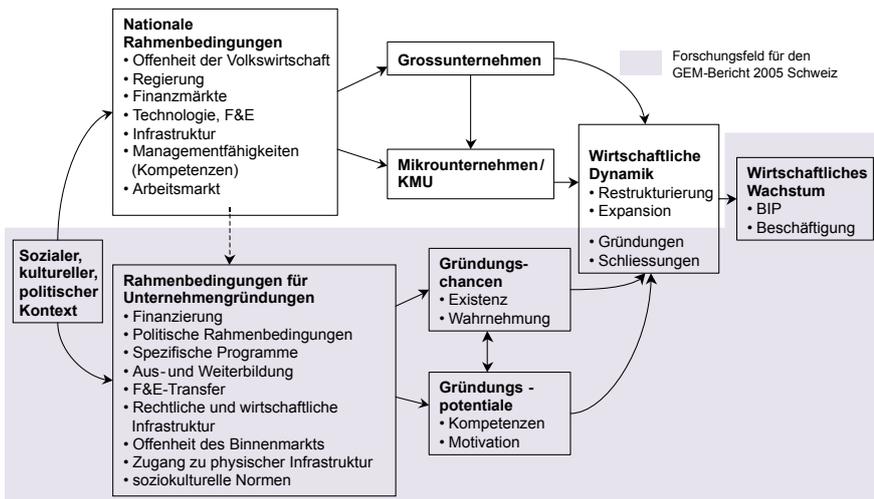
Der Anteil der etablierten Unternehmen ist mit fast 10% so hoch wie in kaum einem anderen europäischen Land. Dies zeigt die hohe Stabilität vieler Schweizer Unternehmen. In den USA liegt die entsprechende Quote deutlich geringer. Es gibt dort zwar mehr Gründungen als in der Schweiz, der geringe Anteil etablierter Unternehmen weist allerdings darauf hin, dass viele neue Unternehmen nicht lange am Markt bestehen können. Die Unternehmensfluktuation ist in den USA also deutlich höher als bei uns. Dies sollte bedacht werden, wenn der hohe Unternehmergeist in den USA gelobt wird. Die Gründung eines Unternehmens ist in den USA tatsächlich etwas Normales, genauso verhält es sich aber auch mit der Schliessung eines Unternehmens. Gründungen und Schliessungen sind somit zwei Seiten einer Medaille. Eine hohe Gründungsrate ist mittelfristig auch immer mit einer hohen Schliessungsrate verbunden, weil ansonsten die Anzahl der Unternehmen in einer Volkswirtschaft immer weiter ansteigen würde, was praktisch gar nicht möglich ist. In einem Punkt kann die Schweiz allerdings sicherlich von den USA lernen: Personen, die in der Vergangenheit bereits einmal selbständig waren und ihr Unternehmen dann aufgegeben haben, sollten nicht stigmatisiert werden. Stattdessen sollte man die Erfahrung sehen, die diese Personen gewonnen haben und die bei zukünftigen Gründungsprojekten hilfreich sein kann.

Anhang

Das GEM-Modell

Das GEM-Modell hebt die Schlüsselrolle von Entrepreneurship für das wirtschaftliche Wachstum eines Landes hervor. Das Modell beschreibt Einflussfaktoren auf das Gründungsgeschehen in einem Land sowie den Zusammenhang von Gründungen und volkswirtschaftlichem Wachstum. Berücksichtigt werden verschiedene Variablengruppen, die sich untereinander beeinflussen und in ihrer Gesamtheit das wirtschaftliche Wachstum eines Landes bestimmen.

Abbildung 19: Das GEM-Modell



Das GEM-Modell setzt sich aus sechs Schlüsselvariablen zusammen:

1. wirtschaftliches Wachstum
2. Wirtschaftsdynamik
3. Gründungschancen und -Potentiale
4. Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen
5. nationale Rahmenbedingungen
6. sozialer, kultureller und politischer Kontext

Quelle: In Anlehnung an Reynolds, Bygrave, Autio and Hay (2002)

Das GEM-Modell wird seit der ersten Untersuchung im Jahr 1999 getestet und kontinuierlich den Bedürfnissen angepasst. Die seitdem durchgeführten Untersuchungen zeigen, dass das Ausmass von Entrepreneurship in einem Land in etwa für ein Drittel der Abweichungen im wirtschaftlichen Wachstum in den untersuchten Ländern verantwortlich gemacht werden kann.

Liste der befragten Experten

Georges Aegler, Gründer, Assoc. Solidarité et Création d'Entreprises (ASCE), Lausanne
Urs Althaus, Leiter KTI Start-up, Bern
Eugen Arpagaus, Leiter Wirtschaftsförderung Kanton Graubünden, Chur
Richard Artley, Chief Scientist, Etech, Zürich
Roland Bollinger, Uplus Rheintal, Rebstein
Silvio Bonaccio, Leiter ETHtransfer, ETH Zürich, Zürich
Jacques Bonvin, Associé, Tavernier Tschanz, Genf
Pascal Duthel, Coaching Team & Incubateur, Parc Scientifique PSE, Lausanne
Peter Eisenhut, Chefökonom, IHK St. Gallen-Appenzell, St. Gallen
Denis Grisel, Leiter Wirtschaftsförderung Kanton Bern, Bern
Paul Gruber, Gründer & CEO, A New Day GmbH, Balgach
Michael Hählen, Gründer & CEO, In flagranti Werbeagentur, Lyss
Patrick Halter-Degonda, Gründer & Manager, Perxion, Neuchâtel
Marc Hamburger, Geschäftsleiter, START Unternehmenszentrum, Zürich
Pierre Ihmle, Gründer und CEO, VPI Management consulting, Préverenges
Philippe Jeanneret, Leiter der Task Force KMU, Staatssekretariat für Wirtschaft, Bern
Thomas Kade, CEO OBT Treuhand, Zürich
Cordula Kaiss, Kamako Beteiligungen AG, Lachen SZ
Susan Kish, Gründerin & CEO, First Tuesday Zürich,
Jacques Laurent, Directeur, Parc Scientifique PSE, Lausanne
Herve Lebret, Innovation Network, EPFL, Lausanne
Jan-Anders Manson, vice-président pour l'innovation et la valorisation, EPFL, Lausanne
Jesus Martin-Garcia, Ecllosion SA, Genf
Josef Mauchle, Geschäftsführer und Inhaber, UB 2000 AG, Hergiswil
Henri B. Meier, Chairman, HBM BioVentures AG, Basel
Jordi Montserrat, «venturelab» Regional Manager Suisse Romande
Claus Niedermann, Leiter, Redaktion Cash Enterprise, Luzern
Xavier Paternot, Investment Principal, Vinci Capital, Lausanne
Line Pillet, Projektleiterin, Swiss Occidental Leonardo, Sion
Jim Pulcrano, Director, Corporate Development, IMD, Lausanne
Rolf Röthing, Leiter Wirtschaftsförderung Basel-Stadt und Baselland, Basel
Beat Schillig, CEO, Institut für Jungunternehmen, St Gallen
Christian Schmidli, Gründer & CEO, Proftech, St. Gallen
Peter Schneider, Geschäftsführer, Stiftung FUTUR, Kempraten
Peter Schüpbach, CEO, Master Solution, Madiswil
Marc-Henri Veyrassat, Gründer und CEO, Tatis, Genf
Christophe Wilhelm, Anwalt, RWB Avocats, Lausanne

(Endnoten)

- 1 Vgl.: Haour, G.; Leleux, B.; Surlemont, B.; Volery, T. (2002): Global Entrepreneurship Monitor, Bericht 2002 zum Unternehmertum in der Schweiz. St. Gallen/Lausanne. Volery, T.; Haour, G.; Leleux, B. (2004): Global Entrepreneurship Monitor, Bericht 2003 zum Unternehmertum in der Schweiz und weltweit. St. Gallen/Lausanne.
- 2 Weitergehende Informationen zu den Erhebungen des GEM-Projektes sowie zum methodischen Vorgehen finden sich bei: Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, N. Chin (2005): Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection and Implementation 1998-2003, In: Small Business Economics, 24, 205-231.
- 3 Vgl.: Bundesamt für Statistik (Hrsg.) (1999): Die Grossregionen der Schweiz: die Schweiz im NUTS-Regionalsystem. Autoren: Martin Schuler, Anne Compagnon. Neuchâtel.
- 4 Vgl.: Bergmann, H. (2004): Determinanten von Gründungsaktivitäten, Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 52. Jg., Heft 4, S. 235-252. Lückgen, I. und D. Oberschachtsiek (2004): Regionaler Entrepreneurship Monitor. Zur Dynamik von Gründungsaktivitäten in Deutschland. Köln/Lüneburg: Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut.
- 5 Vgl.: Volery, T.; Haour, G.; Leleux, B. (2004): Global Entrepreneurship Monitor, Bericht 2003 zum Unternehmertum in der Schweiz und weltweit. St. Gallen/Lausanne.
- 6 Vgl.: Bergmann, H. (2004): Determinanten von Gründungsaktivitäten, Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 52. Jg., Heft 4, S. 235-252. Lückgen, I. und D. Oberschachtsiek (2004): Regionaler Entrepreneurship Monitor. Zur Dynamik von Gründungsaktivitäten in Deutschland. Köln/Lüneburg: Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut. Sternberg, R. und H. Bergmann (2003): Global Entrepreneurship Monitor. Länderbericht Deutschland 2002. Köln: Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut.