



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



# Studentisches Unternehmertum in der Schweiz 2018

Philipp Sieger / Rico Baldegger & Urs Fueglistaller

**u<sup>b</sup>**

b  
**UNIVERSITÄT  
BERN**

Schweizerisches Institut  
für Klein- und Mittelunternehmen



**Universität St.Gallen**



HAUTE ÉCOLE DE GESTION  
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT  
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg  
Freiburg

## Vorwort

Wie ist es um das studentische Unternehmertum in der Schweiz bestellt? Welche unternehmerischen Absichten und Aktivitäten finden sich unter Studierenden in der Schweiz? Was sind die relevanten Einflussfaktoren, und welche Rolle spielen die Hochschulen bei der Förderung von studentischem Unternehmertum?

Der vorliegende Bericht adressiert diese Fragestellungen. Er basiert auf der Datenerhebung des GUESSS-Projekts in der Schweiz im Jahr 2018. Dabei nahmen 9'784 Studierende von 64 Hochschulen/Fakultäten teil.

Global wurde das GUESSS-Projekt 2018 in 54 Ländern durchgeführt, mit insgesamt über 208'000 teilnehmenden Studierenden von über 3'000 Hochschulen. Dies erlaubt es, die Resultate aus der Schweiz mit denen aus anderen Regionen und Ländern zu vergleichen.

Die Durchführung des GUESSS-Projekts in der Schweiz wäre ohne die Unterstützung der Verantwortlichen an den teilnehmenden Universitäten, unserer Sponsoren «Venturelab» und «Venture Kick» sowie der Studierenden selbst nicht möglich gewesen. Ihnen gilt unser herzlichster Dank.

Wir wünschen Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre und freuen uns bereits auf die nächste GUESSS-Erhebung im Jahr 2021.

Prof. Dr. Philipp Sieger  
*Universität Bern*  
*GUESSS CEO*

Prof. Dr. Rico Baldegger  
*HSW Freiburg*

Prof. Urs Fueglistaller  
*Universität St.Gallen*

### Citation

Sieger, P., Baldegger R. & Fueglistaller, U. (2019). Studentisches Unternehmertum in der Schweiz 2018. St.Gallen/Bern/Freiburg: KMU-HSG/IMU/HSW.

# Inhaltsverzeichnis

## Inhalt

Vorwort.....	2
Zusammenfassung.....	4
1. Karriereabsichten der Studierenden.....	5
1.1 Spezifische Absichten und Karrierechancen.....	5
1.2 Unternehmerische Absichten und Aktivitäten im Detail.....	6
1.3 Nationaler und internationaler Vergleich.....	9
2. Die Rolle der Hochschulen.....	11
2.1 Gründungsabsichten und – aktivitäten nach Hochschulen.....	11
2.2 Entrepreneurship Education.....	15
2.3 Das unternehmerische Klima.....	17
2.4 Das unternehmerische Lernen.....	17
2.5 Die unternehmerische Reputation.....	20
3. Weitere Einflussfaktoren.....	21
3.1 Studienfach.....	21
3.2 Arbeitserfahrung in Startups.....	22
3.3 Geschlecht.....	22
4. Unternehmerische Teams.....	24
5. Unternehmerische Studierende: Weitere Details.....	26
6. Handlungsempfehlungen.....	27
7. GUESSS: Weitere Informationen.....	28
7.1 Das Projekt.....	28
7.2 Erhebung und Stichprobe 2018.....	29
7.3 Sponsoren und Partner.....	31
8. Quellen.....	32

## Zusammenfassung

Fast 10'000 Antworten von Studierenden aus der ganzen Schweiz zu ihren unternehmerischen Absichten und Aktivitäten. Was sind die wesentlichen Erkenntnisse?

### Über die (unternehmerischen) Karriereabsichten

- Nur 2,3 Prozent aller Studierenden wollen direkt nach dem Studium in ihrem eigenen Unternehmen arbeiten.
- 5 Jahre nach dem Studium beabsichtigen dies respektable 20,1 Prozent.
- Ein zentrales Muster ist «erst Angestellter, dann Unternehmer».
- Etwa ein Drittel der intentionalen UnternehmerInnen beabsichtigen, mittelfristig eine andere Laufbahn einzuschlagen.
- Im internationalen Vergleich liegt die Schweiz relativ weit zurück, was durch verschiedene Faktoren erklärt werden kann.

### Über die Rolle der Hochschulen

- Die Hochschulen spielen grundsätzlich eine sehr zentrale Rolle bei der Förderung von studentischem Unternehmertum.
- Beim Vergleich der verschiedenen Hochschulen besteht immer die Gefahr, «Äpfel mit Birnen» zu vergleichen. Dennoch lassen sich wichtige Muster erkennen.
- Der Anteil der Studierenden, welche noch nie Kurse oder Veranstaltungen explizit zu Unternehmertum besucht haben, ist relativ hoch.
- Beim unternehmerischen Klima und dem unternehmerischen Lernen besteht weiter grosser Verbesserungsbedarf.
- Auch die Rolle der unternehmerischen Reputation einer Hochschule sollte nicht unterschätzt werden.

### Über weitere Einflussfaktoren auf studentisches Unternehmertum

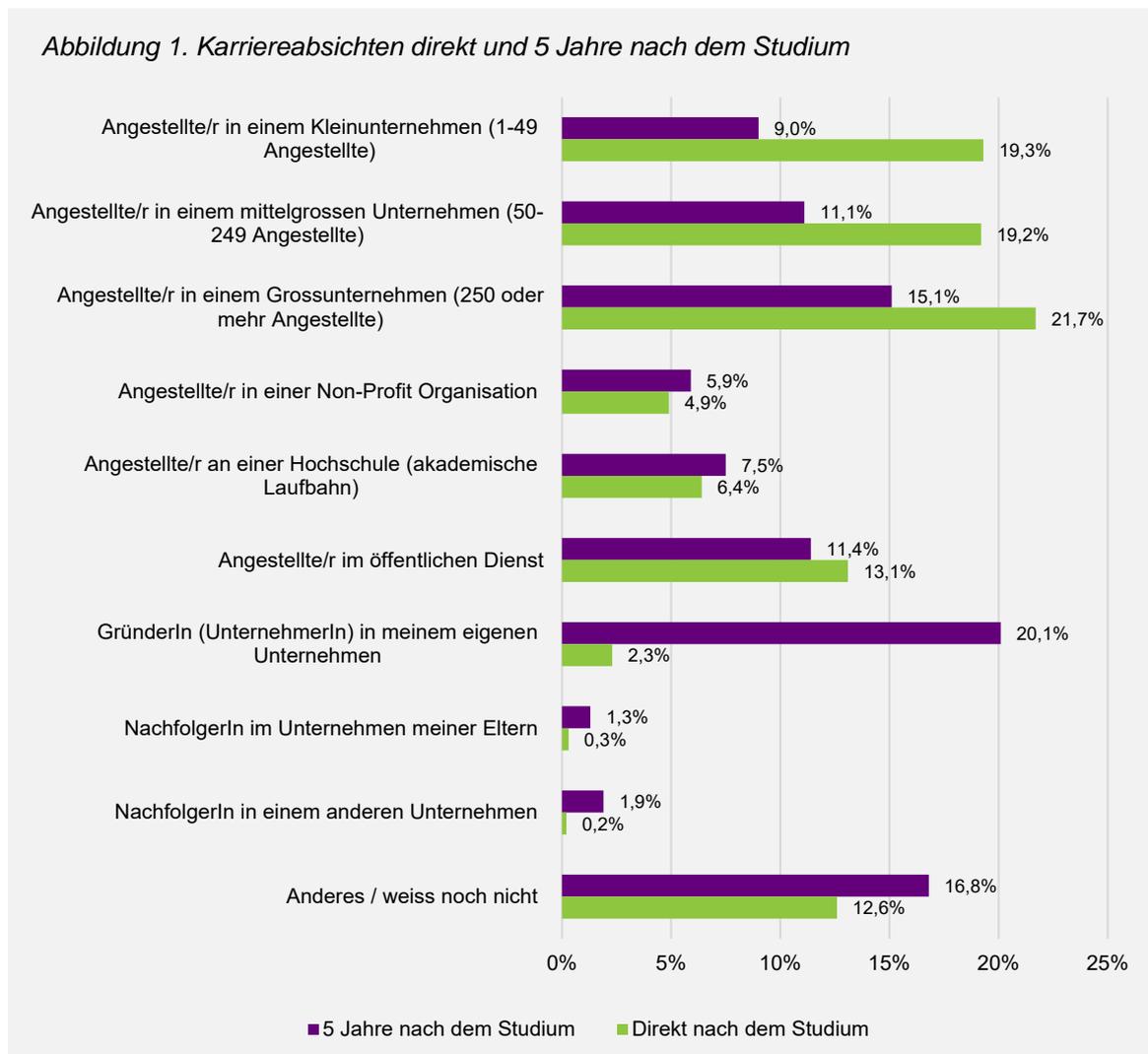
- Je nach Studienschwerpunkt sind relativ grosse Unterschiede beim studentischen Unternehmertum festzustellen.
- Arbeitserfahrung in Startups fördert unternehmerische Absichten und Aktivitäten eindeutig.
- Der «gender gap» ist sehr deutlich. Die spezifischen Gründe bedürfen weiterer Forschung.
- Unternehmerische Teams sind von zentraler Bedeutung. Deren Entstehung, Grösse, und Erfolgsfaktoren sollten weiter untersucht werden.

# 1. Karriereabsichten der Studierenden

## 1.1 Spezifische Absichten und Karrierechancen

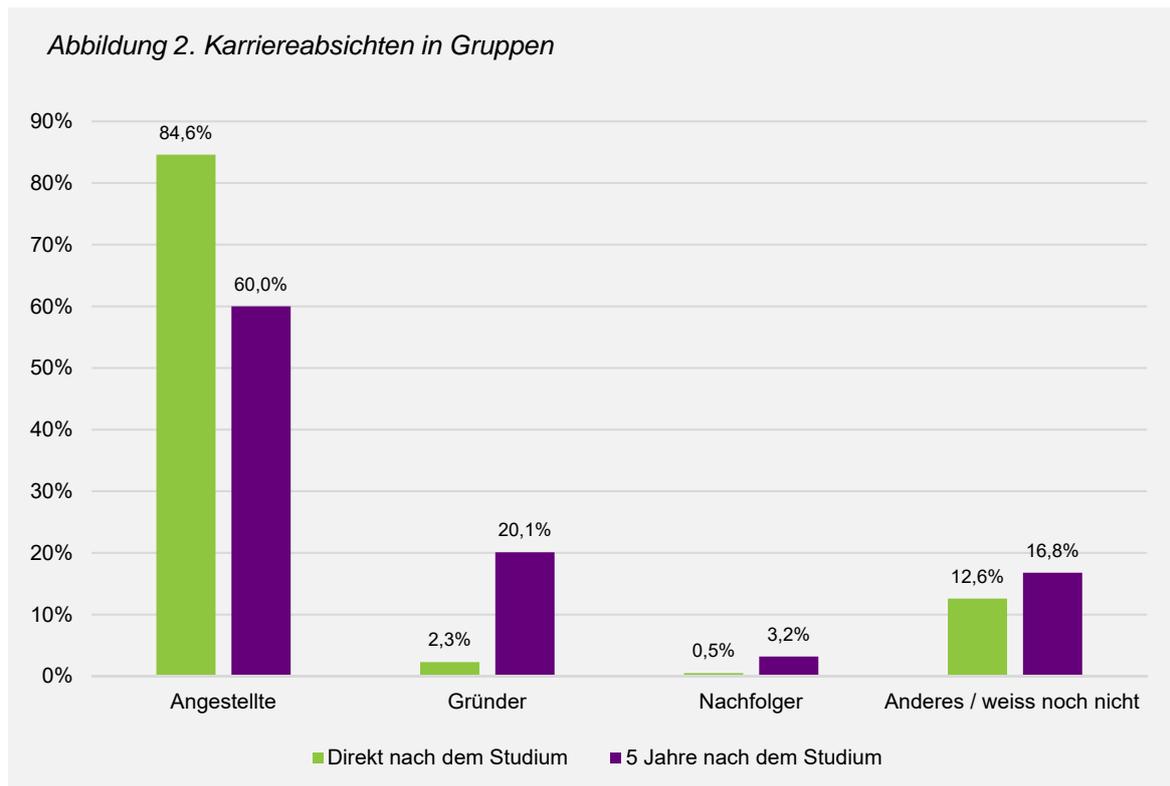
Was planen die Studierenden für Ihre zukünftige berufliche Laufbahn? Welchen Karrierepfad wollen sie direkt nach dem Studium einschlagen, und welchen 5 Jahre später?

Nur 2,3 Prozent aller Studierenden wollen direkt nach dem Studium in ihrem eigenen Unternehmen arbeiten. 5 Jahre später sind es jedoch 20,1 Prozent, was einen sehr erfreulichen Wert darstellt.



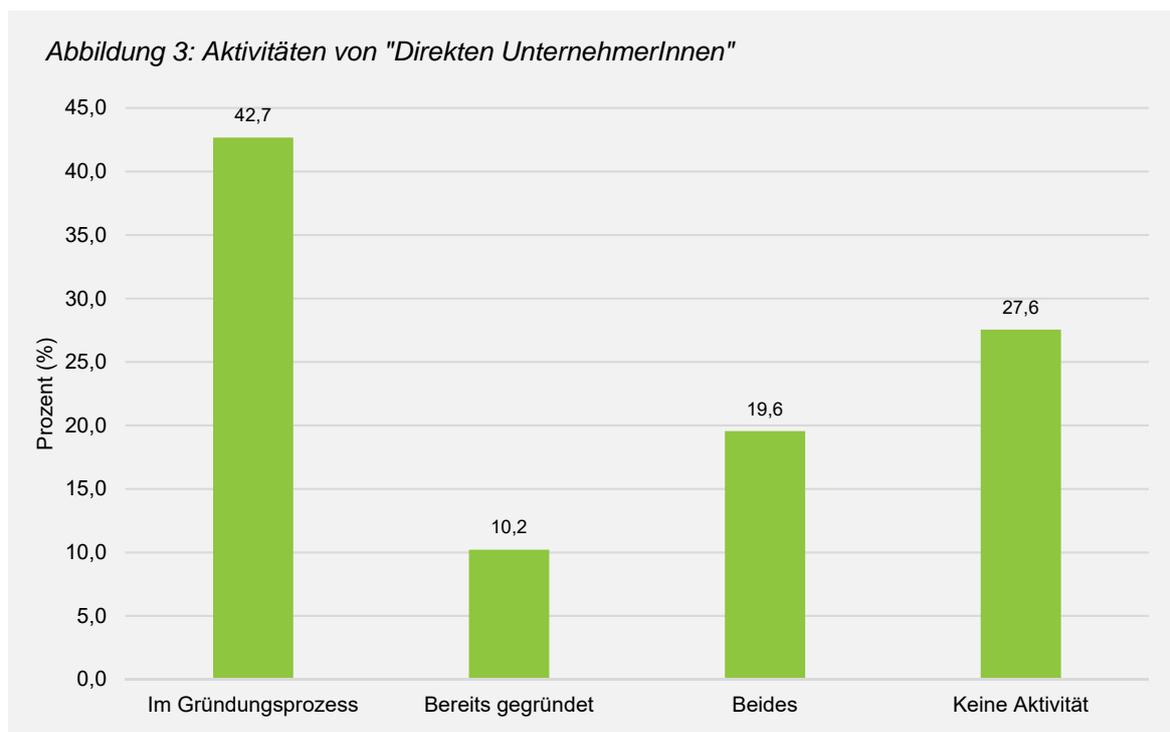
Fasst man die Karrierepfade in Hauptgruppen zusammen, zeigt sich eindeutig, dass die meisten Studierenden direkt nach dem Studium als Angestellte/r tätig sein wollen; einige davon wollen später jedoch eine unternehmerische Laufbahn einschlagen.

Dieses «erst Angestellter, dann Unternehmer» Szenario deckt sich mit früheren GUESSS-Erhebungen sowohl in der Schweiz als auch auf globaler Ebene (Sieger, Fueglistaller & Zellweger, 2011; Sieger, Fueglistaller & Zellweger, 2014; Sieger, Fueglistaller & Zellweger, 2016; Sieger et al., 2019).



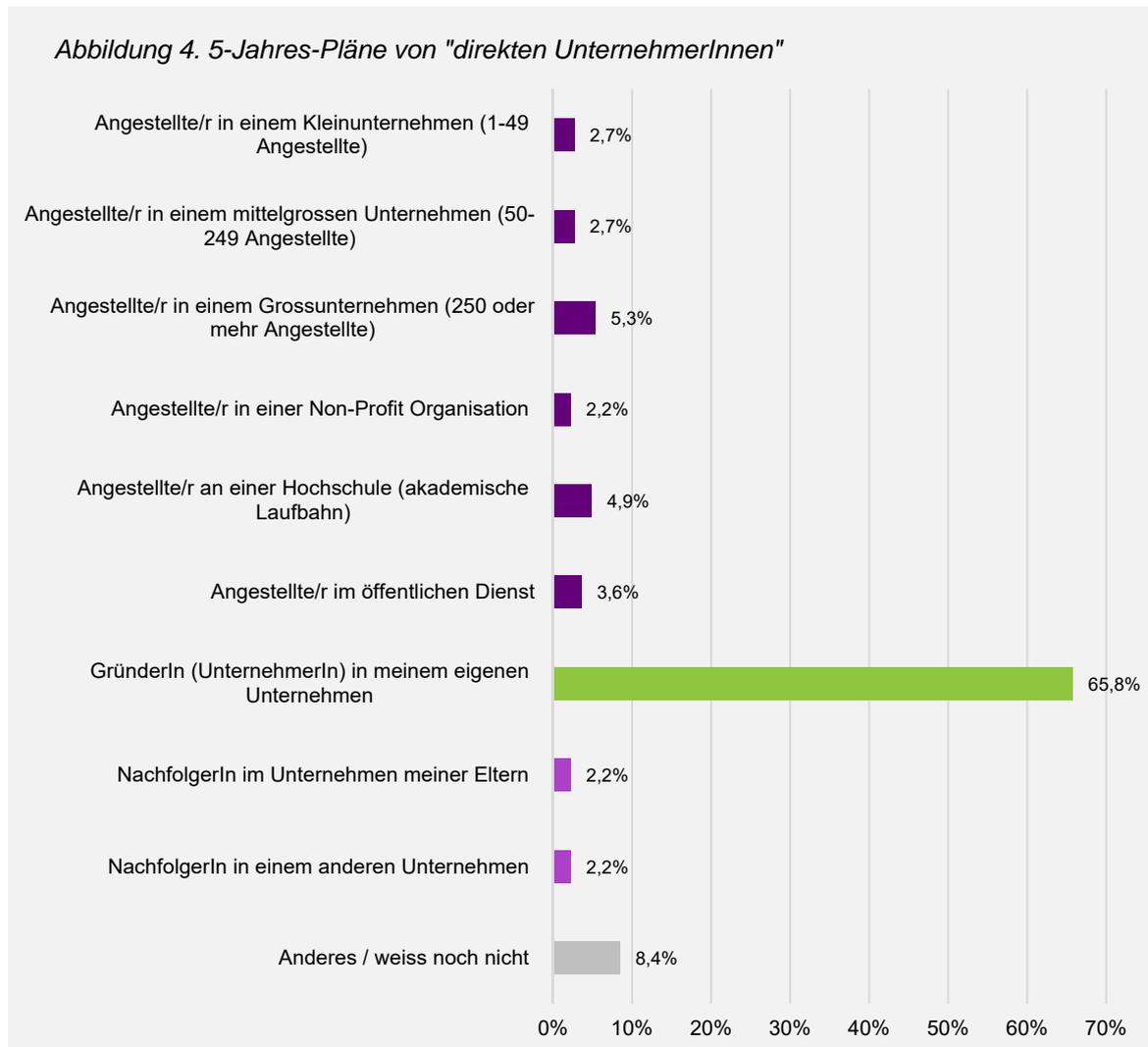
## 1.2 Unternehmerische Absichten und Aktivitäten im Detail

42,7 Prozent derjenigen Studierenden, welche direkt nach dem Studium im eigenen Unternehmen arbeiten wollen («direkte UnternehmerInnen»), sind bereits im Gründungsprozess. Über 10 Prozent haben sogar bereits gegründet; fast jeder fünfte hat bereits ein Unternehmen und gründet parallel ein weiteres.



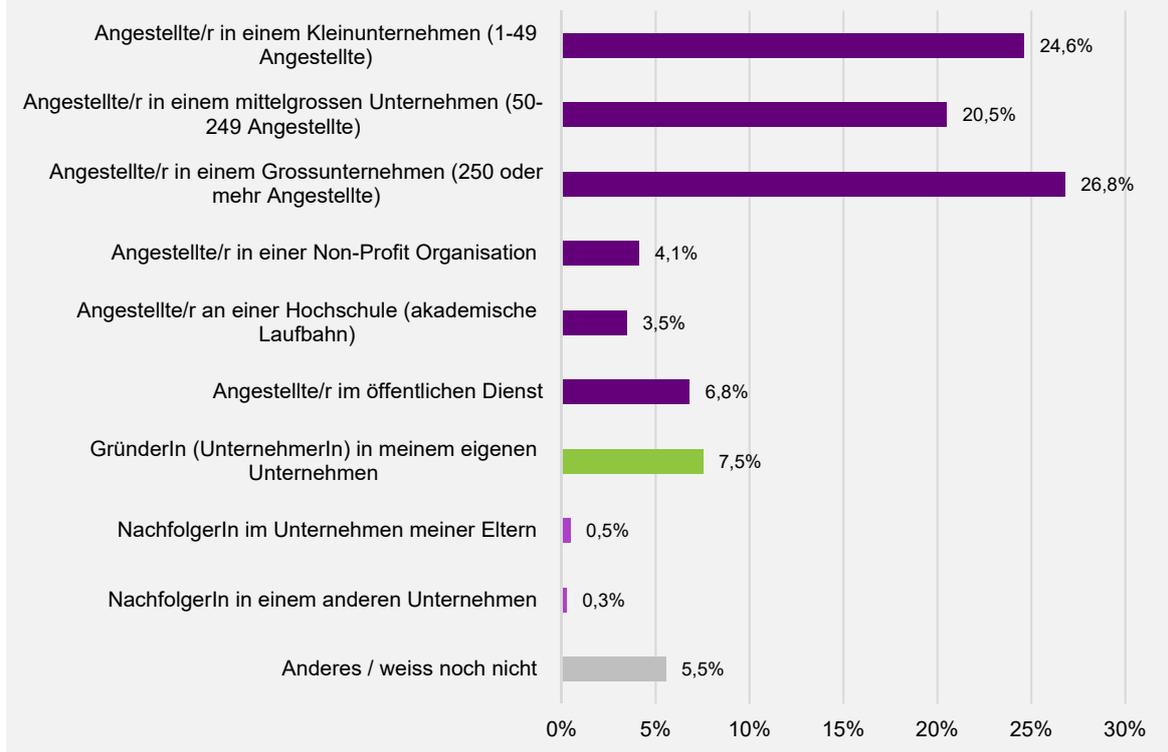
Was planen diejenigen Studierenden, welche direkt nach dem Studium im eigenen Unternehmen arbeiten wollen, 5 Jahre später?

Interessanterweise wollen etwa zwei Drittel dieser «direkten UnternehmerInnen» auch 5 Jahre später unternehmerisch tätig sein. Dies bedeutet jedoch auch, dass ungefähr ein Drittel die UnternehmerInnenlaufbahn in diesem Zeitraum wieder aufgeben möchte; die meisten davon möchten stattdessen als Angestellte/r arbeiten.



Was planen diejenigen Studierenden, welche 5 Jahre nach dem Studium im eigenen Unternehmen arbeiten wollen, direkt nach dem Studium? Man sieht eindeutig das bereits beschriebene «erst Angestellter, dann Unternehmer» Muster. Nur 7,5 Prozent der «5-Jahres-UnternehmerInnen» wollen auch bereits direkt nach dem Studium UnternehmerIn sein.

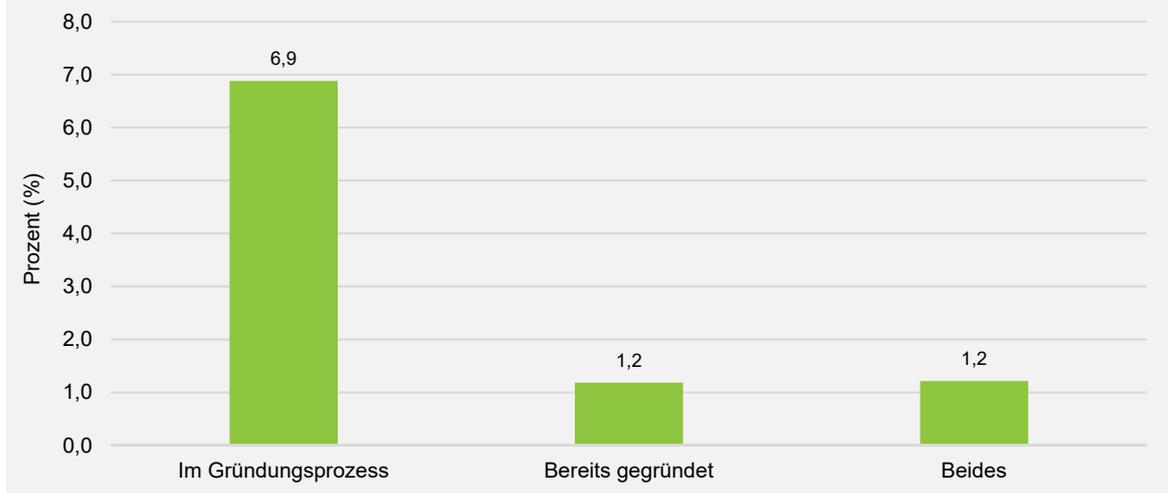
Abbildung 5. Pläne direkt nach dem Studium von "5-Jahres-UnternehmerInnen"



Neben den unternehmerischen Absichten interessieren natürlich auch die eigentlichen unternehmerischen Aktivitäten. Wie viele Studierende sind bereits im Gründungsprozess, und wie viele haben bereits ihr eigenes Unternehmen?

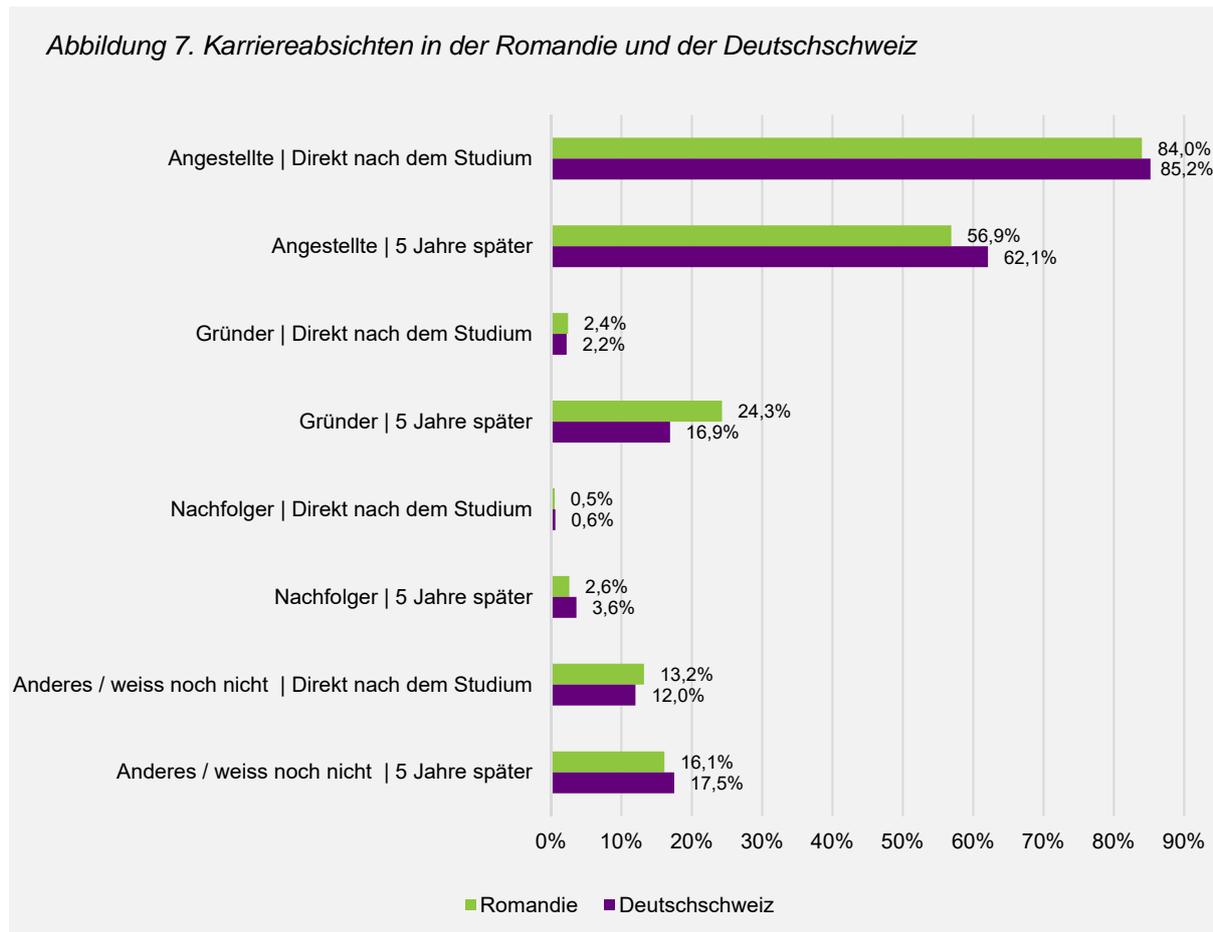
Fast 7 Prozent der Studierenden in unserer Stichprobe (N=673) sind bereits dabei, ein Unternehmen zu gründen (d.h., sie haben bereits konkrete Gründungsschritte unternommen). 116 Studierende haben bereits ihr eigenes Unternehmen (1,2 Prozent), und 119 Studierende sind sowohl bereits UnternehmerIn und gründen parallel ein weiteres Unternehmen (ebenfalls 1,2 Prozent).

Abbildung 6: Unternehmerische Aktivitäten in der Schweiz



### 1.3 Nationaler und internationaler Vergleich

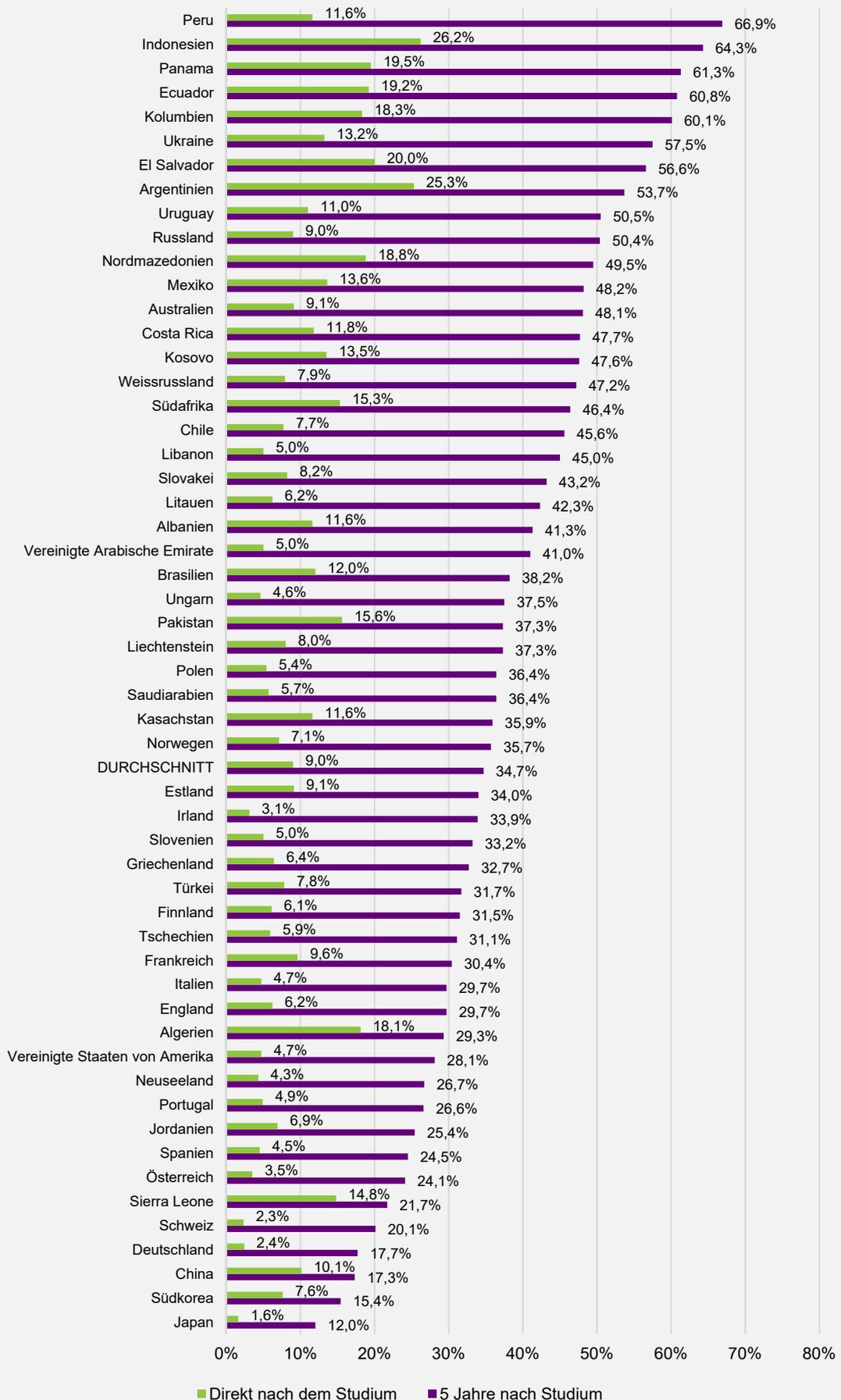
Legt man die Romandie und die Deutschschweiz bezüglich der unternehmerischen Absichten separat nebeneinander, zeigt sich ein sehr ähnliches Muster. Auch wenn die Stichproben in mehrerer Hinsicht nicht identisch sind, ist dennoch festzuhalten, dass der Anteil der intentionalen Gründer sowohl direkt nach dem Studium als auch 5 Jahre später in der Romandie leicht höher ist.



Auf der internationalen Ebene zeigt sich eindeutig, dass die unternehmerischen Absichten von Studierenden in der Schweiz verhältnismässig schwach ausgeprägt sind. Jedoch befindet sich die Schweiz «in guter Gesellschaft», da sich die Zahlen aus Deutschland und Österreich in einem ähnlichen Bereich bewegen.

Dies muss jedoch mit aller Vorsicht interpretiert werden, da unternehmerische Absichten und Aktivitäten zum Beispiel in Schwellen- oder Entwicklungsländern immer stärker ausgeprägt sind als in weit entwickelten Industrienationen. Für detailliertere Auswertungen auf globaler Ebene sei auf den globalen GUESSS-Bericht 2018 verwiesen (Sieger et al., 2019).

Abbildung 8. Gründungsabsichten im globalen Vergleich

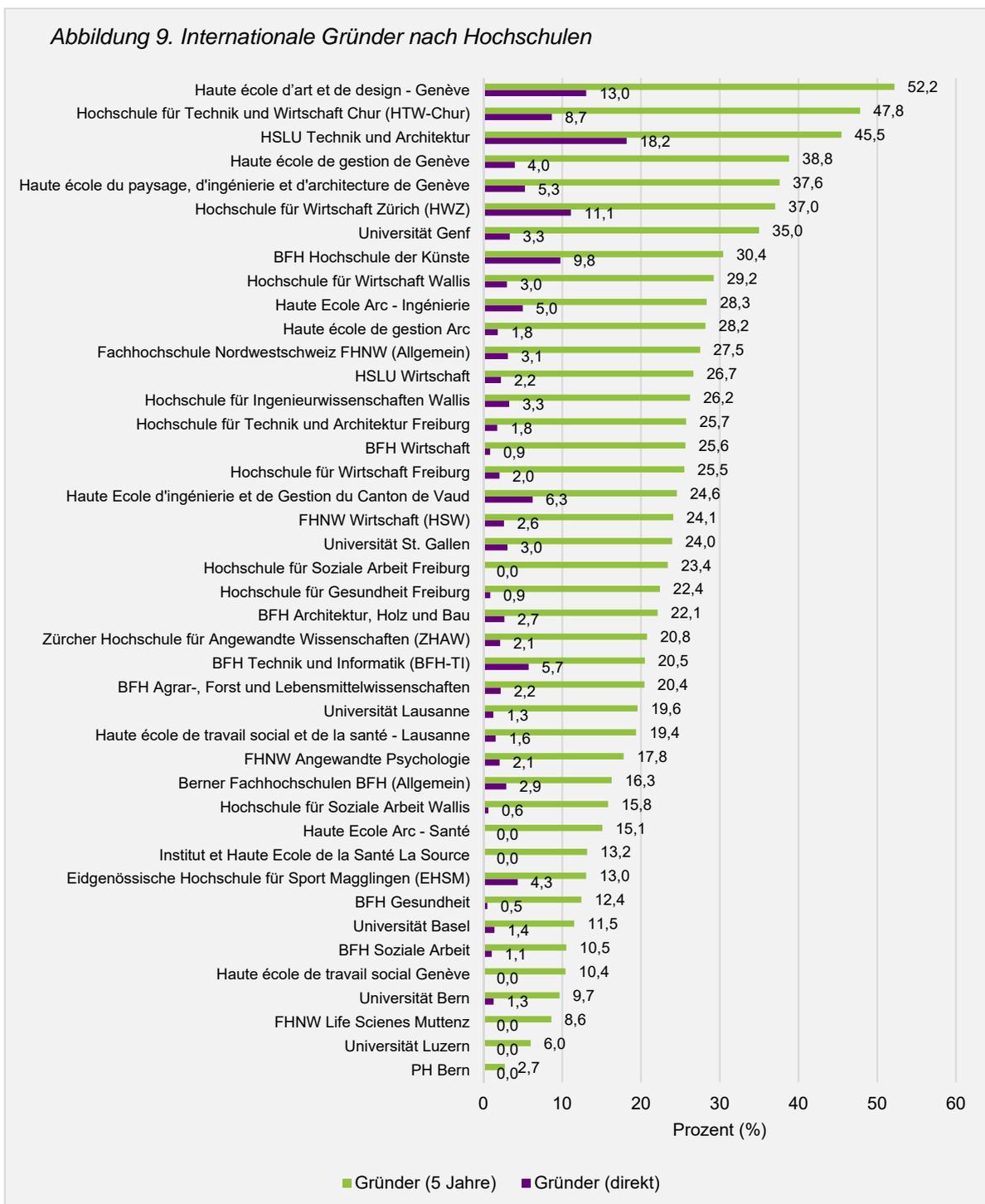


## 2. Die Rolle der Hochschulen

### 2.1 Gründungsabsichten und –aktivitäten nach Hochschulen

Von zentralem Interesse für GUESSS ist die Rolle der Hochschulen im Kontext von studentischem Unternehmertum.

Wir zeigen daher, wie hoch bei jeder Hochschule (mit mindestens 20 verfügbaren Antworten) der Anteil der Studierenden ist, welche direkt oder 5 Jahre nach dem Studium UnternehmerIn sein wollen. Wegen der unterschiedlichen Eigenschaften der Stichproben sind die Ergebnisse mit grosser Vorsicht zu interpretieren.



Gleich verfahren wir beim Anteil der Studierenden im Gründungsprozess sowie beim Anteil der Studierenden, welche bereits ein eigenes Unternehmen haben («aktive UnternehmerInnen»).

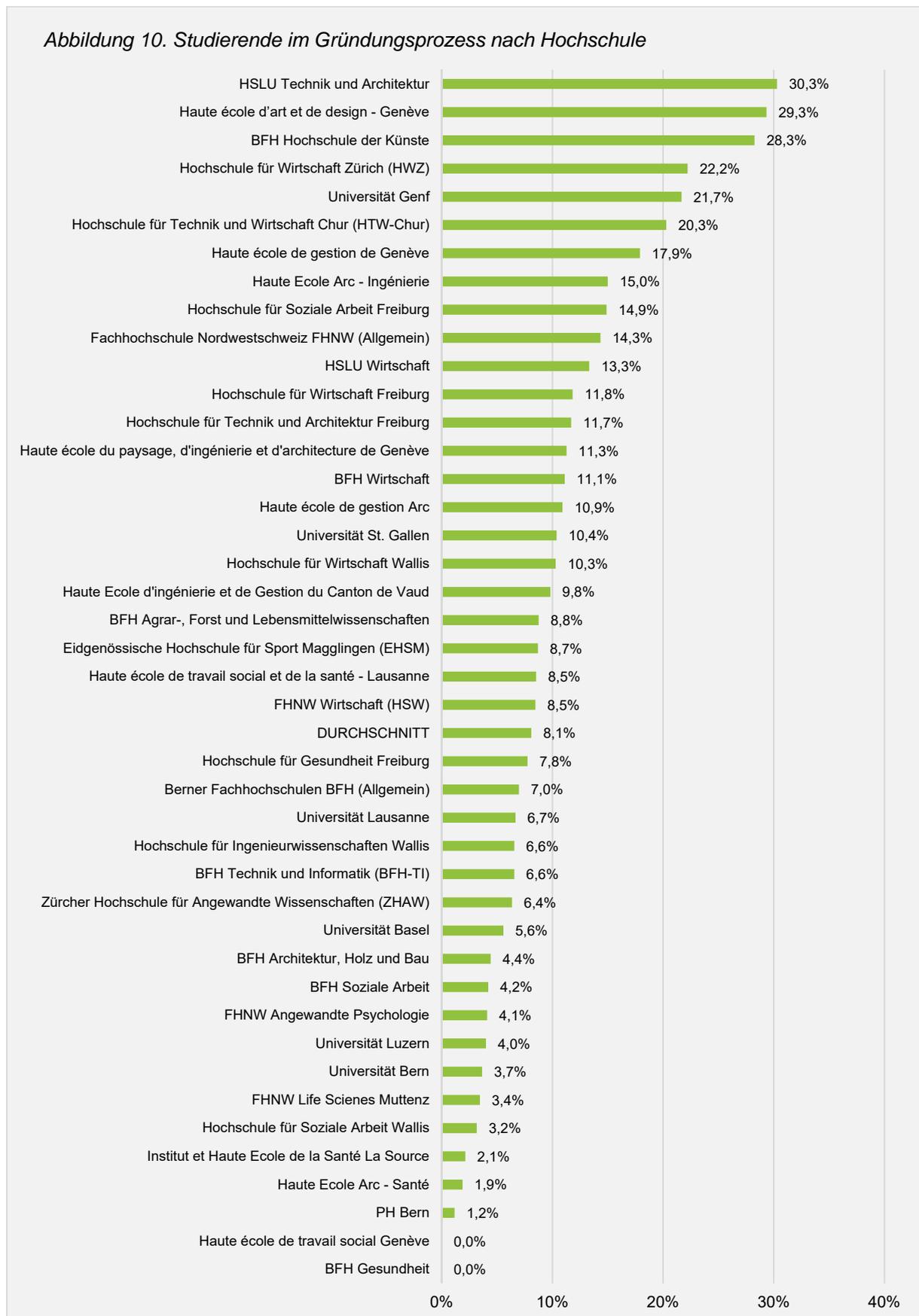
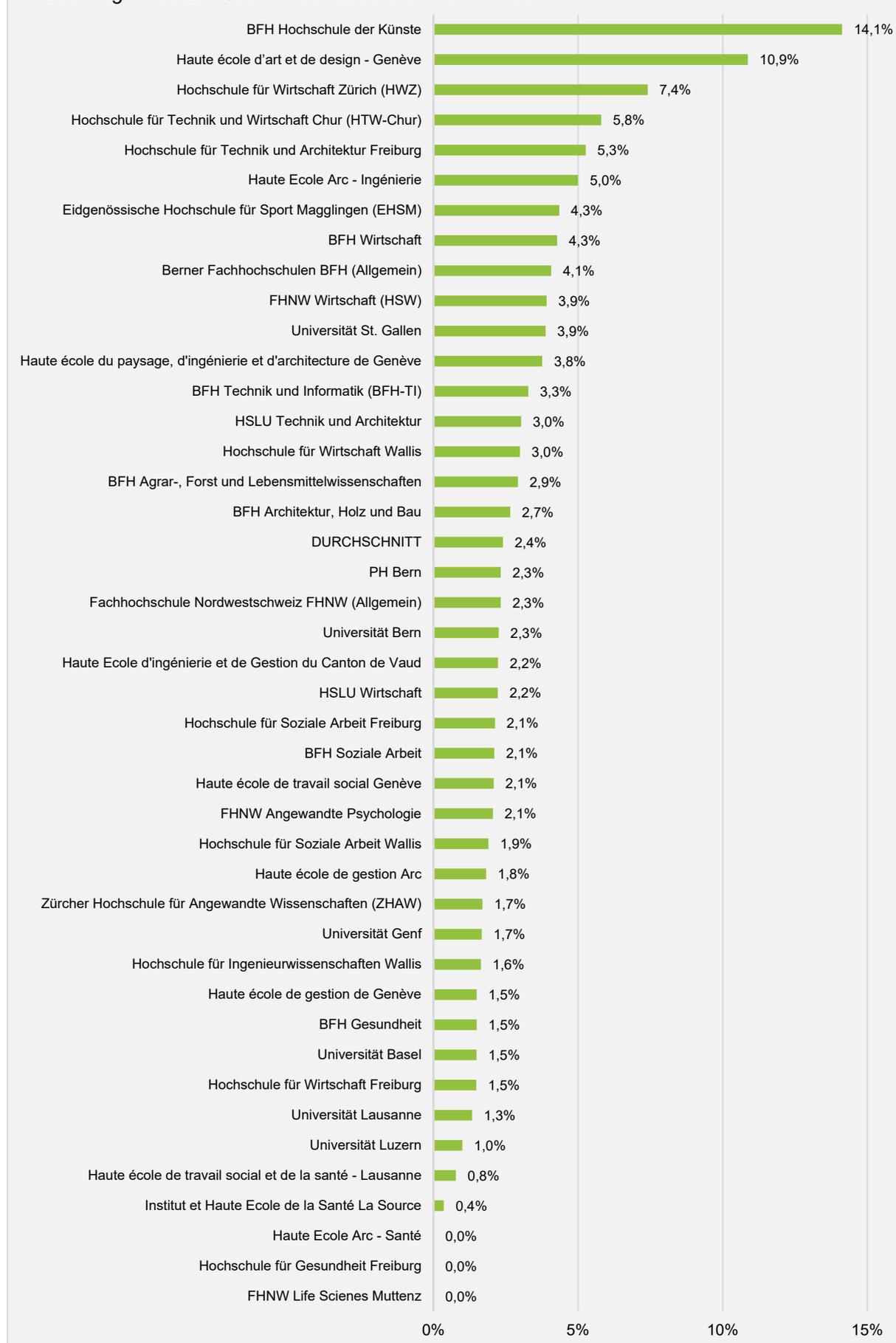
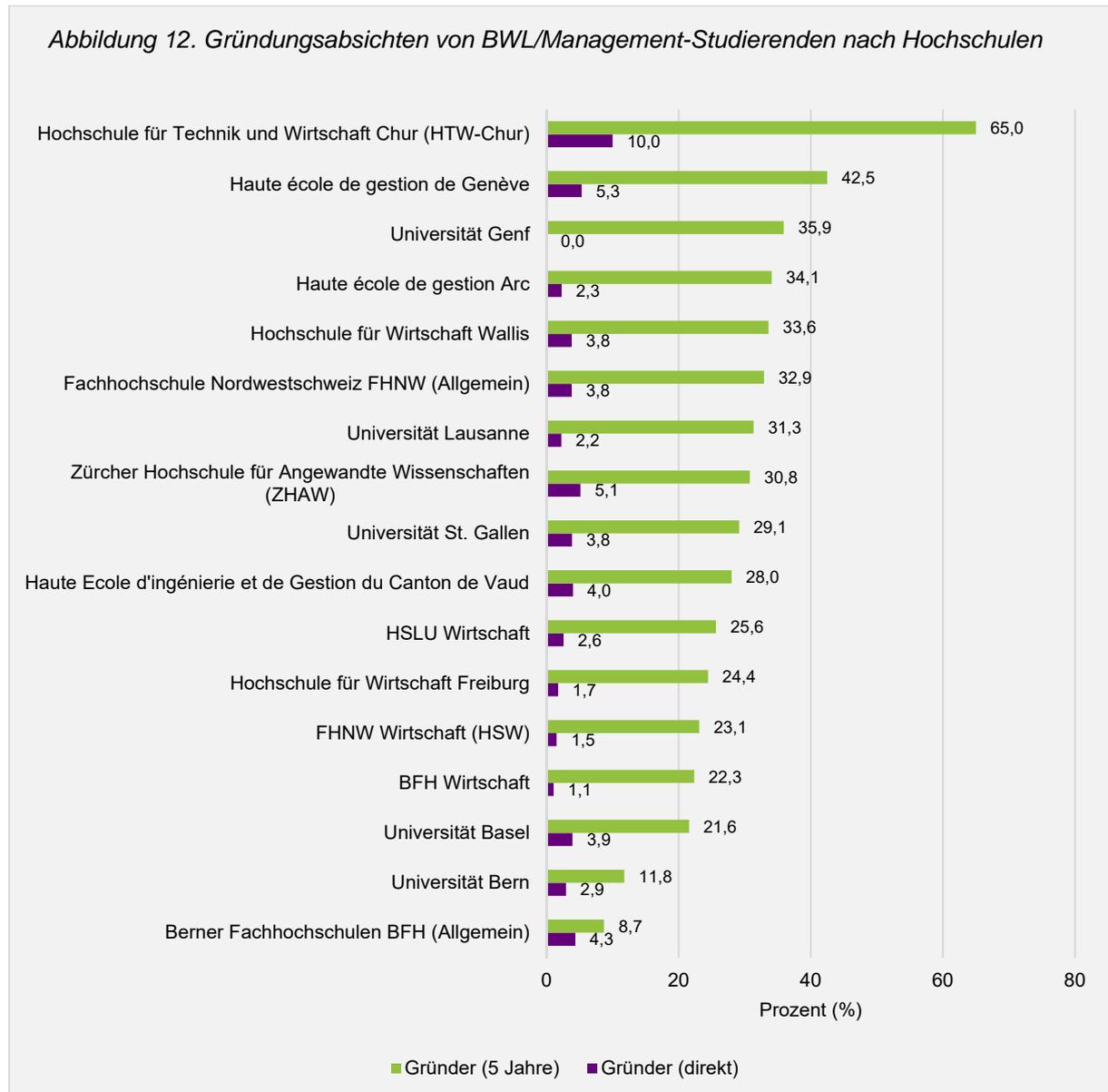


Abbildung 11. Aktive UnternehmerInnen nach Hochschule



Um den Vergleich zwischen den Hochschulen noch aussagekräftiger gestalten zu können, fokussieren wir uns im Folgenden auf Studierende, die den Schwerpunkt «Betriebswirtschaftslehre/Management» studieren, da diese die grösste Gruppe in unserer Stichprobe repräsentieren (N=2'234 oder 23 Prozent).

Die «Rangfolge», sortiert nach den Gründungsabsichten bezogen auf 5 Jahre nach dem Studium, sieht für Hochschulen mit mindestens 20 Antworten wie folgt aus:



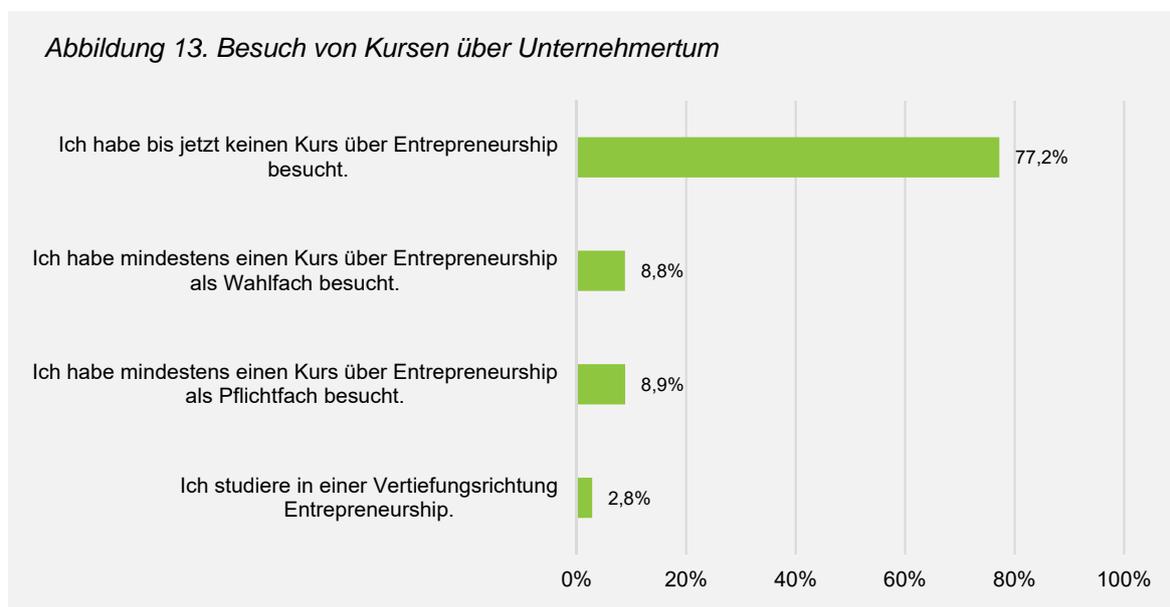
## 2.2 Entrepreneurship Education

Die Hochschulen spielen generell eine äusserst wichtige Rolle bei der Entwicklung und der Förderung von studentischem Unternehmertum.

Dies geschieht insbesondere durch die Vermittlung von Grundlagen über Unternehmertum, den Aufbau von entsprechendem Wissen sowie die Förderung von konkreten Fähigkeiten, um erfolgreich unternehmerisch tätig sein zu wollen und zu können. Ausserdem sind Hochschulen wichtige Plattformen für die Vermittlung von Kontakten und den Aufbau von Netzwerken.

Eine wichtige erste Grundvoraussetzung für studentisches Unternehmertum ist daher, ob die Studierenden entsprechende Veranstaltungen und Kurse besuchen.

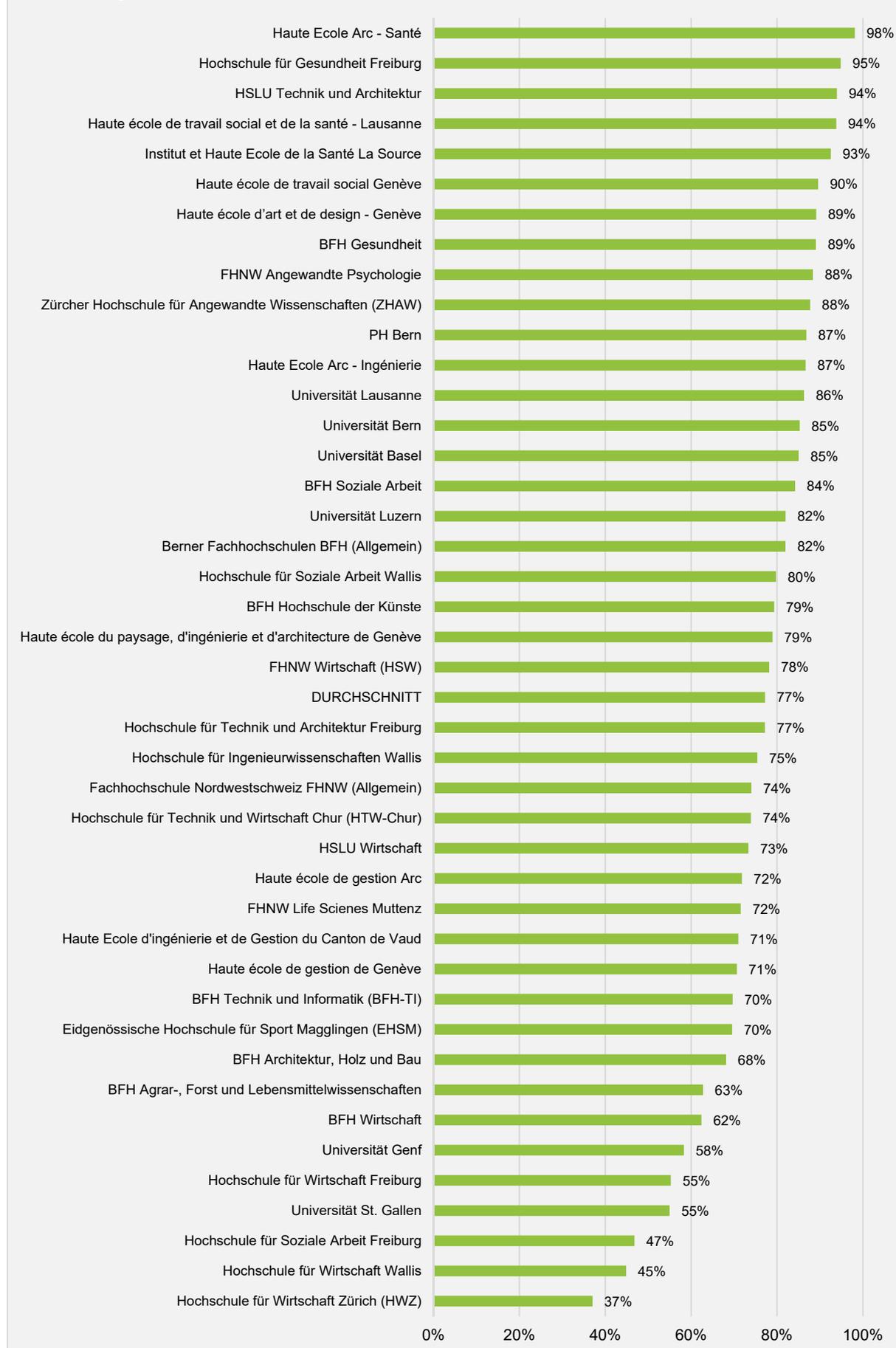
Insgesamt zeigt sich, dass über drei Viertel der Studierenden noch keinen Kurs über Unternehmertum besucht haben.



Um einen tieferen Einblick in die einzelnen Hochschulen zu bekommen, zeigt die folgende Grafik für jede Hochschule den Anteil derjenigen Studierenden, die noch keine Kurse über Unternehmertum besucht haben. Auch hier nehmen wir nur Hochschulen auf, von welchen mindestens 20 Antworten vorlagen.

Bei der Interpretation ist grosse Vorsicht geboten, da das Angebot von Veranstaltungen und Kursen über Unternehmertum je nach Fachbereich und Fakultät innerhalb von Hochschulen stark variieren kann. Auch können unternehmerische Themen in Kursen behandelt werden, welche sich im Titel nicht explizit dem Unternehmertum verschrieben haben.

Abbildung 14. Nicht-Teilnahme nach Hochschulen



## 2.3 Das unternehmerische Klima

Neben den konkreten Angeboten spielt auch das generelle unternehmerische Klima eine Rolle. Um dies zu erfassen, wurden die Studierenden gebeten anzugeben, wie stark sie verschiedenen Aussagen über das Hochschulumfeld zustimmen (1=überhaupt nicht, 7=voll und ganz):

- Die Atmosphäre an meiner Hochschule inspiriert mich dazu, neue Geschäftsideen zu entwickeln.
- Das Klima an meiner Hochschule ist förderlich für Unternehmertum.
- An meiner Hochschule werden Studierende dazu ermutigt, unternehmerisch tätig zu werden.

Aus den drei entsprechenden Antworten berechnen wir den Durchschnitt. Der schweizweite Durchschnitt von 3,93 zeigt, dass das Hochschulklima insgesamt als eher wenig förderlich für Unternehmertum eingeschätzt wird.

Einzelne Hochschulen schneiden erfreulich gut ab, wobei sicher Unterschiede zwischen einzelnen Fachbereichen je Hochschule bestehen (siehe Abbildung 15).

## 2.4 Das unternehmerische Lernen

Da der Besuch von Angeboten über Unternehmertum an sich noch nicht aussagekräftig genug ist, wurde erfragt, welche Lerneffekte das Studium allgemein im Hinblick auf unternehmertumsbezogene Aspekte hat.

Die Studierenden konnten den folgenden Aussagen überhaupt nicht (1) oder voll und ganz (7) zustimmen: Die Kurse und Seminare, die ich besuchte...

- ...haben mein Verständnis der Einstellungen und Motive von UnternehmerInnen verbessert.
- ...haben mein Verständnis verbessert, wie eine Unternehmensgründung funktioniert.
- ...haben meine Management-Fähigkeiten für eine Unternehmensgründung verbessert.
- ...haben meine Fähigkeit Netzwerke aufzubauen verbessert.
- ...haben meine Fähigkeit Geschäftsideen zu erkennen verbessert.

In der Schweiz insgesamt ergibt sich ein Durchschnitt von 3,62, was auf unterdurchschnittliche Lernerfolge hindeutet. Auch hier sind grosse Unterschiede zwischen den einzelnen Hochschulen festzustellen (siehe Abbildung 16).

Abbildung 15. Unternehmerisches Klima im Vergleich



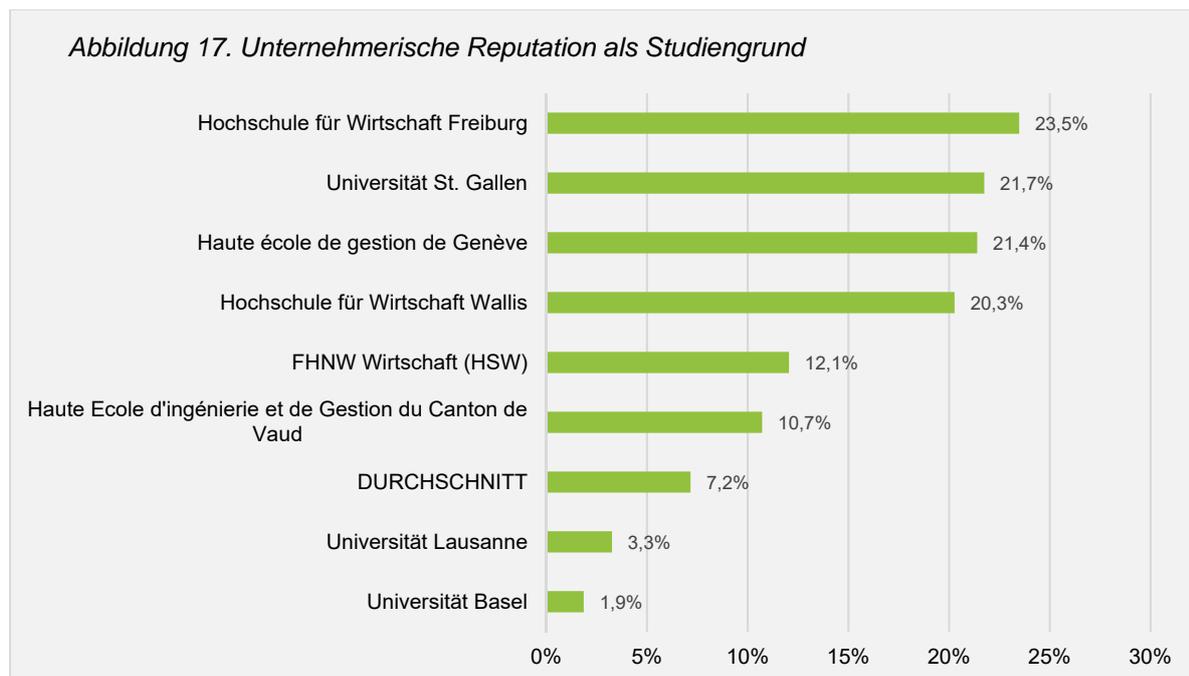
Abbildung 15. Unternehmerisches Klima im Vergleich



## 2.5 Die unternehmerische Reputation

Warum studieren Studierende an ihrer Hochschule? Die folgende Abbildung zeigt den Anteil der Studierenden je Hochschule, welche angegeben haben, dort vor allem wegen ihres unternehmerischen Rufs zu studieren (nur für Hochschulen, bei welchen mindestens 20 Studierende diesen Grund angegeben hatten).

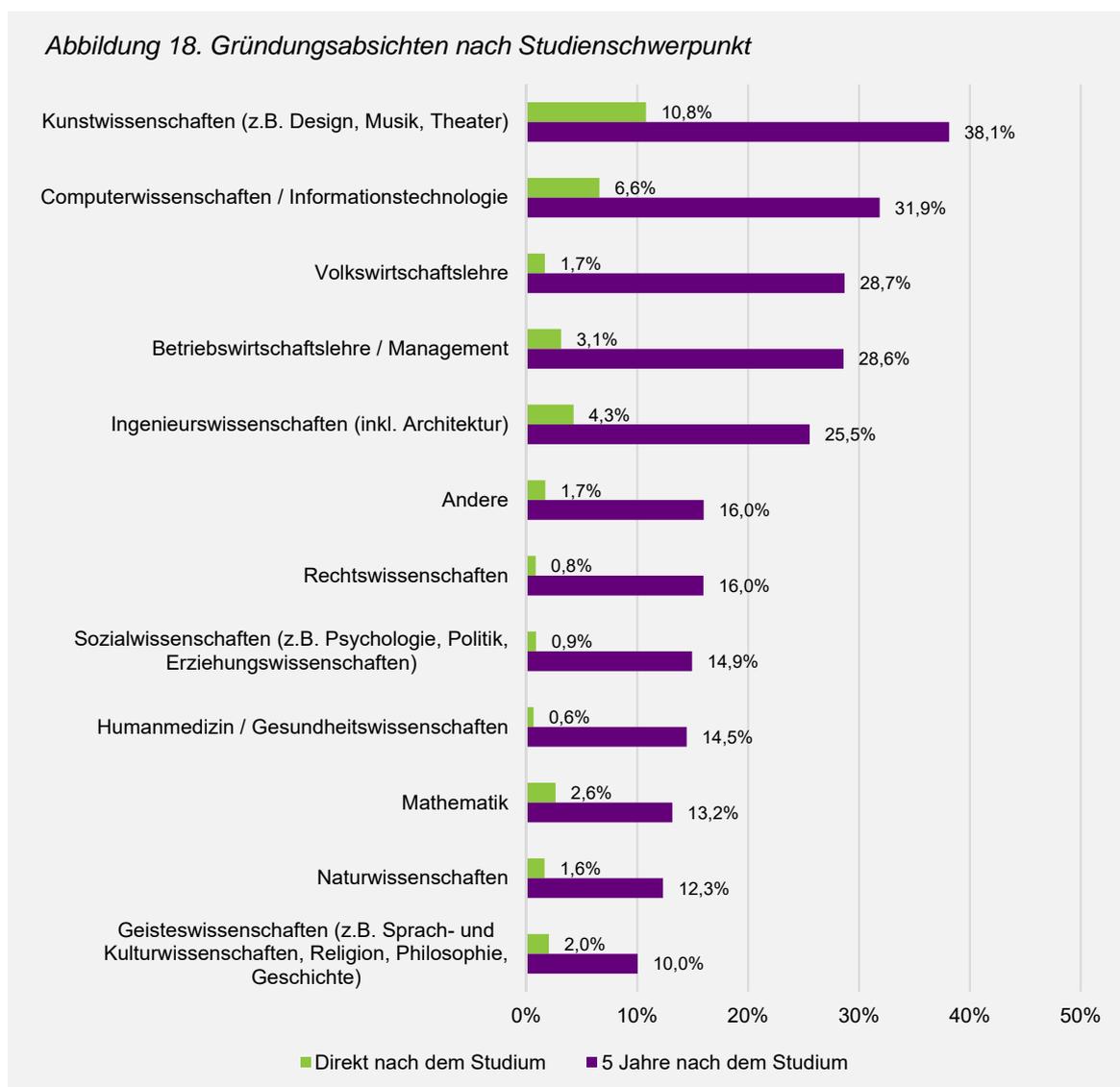
Dies ist für Hochschulen von besonderer Relevanz, da eine gute unternehmerische Reputation dabei hilfreich ist, unternehmerisch interessierte Studierende zu gewinnen und so auch mittelfristig das unternehmerische Klima an der Hochschule zu verbessern.



## 3. Weitere Einflussfaktoren

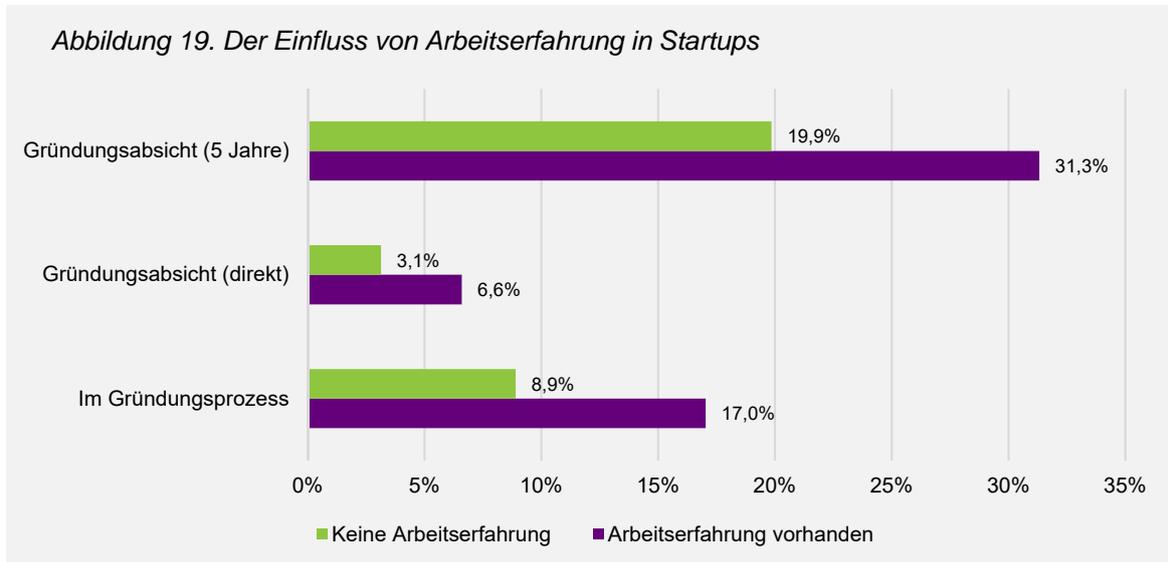
### 3.1 Studienfach

Die Stärke der Gründungsabsichten hängt stark vom Studienfach ab. Die am deutlichsten ausgeprägten Absichten finden sich bei Studierenden der Kunstwissenschaften. Dies ist zumindest teilweise durch die besonderen Eigenschaften der entsprechenden Berufsbilder zu erklären (z.B. durch die Möglichkeit oder Notwendigkeit, freischaffend tätig zu werden).



### 3.2 Arbeitserfahrung in Startups

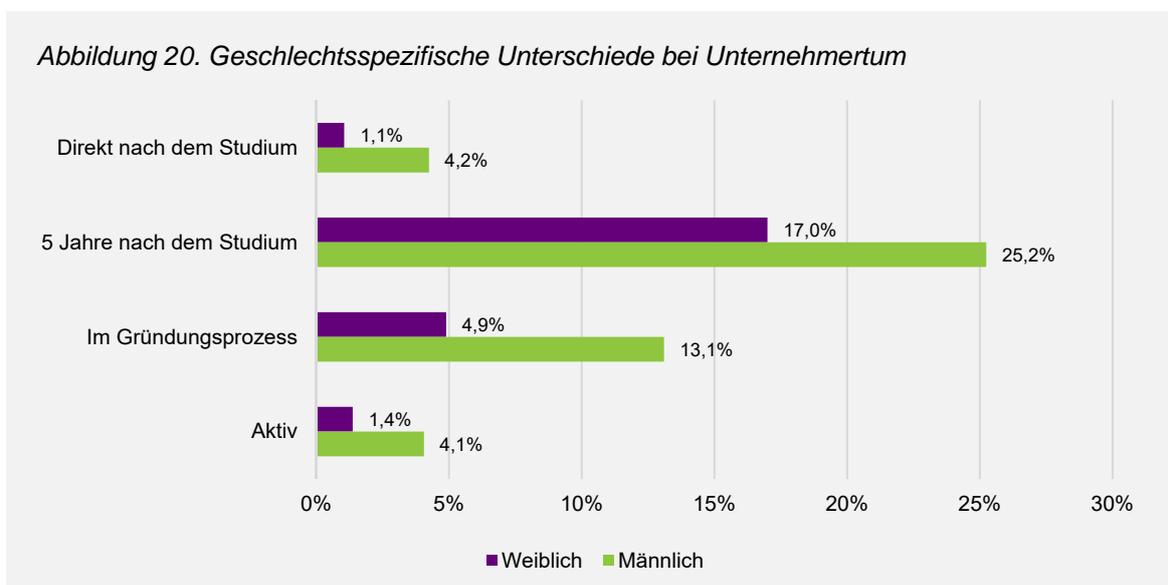
Eine sinnvolle Möglichkeit, sich auf die eigene unternehmerische Karriere vorzubereiten, ist Erfahrung als Angestellte/r in einem Startup zu sammeln. Ist entsprechende Arbeitserfahrung vorhanden, sind sowohl die Gründungsabsichten als auch die Wahrscheinlichkeit, bereits selbst im Gründungsprozess zu sein, deutlich höher.



### 3.3 Geschlecht

Forschung über die Rolle des Geschlechts im Kontext von Unternehmertum hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Daher befassen auch wir uns mit der Frage, wie sich das Geschlecht auf die Gründungsabsichten und -aktivitäten von Studierenden auswirkt.

Die Gründungsabsichten sind bei weiblichen Studierenden deutlich schwächer ausgeprägt als bei männlichen, unabhängig vom Zeithorizont. Auch der Anteil der Studierenden im Gründungsprozess ist bei männlichen Studierenden mehr als doppelt so hoch wie bei weiblichen Studierenden.



Der Unterschied zwischen den Geschlechtern (der sogenannte "gender gap") schwankt jedoch je nach Studienfach. Die Gründungsabsichten von Studentinnen sind teilweise sogar stärker als die von Studenten, zum Beispiel in den Geisteswissenschaften und in der Mathematik.

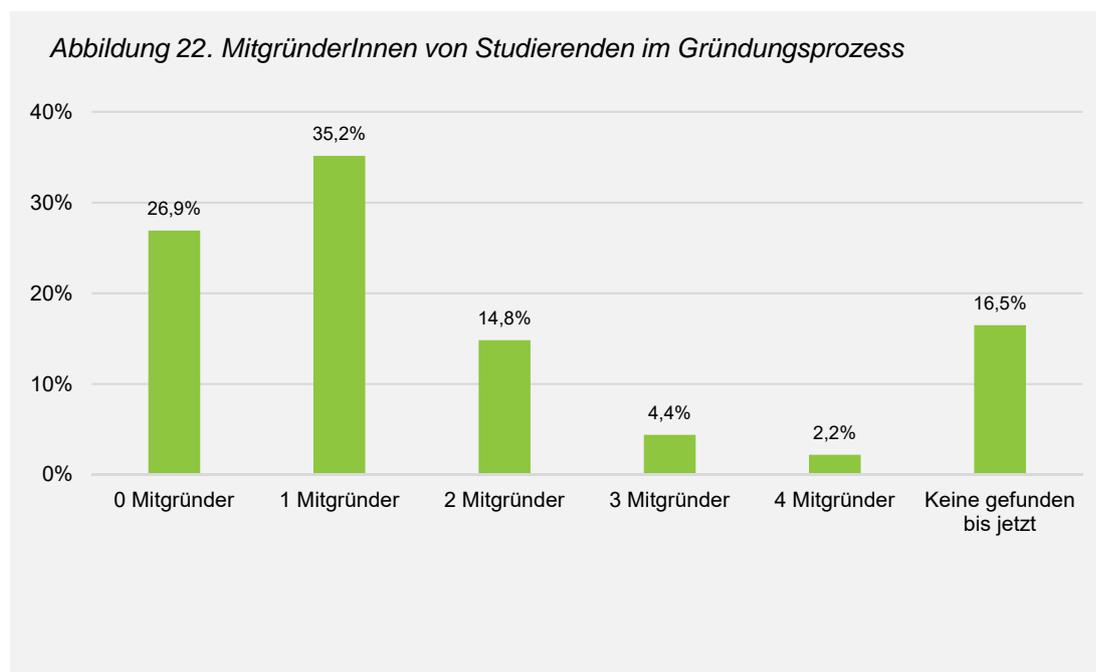
Abbildung 21. Gründungsabsichten nach Geschlecht und Studienschwerpunkt



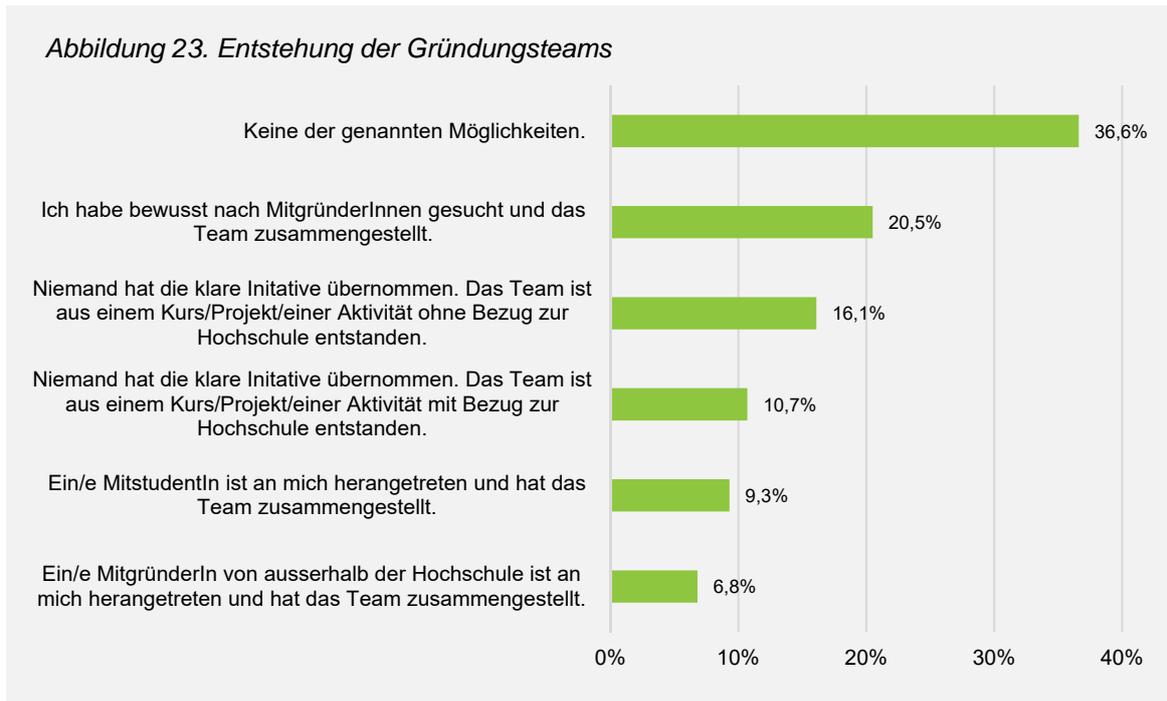
## 4. Unternehmerische Teams

Ein zentrales Thema in Forschung und Praxis zu Unternehmertum sind unternehmerische Teams. In der Tat werden die meisten Unternehmen nicht von einer Einzelperson, sondern von Teams gegründet (siehe Schjoedt et al., 2013; Sieger et al., 2016).

Von allen Studierenden im Gründungsprozess in unserer Stichprobe geben nur knapp 27 Prozent an, alleine gründen zu wollen. Genau die Hälfte geben an, mit einem oder zwei MitgründerInnen starten zu wollen. Immerhin etwa jeder sechste Studierende im Gründungsprozess gibt an, noch auf der Suche nach einem Mitgründer oder einer Mitgründerin zu sein.

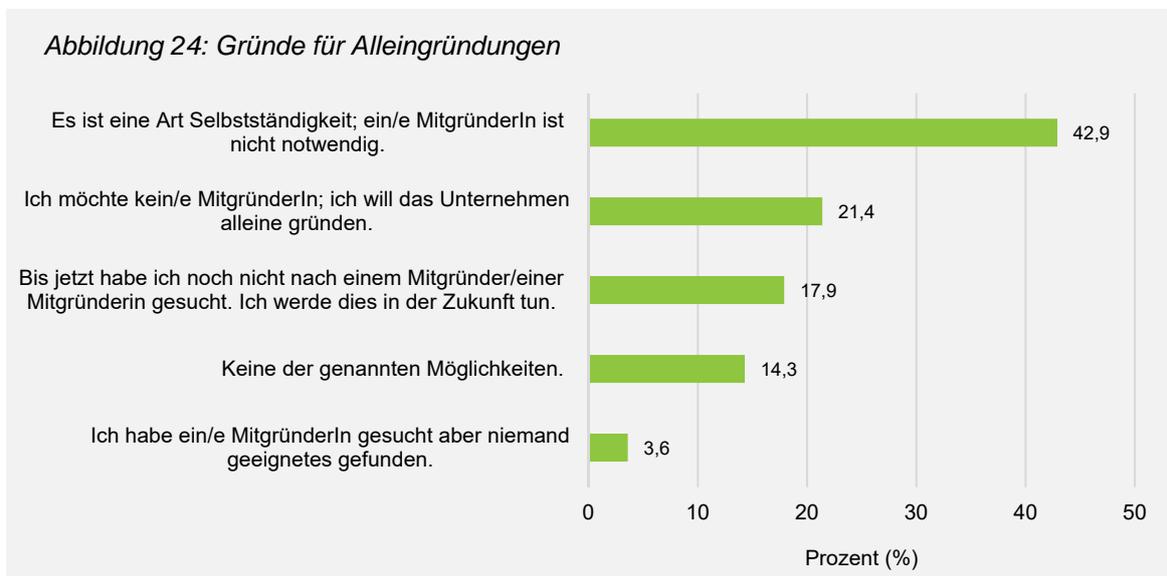


Interessant ist die Frage, wie die Gründungsteams genau entstanden sind. Hier scheinen die Szenarien sehr divers zu sein. Die am häufigsten gewählte vorgegebene Antwortoption ist die systematische Suche und Zusammenstellung eines Teams. In etwa einem Viertel der Fälle sind die Teams «einfach entstanden», beispielsweise als Resultat einer Veranstaltung oder eines Projekts mit oder ohne Hochschulbezug.



Warum wollen einige Studierende alleine gründen? Die entsprechenden Studierenden wurden gefragt: «Welche der folgenden Antworten beschreibt am besten, warum Sie Ihr Unternehmen alleine gründen möchten?»

Über 40 Prozent geben an, dass dies in der Natur des neuen Unternehmens begründet liegt. Etwa ein Fünftel möchte aus verschiedensten Gründen alleine starten; eine vergebliche Suche nach potentiellen MitgründerInnen spielt kaum eine Rolle.

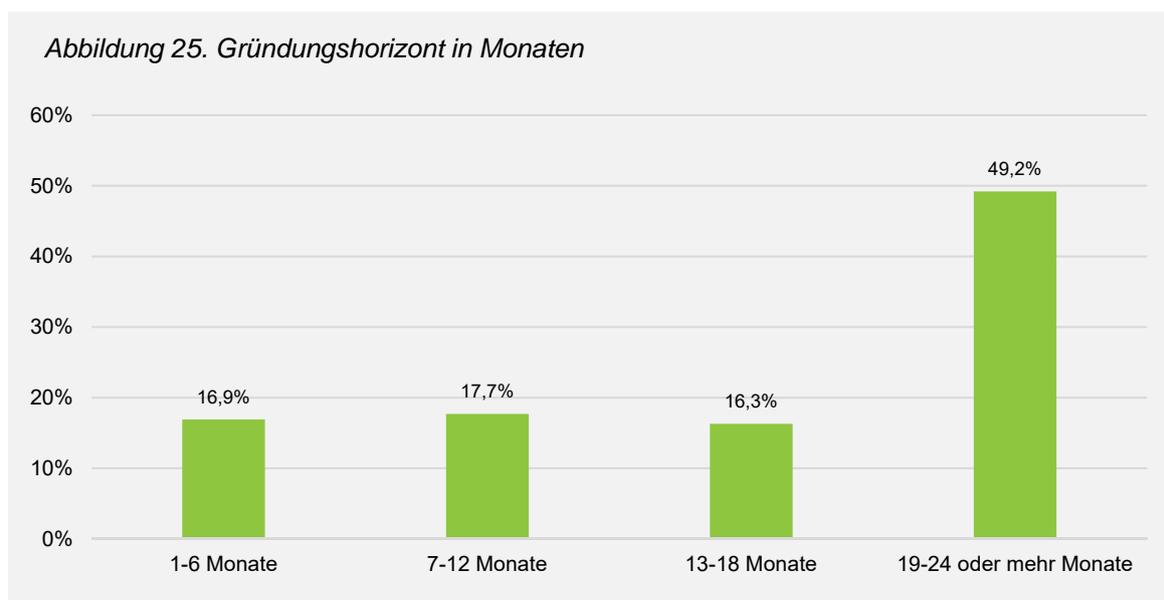


Bei den Studierenden, welche bereits im eigenen Unternehmen tätig sind, ist das Bild ähnlich: Gut 43 Prozent haben alleine gegründet, 37 Prozent mit einem oder zwei MitgründerInnen.

## 5. Unternehmerische Studierende: Weitere Details

«Last but not least» schauen wir uns noch weitere Details zu den Studierenden im Gründungsprozess und zu den bereits unternehmerisch tätigen Studierenden («aktive» UnternehmerInnen) an.

Bei den Studierenden im Gründungsprozess ist festzuhalten, dass die Gründungsaktivitäten noch nicht sehr weit fortgeschritten scheinen. 49,2 Prozent geben an, das Unternehmen erst innerhalb der nächsten 19 bis 24 Monate (oder noch später) gründen zu wollen.



Die bereits bestehenden Unternehmen sind generell sehr jung und sehr klein. 40 Prozent der Unternehmen wurden in den Jahren 2017 und 2018 gegründet.

Die durchschnittliche Anzahl der Angestellten (Vollzeitäquivalente) ist 2,64, wobei 57 Prozent aller Unternehmen keinen oder nur einen Angestellten haben.

«Lohnt» sich eine unternehmerische Laufbahn? Um dieser wichtigen Frage nachzugehen, fragten wir die Studierenden, wie sie die Leistung ihres Unternehmens im Vergleich zu den Mitbewerbern seit der Gründung in verschiedenen Dimensionen einschätzen (Umsatzwachstum, Wachstum des Marktanteils, Wachstum des Gewinns, Schaffung von Arbeitsplätzen, Innovationskraft, von 1=viel schlechter bis 7=viel besser).

Immerhin fast 50 Prozent der studentischen UnternehmerInnen schätzen die Unternehmensleistung im Durchschnitt über alle Dimensionen als 4 oder besser ein, scheinen also grundsätzlich relativ zufrieden mit der Entwicklung des Unternehmens zu sein.

## 6. Handlungsempfehlungen

Aus der GUESS-Erhebung 2018 in der Schweiz lassen sich Empfehlungen für verschiedene Anspruchsgruppen ableiten.

### Studierende sollten...

- Die Unternehmerlaufbahn als eine denkbare und attraktive Karrieremöglichkeit in Betracht ziehen.
- Darauf aufbauend sollten sie eine fundierte und bewusste Entscheidung treffen, ob diese Option «etwas für sie ist» oder nicht, und es im Zweifelsfall «einfach ausprobieren»
- Sich umfassend informieren und weiterbilden, vor allem durch die Teilnahme an den Angeboten/Veranstaltungen der Hochschule
- Auch das Sammeln von Arbeitserfahrung in Startups kann ein guter «Testballon» sein
- Sich der Bedeutung von MitgründerInnen bewusst sein und sich systematisch auf die Suche begeben
- Sich bewusst sein, dass der Ansatz «erst Angestellter, dann Unternehmer» grundsätzlich Sinn macht, dass die Opportunitätskosten aber laufend steigen

### Hochschulen sollten...

- Ihre Angebote in Bezug auf Unternehmertum (Kurse, Veranstaltungen, Events, Clubs, Plattformen, Hubs, etc.) weiter systematisch aufbauen und kritisch evaluieren
- Die Studierenden weiter für eine unternehmerische Laufbahn sensibilisieren
- Sich bewusst sein, dass «gründen» und «erfolgreich gründen» zwei verschiedene Dinge sind
- Den «gender gap» Ernst nehmen und speziell weibliche potentielle Unternehmerinnen fördern
- Sich in das jeweilige unternehmerische Ökosystem systematisch einbetten

### Entrepreneurship-Forschende sollten...

- Die Determinanten von studentischem Unternehmertum weiter akademisch fundiert und praktisch relevant erforschen
- Über eher «traditionelle» Themen hinausgehen und sich z.B. aufkommenden Themen wie der sozialen Identität von GründerInnen, unternehmerischen Ökosystemen oder unternehmerischen Teams widmen
- Noch tiefer in das Thema «gender» einsteigen

## 7. GUESSS: Weitere Informationen

### 7.1 Das Projekt

Das 2003 am KMU-HSG der Universität St.Gallen ins Leben gerufene Forschungsprojekt GUESSS steht für „Global University Entrepreneurial Spirit Students´ Survey“ und befasst sich mit der globalen Erforschung von unternehmerischen Absichten und Aktivitäten von Studierenden.

GUESSS ist heute eines der grössten Forschungsprojekte über Unternehmertum weltweit. Mit jeder der nun insgesamt 8 Datenerhebungen ist das Projekt gewachsen und gleichzeitig internationaler geworden. 2018 wurde GUESSS in insgesamt 54 Ländern durchgeführt; über 208'000 Studierende von über 3'000 Hochschulen nahmen an der Umfrage teil.

Seit 2016 wird GUESSS auf globaler Ebene gemeinsam von der Universität St.Gallen (KMU-HSG) und der Universität Bern (IMU) organisiert. Der GUESSS CEO ist Prof. Dr. Philipp Sieger (Universität Bern). Das GUESSS-Board besteht aus Prof. Urs Fueglistaller (Präsident), Prof. Thomas Zellweger, Prof. Norris Krueger und Dr. Frank Halter.

Mit Daten aus dem GUESSS-Projekt wurden zahlreiche wissenschaftliche Artikel in sehr guten internationalen Journals publiziert (z.B. in RP, JBV, ETP, SBE, und JSBM). Ausserdem wurden zahlreiche internationale und nationale Projektberichte sowie Praktikerstudien erstellt.

Für jedes bei GUESSS teilnehmende Land ist ein separates Forscherteam zuständig. Dieses rekrutiert wiederum weitere Hochschulen im jeweiligen Land.

Für die Durchführung in der Schweiz waren 2018 in bewährter Manier zwei Teams zuständig: Die Universitäten St.Gallen und Bern für die Deutschschweiz (Prof. Dr. Philipp Sieger und Ilija Braun) sowie die HSW Freiburg (Prof. Dr. Rico Baldegger und Mélanie Thomet) für die Romandie.

**Für weitere Informationen, Updates und Publikationen siehe auch:**

**GUESSS Webseite:** <http://www.guesssurvey.org>

**GUESSS @ Research Gate:** <http://www.researchgate.net>

Bei konkreten Fragen steht ausserdem Prof. Dr. Philipp Sieger gerne zur Verfügung ([philipp.sieger@imu.unibe.ch](mailto:philipp.sieger@imu.unibe.ch))

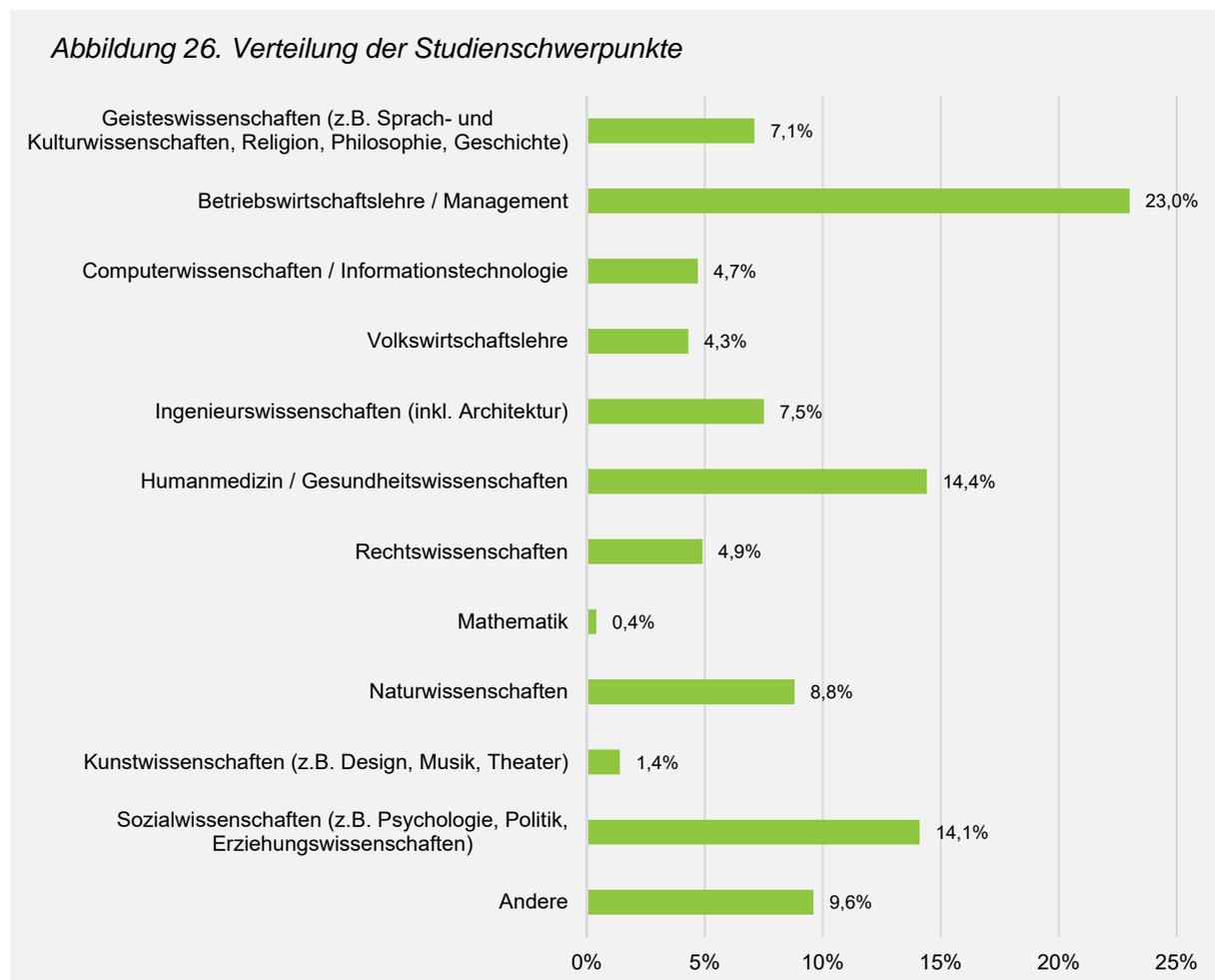
## 7.2 Erhebung und Stichprobe 2018

An der GUESSS-Erhebung in der Schweiz 2018 nahmen insgesamt 64 Hochschulen (Fakultäten teilweise separat gerechnet) teil. Die Antworten verteilen sich wie folgt:

	Antworten	%
<b>Universitäten</b>		
Adolphe Merkle Institute	6	0,1
EPFL Lausanne	18	0,2
ETH Zürich	1	0,0
Universität Basel	1076	11,0
Universität Bern	931	9,5
Universität Freiburg	8	0,1
Universität Genf	60	0,6
Universität Lausanne	1349	13,8
Universität Luzern	100	1,0
Universität Neuenburg	3	0,0
Universität St. Gallen	722	7,4
Universität Zürich	3	0,0
<b>Berner Fachhochschulen BFH (Allgemein)</b>	172	1,8
BFH Architektur, Holz und Bau	113	1,2
BFH Gesundheit	201	2,1
BFH Hochschule der Künste	92	0,9
BFH Agrar-, Forst und Lebensmittelwissenschaften	137	1,4
BFH Soziale Arbeit	95	1,0
BFH Technik und Informatik (BFH-TI)	122	1,2
BFH Wirtschaft	117	1,2
Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen (EHSM)	23	0,2
<b>Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW (Allgemein)</b>	258	2,6
FHNW Angewandte Psychologie	146	1,5
FHNW Life Sciences Muttens	116	1,2
FHNW Soziale Arbeit	3	0,0
FHNW Technik	3	0,0
FHNW Wirtschaft (HSW)	307	3,1
<b>Fachhochschule Ostschweiz (FHO)</b>		
Hochschule für Angewandte Wissenschaft St. Gallen (FHS)	1	0,0
Hochschule für Technik Rapperswil (HSR)	1	0,0
Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur (HTW-Chur)	69	0,7
<b>Fachhochschule Zentralschweiz (HSLU)</b>		
HSLU Design und Kunst	1	0,0
HSLU Informatik	16	0,2
HSLU Soziale Arbeit	11	0,1
HSLU Technik und Architektur	33	0,3
HSLU Wirtschaft	45	0,5
<b>Freiburger Fachhochschulen</b>		
Hochschule für Gesundheit Freiburg	116	1,2
Hochschule für Soziale Arbeit Freiburg	47	0,5
Hochschule für Technik und Architektur Freiburg	171	1,7
Hochschule für Wirtschaft Freiburg	541	5,5
<b>Genfer Fachhochschulen</b>		
Haute école d'art et de design - Genève	92	0,9
Haute école de gestion de Genève	201	2,1
Haute école de Santé Genève	3	0,0
Haute école de travail social Genève	48	0,5
Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève	133	1,4
<b>Neuenburger Fachhochschulen</b>		
Haute Ecole Arc - Conservation-restauration	18	0,2
Haute Ecole Arc - Ingénierie	60	0,6
Haute Ecole Arc - Santé	53	0,5
Haute école de gestion Arc	110	1,1
<b>Pädagogische Hochschulen (PH)</b>		
PH Bern	258	2,6
PH FHNW	1	0,0
PH Luzern	1	0,0
<b>Walliser Fachhochschulen</b>		
Hochschule für Wirtschaft Wallis	301	3,1
Hochschule für Soziale Arbeit Wallis	158	1,6
Hochschule für Ingenieurwissenschaften Wallis	61	0,6
Les Roches - Global Hospitality Education	17	0,2
<b>Waadtländer Fachhochschulen</b>		
Ecole hôtelière de Lausanne	1	0,0
Haute école de travail social et de la santé - Lausanne	129	1,3
Haute Ecole d'ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud	224	2,3
Institut et Haute Ecole de la Santé La Source	281	2,9
<b>Zürcher Fachhochschulen</b>		
Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ)	27	0,3
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)	236	2,4
<b>Andere</b>	137	1,4
<b>Total</b>	<b>9784</b>	<b>100,0</b>

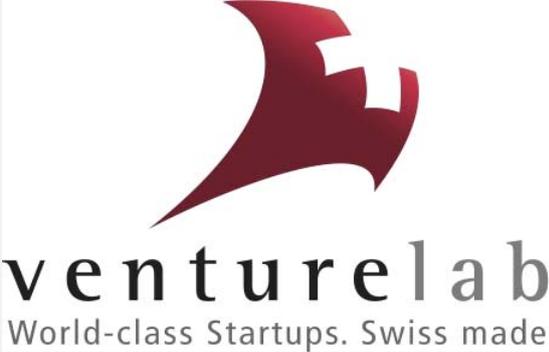
61,5 Prozent der Antwortenden in unserer Stichprobe sind weiblich. Das Durchschnittsalter beträgt 24 Jahre (das meistgenannte Geburtsjahr ist 1995). 82 Prozent der Antwortenden sind Schweizerischer Nationalität, gefolgt von Deutschland (4,8 Prozent).

Die belegten Studienschwerpunkte verteilen sich wie folgt:



### 7.3 Sponsoren und Partner

Die Durchführung in der Schweiz wurde von unseren Sponsoren Venturelab und Venture Kick gefördert.



Together with successful founders, key academic and industry partners, Venturelab designs and operates programs to bring the best startup talents to the next level of development. Our mission is to support entrepreneurs towards successful fundraising and business growth throughout the evolution of the company. The Venturelab team, based in offices in Zurich, Lausanne and St Gallen, organized 375 events in 2018, supporting more than 1,000 Swiss startups, which raised 735 million francs in funding during those 12 months. World-class startups. Swiss made.



Venture Kick kicks spin-off projects out of Swiss university labs by providing up to CHF 150,000 in seed-money, a global network to investors and hands-on coaching. Venture Kick is organized as a fully private and philanthropic foundation with the goal of fostering job creation, and social and economic prosperity in Switzerland. Since 2007, Venture Kick has invested CHF 27 million in 640 projects, which today represent 450 companies and more than 6,000 jobs. Startups supported by Venture Kick have raised more than CHF 2,5 billion in investments to date.

Auf globaler Ebene wird das GUESSS Projekt von der EY Family Business Initiative als internationalem Projektpartner unterstützt.



<https://familybusiness.ey-vx.com>

Wir bedanken uns herzlich bei allen Sponsoren und Partnern für die Unterstützung!

## 8. Quellen

- Schjoedt, L., Monsen, E., Pearson, A., Barnett, T., & Chrisman, J. J. (2013). New Venture and Family Business Teams: Understanding Team Formation, Composition, Behaviors, and Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(1), 1-15.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2011). *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World: International Report of GUESSS 2011*. St.Gallen: KMU-HSG.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: KMU-HSG.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.