

Einflussfaktoren auf Gründungsdispositionen und Entrepreneurship-Merkmalen von Studierenden – Ein Vergleich von Russland und Deutschland

Prof. Dr. Walter Ruda*, **Prof. Dr. Thomas A. Martin****, **Prof. Dr. Wolfgang Arnold*****, **M.A. Dipl.-Betriebswirt (FH) Benjamin Danko******

*FH Kaiserslautern University of Applied Sciences, Campus Zweibrücken;
**FH Ludwigshafen University of Applied Sciences;
***Technische Hochschule Mittelhessen, Campus Friedberg;
****Lehrbeauftragter FH Kaiserslautern University of Applied Sciences, Campus Zweibrücken; Doktorand am Internationalen Hochschulinstitut Zittau;
Alle: Zentrum für Mittelstands- und Gründungsökonomie ZMG – German Center for Entrepreneurship
*Amerikastr. 1, D-66482 Zweibrücken, Deutschland
E-Mail: walter.ruda@fh-kl.de; thomas.martin@fh-lu.de; wolfgang.arnold@wi.th-mittelhessen.de; benjamin.danko@zmg-institut.de

Abstract: Dieser Beitrag geht mit dem internationalen Forschungsprojekt „Gründungen und Entrepreneurship bei Studierenden“ (GEST-Studie) einher, das zum Ziel hat, Gründungsneigungen und Entrepreneurship-Merkmale von Studierenden aus verschiedenen Ländern zielgruppendifferenziert zu analysieren, um daraus bedarfsorientierte Handlungsempfehlungen für eine adäquate Konzeptionierung von Gründungsausbildung und Gründungsförderung abzuleiten. Die Ergebnisse dieses Ländervergleiches veranschaulichen, dass die befragten Studierenden in Russland ein höheres Gründungsinteresse repräsentieren und sich insgesamt deutlich stärker mit Entrepreneurship beschäftigen als die in Deutschland befragten Studierenden. Allerdings basiert diese in Russland positivere Ausgangsbasis für eine Gründungsrealisierung stärker auf der Gründungsmotivation aus ökonomischer Notwendigkeit, die oftmals nicht auf innovativen Geschäftsideen beruht, heraus. Insgesamt betrachtet sind sowohl den Studierenden in Deutschland, von denen sich etwa jeder Zweite noch gar nicht mit der Gründungsthematik auseinandergesetzt hat, als auch den Studierenden in Russland, die stärker durch fehlende unternehmerische Qualifikationen von der Gründung abgehalten werden, insbesondere gründungsspezifische Grundkenntnisse und unternehmerische Fähigkeiten zu vermitteln, was fächerübergreifend und während des gesamten Studiums zu erfolgen hat.

1 Problemstellung und Zielsetzung

Entrepreneure stehen seit dem Beginn der 1980er Jahre vermehrt im Fokus von Wirtschaftswissenschaftlern und der staatlichen Politiken (Boutillier 2008). Das Aufkommen von Entrepreneurship hängt einerseits von Werten und andererseits von entsprechenden Anreizen sowie unternehmerischer Unterstützung ab (OECD 2005; Boutillier 2008). Die in diesem Zusammenhang zu implementierende Entrepreneurship-Förderinfrastruktur ist an Kenntnisse über Technologie, Globalisierung, gesellschaftliche Entwicklungen als auch an die Nuancen des Entrepreneurship geknüpft. Um eine Theorie des Entrepreneurship zu entwickeln, ist es notwendig, Individuen, Organisationen und den Kontext zu analysieren (Aldrich 1992; Stevenson 2000).

Diese Arbeit verfolgt das Ziel, die Ausprägung der Gründungsneigung und weiterer unternehmerischer Determinanten in Russland und Deutschland bei der Zielgruppe der Studierenden zu vergleichen. Russland entwickelte sich zu Beginn der 1990er Jahre zu einer kapitalistischen Ökonomie. Ein großer Anteil junger Menschen in Russland ist fasziniert von der Idee einer freien Marktwirtschaft und von einigen russischen Entrepreneuren, den Oligarchen, von denen einige, insbesondere in der Transformationsphase, zu einem Milliardenvermögen kamen (Kets de Vries/Sheshania/Korotov/Florent-Treacy 2004; Boutillier 2008). Allerdings ist die Realität des Entrepreneurship in Russland wesentlich komplexer (Djankov/Qian/Roland/Zhuravskaya 2005). Während in Deutschland die öffentliche Entrepreneurship-Förderinfrastruktur im internationalen Vergleich am besten ausgebaut ist, existieren dennoch kulturelle Barrieren, die zu einer relativ geringen Gründungsaktivität führen (Brixy/Hundt/Sternberg 2010). Sowohl Deutschland als auch Russland weisen nach dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) eine relativ geringe Gründungsquote (TEA) von etwa vier Prozent auf. In der Gruppe der effizienzgetriebenen Volkswirtschaften nimmt Russland sogar den letzten Platz ein (Bosma/Levie 2010). Aufgrund der hohen Schwankungsbreite der TEA zwischen sowie innerhalb der Ländergruppen muss es auch weitere Kausalitäten als das volkswirtschaftliche Wohlstandsniveau geben, die für die Herausbildung von Gründungsintentionen sowie die Gründungsrealisation entscheidend sind. Internationale Vergleiche ermöglichen die Erforschung weiterer derartiger unternehmerischer Determinanten. Zwar gibt der GEM bereits einige Hinweise auf unternehmerische Merkmale, allerdings nicht bezüglich der grundsätzlichen Bandbreite von aufzuspürenden Einflussfaktoren und auch nicht hinsichtlich der Zielgruppe der Studierenden. Im Rahmen des Beitrags soll geprüft werden, welche Gegebenheiten im Bereich der studentischen Zielgruppe vorliegen. Eine adäquate Ausgestaltung von Entrepreneurship Education und Gründungsförderung lässt sich auf der Basis von Erkenntnissen durch die Analyse studentischer Entrepreneurship-Merkmale innerhalb des Vorgründungsprozesses realisieren (Ruda/Martin/Ascúa/Danko 2009b).

2 Ausgewählte wirtschaftspolitische und soziokulturelle Rahmenbedingungen für Entrepreneurship in Deutschland und Russland

Entrepreneure schöpfen innovative Gelegenheiten auf regionaler, nationaler sowie internationaler Ebene aus und schaffen damit eine grundlegende Voraussetzung für die Erreichung einer volkswirtschaftlichen Stabilität. Produkt-, Prozess- und Dienstleistungs-Innovationen von insbesondere durch Akademiker gegründeten Jung-Unternehmen mit ihren strukturförderlichen Wirkungen kreieren neue Märkte sowie dauerhafte und hochqualifizierte Arbeitsplätze und stärken die volkswirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit (Franke/Lüthje 2000; Görisch 2002). Hierbei getätigte Investitionen mit steigender Effizienz schaffen in diesem Zusammenhang neben der deutschen auch die Basis des Wachstums der russischen Ökonomie.

Sozialwissenschaftler heben als Bestimmungsgrößen für Entrepreneurship einerseits die institutionelle Perspektive, die die Rolle ökonomischer, politischer und rechtlicher Institutionen für die Förderung von Entrepreneurship fokussiert, hervor und andererseits die Entrepreneurship aus gestaltenden soziologischen Variablen wie soziale Normen, Werte und soziale Netzwerke einschließlich Verwandte, Freunde und soziale Gruppen sowie die individuellen Charaktereigenschaften von Entrepreneuren, beispielsweise Leistungsstreben, Selbstvertrauen, Eigenständigkeit und Risikohaltung (Djankov/Roland/Miguel/Qian/Zhuravskaya 2005; Djankov/Miguel/Qian/Roland/Zhuravskaya 2005). Die Aspekte der institutionellen Perspektive umfassen wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen, und die soziologischen Variablen sowie die individuellen Charaktereigenschaften lassen sich zu einer soziokulturellen Perspektive zusammenfassen. Folglich wird dieser Abschnitt in wirtschaftspolitische einerseits und soziokulturelle Rahmenbedingungen für Entrepreneurship andererseits untergliedert, wobei eine Schwerpunktsetzung auf Russland erfolgt.

2.1 Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen für Entrepreneurship

Obwohl in Russland zwei Drittel der Unternehmen die schwierige Markteinführungsphase überstehen, scheitern 90 Prozent aller Betriebe in den ersten drei Jahren. Trotz der hohen wirtschaftlichen und sozialen Bedeutung kleinerer Unternehmen in Russland unterliegen sie einer äußerst niedrigen Wettbewerbs- und Überlebensfähigkeit (Schatrowa 2002). Dieser Problematik kann nur eine auf kleinere Unternehmen ausgerichtete langfristige Staatspolitik entgegenwirken. So wurden bisherige Gesetze und Verordnungen zur Realisierung des Rechtes auf selbständige Arbeit bereits ergänzt. Zudem umfasst das System

von Institutionen zur Unterstützung und Entwicklung von kleineren Unternehmen das staatliche Komitee der Russischen Föderation zur „Unterstützung und Entwicklung von kleineren Unternehmen“, weitere Gremien der Exekutivgewalt, kleinere Unternehmen unterstützende Fonds, die russische Industrie- und Handelskammer sowie öffentliche Unternehmerverbände. Darüber hinaus wurden in über 70 Teilen Russlands Strukturen innerhalb der Institutionen der Exekutivgewalt geschaffen, die anhand regionalen Programmen die Unterstützung kleinerer Unternehmen in Form von zahlreichen Aktivitäten fokussieren. Weiter entstand ein kleinerer Unternehmen unterstützendes Netzwerk von Infrastruktureinheiten wie Geschäftszentren, Business Incubators, Zentren für Innovationen und Technologie oder Technoparks, welches unter anderem von der Russischen Agentur zur Unterstützung der Entwicklung von kleinen und mittleren Unternehmen gegründet wurde (Schatrowa 2002).

Im Mai 2010 gab der Leiter der Behörde zur Unterstützung und Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen in Moskau, bekannt, dass in 2010 etwa 2,3 Milliarden Rubel zur finanziellen Unterstützung kleiner Unternehmen und weitere zwei Milliarden Rubel zur Förderung von Innovationen zur Verfügung stehen (o.V. 2010a). Hierbei erfolgt die staatliche Unternehmensgründungsförderung durch gezielte Subventionen, einmalige Leistungen sowie regionale Garantiefonds. Russische Experten gehen davon aus, dass Gründungs- und KMU-Förderprogramme die zuständigen Ministerien und Behörden zusammenbringen, was langfristig positive Effekte auf das Wirtschaftsklima und den Mittelstand haben soll (o.V. 2010b). Zudem bieten in Russland auch die Regionen eigene Gründungsförderprogramme an. In Russland beurteilen Experten die öffentlichen Förderprogramme eher negativ, da sie nicht zufriedenstellend ausgebaut seien und koordiniert würden und die Gründungskultur in Russland somit nicht ausreichend förderten (Dorokhina/Verkhovskaia 2010; Stumpf 2010).

Demgegenüber verfügt Deutschland laut internationaler Experten momentan weltweit über die beste öffentliche Gründungs- und KMU-Förderinfrastruktur (Brixy/Hundt/Sternberg 2010). Um so erstaunlicher ist die geringe Gründungsquote in Deutschland, die sich folglich verstärkt auf soziokulturelle Rahmenbedingungen für Entrepreneurship zurückführen lassen müsste. Für Förderkredite auf der Bundesebene ist seit 2003 die KfW Mittelstandsbank zuständig. Der Bund, das ERP-Sondervermögen, die Länder sowie die Europäische Union unterstützen Unternehmensgründungen durch Förderprogramme zumeist im Rahmen von günstigen Darlehen, aber auch von freien Zuschüssen. Die Darlehen sind in der Anfangsphase tilgungs- und zinsfrei, sind von niedrigeren Zinsen und geringen Sicherheiten durch den Kreditnehmer geprägt (Ruda 2006; Stumpf 2010) und schaffen somit gute Voraussetzungen für die Finanzierung von Unternehmensgründungen.

2.2 Soziokulturelle Rahmenbedingungen für Entrepreneurship

Trotz der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship existierten kaum Studien russischer Entrepreneure und Vergleiche zu ihren westlichen Vorbildern, vor allem hinsichtlich psychologischen Aspekten. So wurden von Wissenschaftlern die Entrepreneurship begünstigenden psychologischen Faktoren wie Erfolgs- und Leistungsstreben, Risikoneigung und Innovativität herausgearbeitet, deren Ausprägungen auch von kulturellen Werten beeinflusst werden und somit in der Regel in verschiedenen Kulturen unterschiedlich ausgeprägt sind. Folglich kann auf Unterschiede zwischen russischen und deutschen Entrepreneuren bezüglich dieser Entrepreneurship begünstigenden psychologischen Aspekte geschlossen werden (Stewart/Carland/Carland/Watson/Sweo 2003).

Gegensätzlich zum individualistisch geprägten Deutschland sind in Russland mit seinen Restriktionen hinsichtlich ökonomischer Autonomie das Erfolgs- und Leistungsstreben kulturell nicht sehr verankerte Werte. Ferner können Russlands und Deutschlands Kulturen mit hoher Unsicherheitsvermeidung hohe Risikoaversionen sowie geringe Innovationspräferenzen zugeteilt werden (Hofstede 1980; Stewart/Carland/Carland/Watson/Sweo 2003). Zudem mindert die kollektivistische Grundhaltung in Russland, kombiniert mit der hohen Unsicherheitsvermeidung, noch stärker die Innovationstätigkeit als in Deutschland (Hisrich/Grachev 1995; Stewart/Carland/Carland/Watson/Sweo 2003).

Insgesamt betrachtet verstärkt die russische Kultur demzufolge nicht und anzunehmenderweise weniger als die deutsche die für Entrepreneure entscheidenden psychologischen Aspekte, worauf auch der Mangel an starker Tradition des Entrepreneurship zurückzuführen ist. Allerdings sind neben den kulturellen Rahmenbedingungen auch die bereits aufgezeigten wirtschaftspolitischen Entwicklungen bei der Bewertung der aufgezeigten Annahmen zu berücksichtigen. In einem Vergleich zwischen Russland und den USA, die wie Deutschland individualistisch geprägt sind und ferner über eine deutlich höhere TEA von acht Prozent verfügen (Bosma/Levie 2010), konnte das erwartete geringere Erfolgs- und Leistungsstreben in Russland empirisch bestätigt werden (Stewart/Carland/Carland/Watson/Sweo 2003).

Die erwartete geringere Risikoneigung konnte zumindest hinsichtlich wachstumsorientierter Entrepreneure bestätigt werden, nicht jedoch bezüglich die auf Einkommensgenerierung ausgerichteten Unternehmer. Begründet werden könnte dies durch den Einfluss der ökonomischen Bedingungen Russlands, bedenkt man doch das höhere Risiko in wachstumsorientierten privaten Unternehmen, welche einer dramatischen Restrukturierung unterliegen, zu arbeiten. Die erwartete geringere Innovativität in Russland konnte empirisch nicht bestätigt werden (Stewart/Carland/Carland/Watson/Sweo 2003).

In Deutschland bevorzugen Hochschulabsolventen traditionell Arbeitsplätze in Großunternehmen oder des öffentlichen Sektors. In Deutschland sind Sicherheit, Risikovermeidung und soziales Gleichgewicht grundlegende Werte, und die Gesellschaft ist von einer gewissen Ängstlichkeit geprägt. Jedoch basiert Entrepreneurship auf Leistung und der Bereitschaft, kontrollierbare Risiken einzugehen. Es scheint, dass Leistungsbereitschaft und Risikoakzeptanz höher sind als Jahre zuvor (Klandt 2006). Insbesondere in High-Tech-Branchen geht das Risiko des Scheiterns aufgrund der höheren finanziellen Dimensionen mit gravierenderen Konsequenzen. Zudem fordern die Kreditinstitute infolge von Basel II und der Wirtschaftskrise höhere Sicherheiten bei Kreditinittierungen. Entsprechend zeigt der Gründerreport 2010, dass lediglich sechs Prozent der konsultierten potenziellen Gründer High-Tech-Branchen fokussieren, was einen Rückgang um 21 Prozent seit 2006 bedeutet. Dennoch beabsichtigen in Deutschland das erste Mal seit vier Jahren auffallend mehr Personen die Gründung eines Unternehmens, wobei das Hauptmotiv der Ausweg aus der Arbeitslosigkeit ist, und die Verwirklichung eigener Ideen weniger wichtig erscheint. Zudem mangelt es gerade an der Qualität und der Innovativität der Geschäftskonzepte (Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. 2010; Öchsner 2010; Brixy/Hundt/Sternberg 2010).

3 Forschungsdesign

Ausgehend von einem Literatur-Review wurde ein theoretischer Bezugsrahmen studentischer Gründungsneigungen (Ruda/Martin/Danko 2008) abgeleitet, um potenzielle Einflussfaktoren und Wirkungszusammenhänge innerhalb des studentischen Gründungsprozesses aufzuzeigen und zu überprüfen. Um die studentischen Gründungsintentionen im engeren Sinne zu analysieren, wurde zudem das *Gründungsambitionstypen-Modell* (Ruda/Martin/Ascúa/Danko 2008) angewendet. Die Gründungsambitionstypen sind hierbei wie folgt gekennzeichnet (Ruda/Martin/Ascúa/Danko 2009a): Der *Gründungslaie* hat sich bisher noch gar nicht mit Gründung beschäftigt; der *Gründungssensibilisierte* hat Gründung noch nicht erwogen; der *Gründungsinteressierte* hat Gründung bereits erachtet, aber noch nicht vorbereitet; der *Gründungsvorbereiter* ist schon konkret in der beabsichtigten Gründung engagiert; der *Gründer* hat bereits gegründet. Das prozessorientierte Gründungsambitionstypen-Modell erläutert die sich im Zeitverlauf potenziell herausbildende Gründungsintention, womit es der postulierten Zielgruppendifferenzierung Rechnung trägt (Ruda/Martin/Danko 2009). Nur ein derartiger prozessorientierter Ansatz ermöglicht eine adäquate Analyse von strukturellen und situativen Einflussfaktoren auf die sich innerhalb des Vorgründungsprozesses möglicherweise herausbildende Gründungsintention (Ruda/Martin/Ascúa/Danko 2009a).

Basierend auf dem Literatur-Review, dem theoretischen Bezugsrahmen und dem Gründungsambitionstypen-Modell wurde ein standardisierter Fragebogen entwickelt, um Studierende während deren Lehrveranstaltungen zu befragen. Diese Vorgehensweise wirkt den Schwächen internetbasierter Befragungen entgegen, da sie einerseits zu einer wesentlich höheren Rücklaufquote führt (Schnell/Hill/Esser 1995) und andererseits Verzerrungen aufgrund Selbst-Selektionseffekten der befragten Studierenden vermeidet (Brockmann/Greaney 2006). Somit werden realistischere Ergebnisse realisiert, die es zudem ermöglichen, die Resultate von bestehenden Online-Befragungen zu diesem Themenbereich zu hinterfragen beziehungsweise zu bestätigen. Neben Studierenden grundständiger Studiengänge wurden – der betriebswirtschaftlichen Forschung zweckdienlich (Witte 1968) – auch Studierende aus weiterführenden Studiengängen mit mehreren Jahren Berufs-, Führungs- und Gründungserfahrungen befragt.

Die Ergebnisse dieses Beitrages basieren auf einer großflächigen Umfrage, die seit 2007 in Deutschland und in 2010 in Russland durchgeführt wurde. So wurden an vier deutschen Hochschulen in sechs Städten annähernd 3.500 und an 10 russischen Hochschulen in sieben Städten etwa 400 Studierende insbesondere der Ingenieurwissenschaften, der Informatik und der Betriebswirtschaftslehre befragt, da Studierende dieser Fachrichtungen die höchste Gründungsintention und Gründungsaktivität repräsentieren (Josten/van Elkan/Laux/Thomm 2008; Görisch 2002).

4 Forschungsergebnisse

Während innerhalb der deutschen Stichprobe 38 % der Ingenieurwissenschaften, 30 % der Betriebswirtschaftslehre, ein Viertel der Informatik, und der Rest sonstigen Fächergruppen zuzuordnen sind, enthält das russische Sample 47 % Studierende der Betriebswirtschaftslehre, ein Zehntel der Ingenieurwissenschaften und 43 % aus sonstigen Fächergruppen. Die in Deutschland Befragten studieren zu 45 % bis zu drei Semestern, annähernd ein Viertel vier bis sechs Semester, 14 % mehr als sechs Semester und etwa 18 % in weiterführenden Studiengängen. In Russland studieren 30 % bis zu drei Semester, 53 % vier bis sechs Semester, 15 % mehr als sechs Semester und lediglich zwei Prozent in weiterführenden Studiengängen. Von den befragten Studierenden sind in Russland 58 % und in Deutschland 31 % weiblich. Im russischen Sample überwiegt mit 43 % die Altersgruppe unter 20 Jahren, weitere 40 % sind zwischen 20 und 25 Jahren alt. Demgegenüber sind in Deutschland 63 % der Studierenden zwischen 20 und 25 Jahre alt, und es existieren nur fünf Prozent aus der untersten Altersgruppe. Insgesamt betrachtet sind die Studierenden in Deutschland älter als ihre russischen Kommilitonen, was neben Unterschieden in der Bildungsstruktur beider Länder

auch auf den höheren Anteil an Postgraduierten in Deutschland zurückzuführen ist.

Bezugnehmend auf die Gründungsambitionstypen enthält die russische Stichprobe mit 40 % am häufigsten *Gründungsinteressierte*, gefolgt von 38 % *Gründungslaien*, 13 % *Gründungssensibilisierten*, sechs Prozent *Gründungsvorbereitern* und annähernd vier Prozent *Gründern*. Gegensätzlich hierzu sind mit 52 % die meisten Studierenden in Deutschland als *Gründungslaien* zu klassifizieren, gefolgt von 28 % *Gründungsinteressierten*, 11 % *Gründungssensibilisierten*, und je annähernd fünf Prozent *Gründungsvorbereitern* sowie *Gründern* (Abbildung 1). So zeigt sich in Russland eine deutlich stärkere Gründungsneigung als in Deutschland,¹ wo allerdings mehr Studierende bereits ein Unternehmen gegründet haben, was auch auf den dortigen höheren Anteil an Postgraduierten zurückführbar ist.

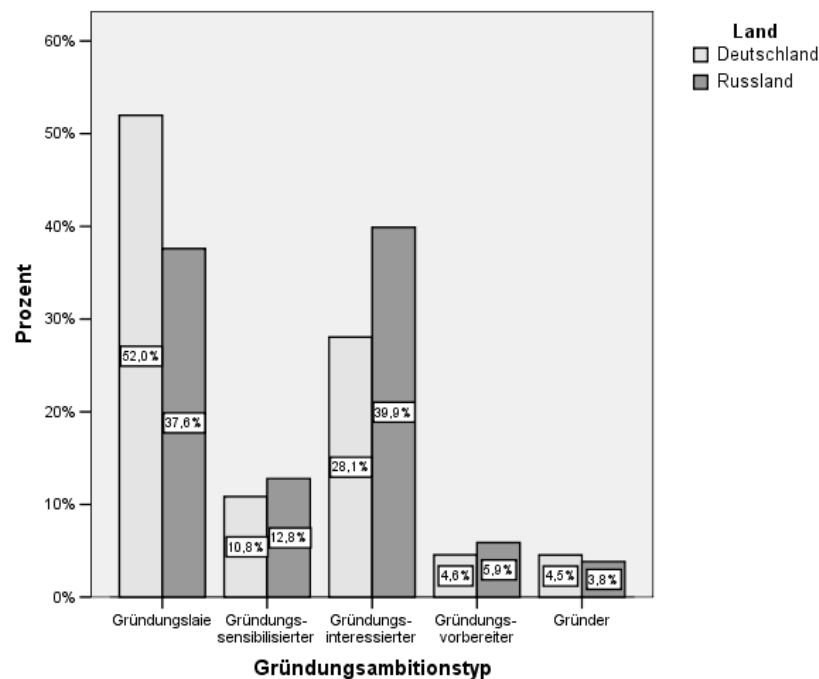


Abbildung 1
Studentische Gründungsambitionstypen in Deutschland und Russland

Das nationale Gründungsklima wird in Russland zu 84 % als eher gründungsfreundlich bewertet, in Deutschland liegt dieser Anteil mit annähernd

¹ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind statistisch höchst signifikant ($p \leq 0,001$).

60 % deutlich niedriger, womit davon auszugehen ist, dass die Studierenden in Deutschland die Gründungsbarrieren stärker wahrnehmen als ihre russische Vergleichsgruppe. Als risikofreudig sind 73 % von der russischen Stichprobe zu bezeichnen, gegenüber 59 % der in Deutschland Befragten, was sich, wie bereits aufgezeigt, als Einflussgröße für die höhere Gründungsneigung der Studierenden in Russland interpretieren lässt. Genauso ist anzunehmen, dass die höhere Gründungsneigung der russischen Studierenden einerseits aus dem bei ihnen mit 40 %, gegenüber zu 28 % bei der deutschen Vergleichsgruppe, deutlich höher ausgeprägten Vorhandensein einer Gründungsidee hervorgeht, andererseits spiegelt sie sich in der von den russischen Studierenden wesentlich höher antizipierten Gründungswahrscheinlichkeit von 52 %, vergleichsweise zu 38 % im deutschen Sample, wider.

Als geplanten Gründungszeitpunkt geben die Studierenden in Deutschland durchschnittlich 4,8 Jahre an, ihre russischen Kommilitonen trotz ihres jüngeren Alters nur 3,1 Jahre. Letztere scheinen also stärker für eine potenzielle Gründung vorbereitet zu sein. So haben sich nämlich fast 45 % der russischen Stichprobe mindestens ein Jahr mit Entrepreneurship beschäftigt, was bei den Studierenden in Deutschland bei annähernd einem Drittel der Fall ist. Ferner haben von Letzteren 47 % noch keine gründungsrelevanten Informationsquellen genutzt, was im russischen Sample nur zu 17 % zutrifft. Dies lässt sich vor allem auf in Russland häufiger genutzte Informationsquellen wie Internet, Freunde, Verwandte, Literatur, Hochschule, Verbände und Unternehmensnetzwerke zurückführen.

Demgegenüber greifen die Studierenden in Deutschland vor allem stärker auf Informationsquellen wie Industrie- und Handelskammern, Steuerberater und Banken zurück. Während jeder zweite Studierende in Deutschland angibt, keine Unternehmer im privatem Umfeld zu haben, trifft dies auf etwa 37 % der russischen Stichprobe zu. Die Studierenden in Russland haben somit auch im privaten Umfeld deutlich mehr Berührungspunkte mit Entrepreneurship als ihre deutsche Vergleichsgruppe. Dies könnte einerseits auch ein Grund dafür sein, warum die deutsche Befragungsgruppe mit etwa 60 % stärker zu Teamgründungen tendiert, vergleichsweise zu 55 % der russischen Stichprobe. Andererseits spricht die etwas geringer vorhandene Führungserfahrung bei den deutschen Studierenden ebenfalls für eine höhere Tendenz, im Team zu gründen. Zudem beabsichtigt mit 73 %, gegenüber 67 % aus der deutschen Stichprobe, ein höherer Anteil der Studierenden in Russland, das potenzielle Gründungsunternehmen auf Vollzeitbasis zu betreiben. Um mit dem potenziell neugegründeten Unternehmen auf dem Markt etabliert zu sein, prognostizieren die Studierenden in Russland durchschnittlich 4,9 Jahre, vergleichsweise zu 5,0 Jahren bei ihren deutschen Kommilitonen. Erstere erwarten im Durchschnitt einen Startkapitalbedarf von 66.000 Euro, Letztere von 181.000 Euro. Fast zwei Drittel der russischen Stichprobe ist bereit, für eine Gründungsberatung Geld zu bezahlen, was auf etwa 60 % der Studierenden in Deutschland zutrifft.

Bei den Gründungsmotiven zeigen die Studierenden in Russland insgesamt betrachtet stärker ausgeprägte Gründungsmotive, was lediglich auf Autonomie und flexible Arbeitszeiten nicht zutrifft. Von beiden Befragungsgruppen wird die Einkommenserzielung am wichtigsten angesehen, gefolgt vom Selbstverwirklichungsmotiv. Während bei den Studierenden in Russland das Notgründungsmotiv folgt, nimmt im deutschen Sample das Ideenverwirklichungsmotiv davor den dritten Platz ein. In beiden Stichproben besetzt das Gründungsmotiv des hohen Einkommens den fünften Rang. Die deutlichsten Unterschiede hinsichtlich der Ausprägungsstärke zwischen den Ländern zeigen sich insbesondere bei den Gründungsmotiven Ansehen, Einkommen, Selbstverwirklichung sowie Ausweg aus der Arbeitslosigkeit, die durchgängig von der russischen Stichprobe gegenüber den Studierenden in Deutschland als wichtiger angesehen werden (Abbildung 2). Offensichtlich verbinden Letztere mit einer eigenen Gründung nicht so viel Prestige wie ihre russischen Kommilitonen, was dafür spricht, dass in Russland der Entrepreneur, zumindest innerhalb der vergleichsweise jüngeren Generation der Studierenden, mittlerweile einen relativ positiven gesellschaftlichen Status erreicht hat.

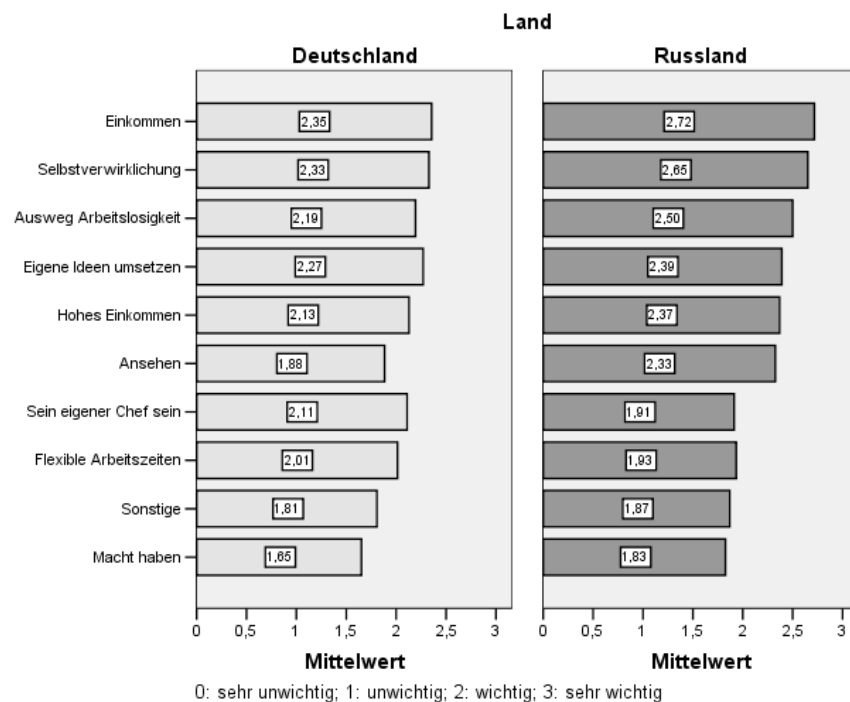


Abbildung 2
Studentische Gründungsmotive in Deutschland und Russland

Die Gründungsbarrieren werden, wie aufgrund der Ergebnisse der GEST-Studie weiter oben angenommen, von den deutschen Studierenden insgesamt betrachtet deutlich höher wahrgenommen, was auf fehlende unternehmerische Qualifikation, geringer Gewinn, wirtschaftspolitisches Umfeld sowie fehlende Zeit nicht zutrifft. Von den Studierenden beider Länder wird fehlendes Eigenkapital als stärkste Gründungsschwierigkeit wahrgenommen, gefolgt von eigenem finanziellen Risiko. Während in der deutschen Stichprobe fehlendes Fremdkapital, fehlende Kundenkontakte und aufwendiger Behördenweg folgen, sind dies im russischen Sample fehlende unternehmerische Qualifikation, geringer Gewinn und fehlendes Fremdkapital. Die deutlichsten Unterschiede hinsichtlich der Ausprägungsstärke zwischen den Ländern zeigen sich insbesondere bei den Gründungsbarrieren fehlende Kundenkontakte, fehlender Mut, fehlende Geschäftsidee, Angst vor dem Scheitern, konjunkturelle Lage, fehlende Gründungspartner, fehlende unternehmerische Qualifikation und aufwendiger Behördenweg, von welchen die Studierenden in Russland lediglich fehlende unternehmerische Qualifikationen als höhere Gründungsschwierigkeit ansehen als ihre Kommilitonen aus Deutschland (Abbildung 2).

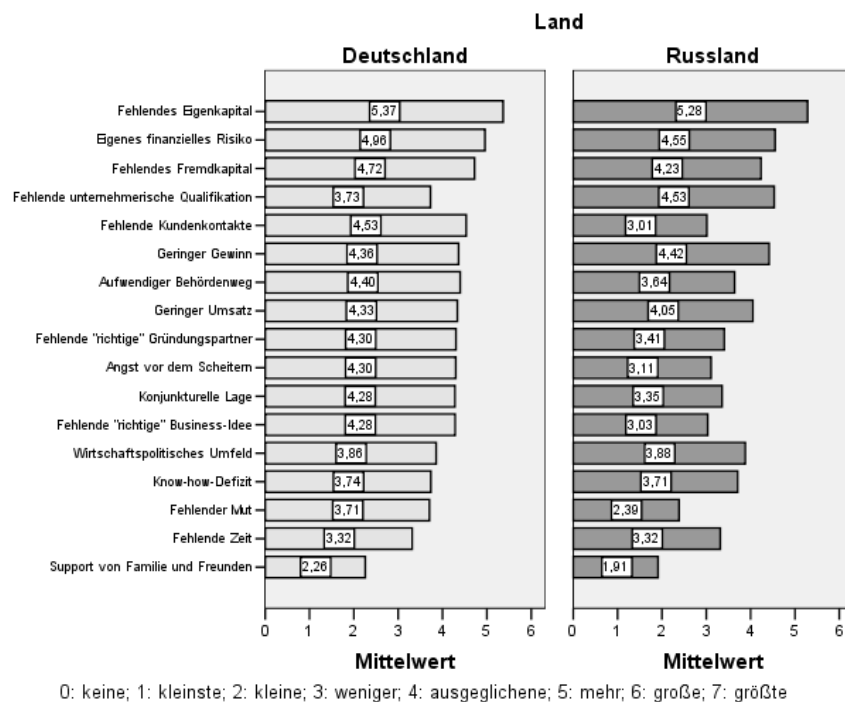


Abbildung 3
Studentische Gründungsbarrieren in Deutschland und Russland

5 Schlussfolgerungen

Generell betrachtet lassen sich die Hauptgründe für den relativ niedrigen Anteil von Entrepreneuren in Russland auf eine unzureichende Finanzierungssituation, eine hohe Risikoaversion sowie einen starken Mangel an unternehmerischen Fähigkeiten zurückführen (Djankov/Roland/Miguel/Qian/Zhuravskaya 2005), was auch die Ergebnisse speziell bezüglich der befragten Zielgruppe der Studierenden zeigen. Inwieweit sich die Hauptrichtungen der russischen Wirtschaftspolitik² sowie deren Reformetappen³ (Nikitin 2001) positiv auf das in diesem Land relativ zurückhaltende Entrepreneurship auswirken, hängt zudem von der Bereitschaft der durch einen Mangel an unternehmerischer Tradition geprägten russischen Bevölkerung zu einer mentalen Neuorientierung ab (o.V. 1993). Bezugnehmend auf die befragten Studierenden sind die Tendenzen hierfür, zumindest im Ländervergleich mit Deutschland, als relativ gut einzustufen.

Im Gegensatz zu Russland scheinen in Deutschland mit einer gut ausgestalteten Gründungsförderinfrastruktur die soziokulturellen Rahmenbedingungen ein größerer Hemmnisfaktor für die relativ zurückhaltende Gründungsaktivität zu sein. Während nach dem GEM die sich auf Erwerbstätige allgemein beziehende TEA in beiden Ländern etwa gleich hoch ausgeprägt ist, bestehen im Bereich der befragten studentischen Zielgruppe klare Unterschiede zugunsten eines deutlich positiver ausgeprägten Gründungsinteresses in Russland. Allerdings wird in diesem Land diese förderlichere Ausgangsbasis für eine Gründungsrealisierung stark durch antizipierte fehlende unternehmerische Qualifikationen gehemmt. Demgegenüber lassen sich durch den Ländervergleich bei den Studierenden in Deutschland kritischere Gründungsschwierigkeiten insbesondere im Bereich des Networking, des Eingehens kalkulierbarer Risiken und des Mangels an Gründungsideen nennen. Aufgrund der auffallend stärker ausgeprägten Gründungsmotivation aus ökonomischer Notwendigkeit in der russischen Stichprobe, könnte es sich jedoch bei einem höheren Anteil der Geschäftsideen möglicherweise um weniger innovative handeln.

Insgesamt betrachtet sind sowohl den Studierenden in Deutschland, von denen sich etwa jeder Zweite noch gar nicht mit der Gründungsthematik auseinandergesetzt hat, als auch den Studierenden in Russland, die stärker durch fehlende unternehmerische Qualifikationen von der Gründung abgehalten werden, insbesondere gründungsspezifische Grundkenntnisse und unternehmerische Fähigkeiten zu vermitteln, was fächerübergreifend und während des gesamten Studiums zu erfolgen hat. Zudem sind gründungsspezifische Anlaufstellen für

² Eigentumsrechte, fairer Wettbewerb, Abschaffung der administrativen Barrieren, Steuerlasteinschränkungen, Verbesserung der Finanzinfrastruktur sowie der Sozialpolitik.

³ Reformierung der Gesetzgebung, landesweiter Ausbau der Infrastrukturmaßnahmen, Übergang zu der neuen, marktwirtschaftlichen Geldpolitik.

Studierende und Absolventen einzurichten, damit auch der spezielle Informationsbedarf angehender Gründer von der Hochschule – als Ausbildungsstätte für die zukünftige (selbständige) Erwerbstätigkeit – gedeckt werden kann. Nur durch eine zweckdienliche Gründungsinfrastruktur kann an den Hochschulen ein positives Gründungsklima entstehen, das die Studierenden nicht zur eigenen Unternehmensgründung drängen soll, sondern ihnen die berufliche Selbständigkeit als attraktive Erwerbsalternative aufzeigen soll. Wenn gründungsinteressierte Studierende von ihren Hochschulen während des Gründungsprozesses auch beratend unterstützt werden, sind sie gewiss offener, während ihres Studiums aktiv nach potenziellen Geschäftsideen zu suchen, was schließlich in mehr innovative Gründungen münden müsste.

Im Rahmen der GEST-Studie konnte ein weiterer Schritt zur Intensivierung der länderübergreifenden und interkulturellen Zusammenarbeit innerhalb der Entrepreneurship-Forschung realisiert werden, wobei tiefergreifende Analysen und Vergleiche auch mit weiteren Ländern zu weiteren Erkenntnissen – ganz im Sinne des Lernens mit und von anderen Nationen und Kulturen – darüber führen könnten, wie sich die studentische Gründungsförderung unter anderem in Deutschland und Russland, orientiert an den Bedürfnissen angehender akademischer Gründer, zweckdienlich ausgestalten lässt. Dieses Forschungspapier bietet in diesem Zusammenhang einen ersten Überblick über Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Rahmen der Gründungsneigungen und unternehmerischen Merkmale von Studierenden in Russland und Deutschland.

Danksagung

Wir möchten uns bei den Damen Elina Stumpf und Olga Teilhof für die tatkräftige Unterstützung bedanken.

Literatur

- [1] Aldrich, H. (1992): Methods in Our Madness? Trends in Entrepreneurship Research, in: Sexton, D. L. / Kasarda, J. D. (Hrsg.), The State of the Art in Entrepreneurship, Boston 1992, S. 191-213.
- [2] Bosma, N. / Levie, J. (2010): Global Entrepreneurship Monitor – 2009 Executive Report, Babson Park, MA 2010.
- [3] Boutillier, S. (2008): The Russian Entrepreneur Today: Elements of Analysis of the Socialized Entrepreneur, in: Journal of Innovations Economics, 2008/1, Nr. 1, S. 131-154.
- [4] Brixy, U. / Hundt, C. / Sternberg, R. (2010): Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Länderbericht Deutschland 2009, Hannover / Nürnberg 2010.
- [5] Brixy, U. / Hundt, C. / Sternberg, R. (2010): Unternehmensgründungen in Krisenzeiten, in: IAB-Kurzbericht, 8/2010.

- [6] Brockmann, H. / Greaney, P. K. (2006): Gründungen aus Hochschulen – Ergebnisse und Implikationen einer Befragung von Drittsemestern der TFH Berlin. Bericht Nr. 4/2006, Berichte aus dem Fachbereich I, Wirtschafts- und Gesellschaftswissenschaften, Berlin 2006.
- [7] Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (Hrsg.) (2010): Pioniere gesucht – DIHK-Gründerreport 2010, Berlin 2010.
- [8] Djankov, S. / Miguel, E. / Qian, Y. / Roland, G. / Zhuravskaya, E. (2005): Who are Russia's Entrepreneurs?, in: Journal of the European Economic Association, 3. Jg. 2005, Nr. 2-3, S. 1-11.
- [9] Djankov, S. / Qian, Y. / Roland, G. / Zhuravskaya, E. (2006): Entrepreneurship in China and Russia Compared, in: Journal of the European Economic Association, 4. Jg. 2006, Nr. 2-3, S. 352-365.
- [10] Djankov, S. / Roland, G. / Miguel, E. / Qian, Y. / Zhuravskaya, E. (2005): Russian entrepreneurs: tell me who your friends and family are..., in: Beyond Transition, 16. Jg. 2005, Nr. 1, S. 3-5.
- [11] Dorokhina, M. / Verkhovskaia, O. (2010): Global Entrepreneurship Monitor – Russia 2009, St. Petersburg State University, St. Petersburg 2010.
- [12] Franke, N. / Lüthje, C. (2000): Studentische Unternehmensgründungen – dank oder trotz Förderung? – Kovarianzstrukturanalytische Erklärung studentischen Gründungsverhaltens anhand der Persönlichkeitskonstrukte „Risikopräferenz“ und „Unabhängigkeitsstreben“ sowie der subjektiven Wahrnehmung der Umfeldbedingungen, Münchener betriebswirtschaftliche Beiträge 2000-04, LMU, München 2000.
- [13] Görisch, J. (2002): Studierende und Selbständigkeit, in: Klandt, H. / Weihe, H. (Hrsg.), Gründungsforschungsforum 2001 – Dokumentation des 5. G-Forums – Lüneburg, 4./5. Oktober 2001, FGF Entrepreneurship-Research Monographien, Lohmar / Köln 2002, S. 17-33.
- [14] Hisrich, R. / Grachev, M. (1995): The Russian Entrepreneur: Characteristics and Prescriptions for Success, in: Journal of Managerial Psychology, 10. Jg. 1995, Nr. 2, S. 3-10.
- [15] Hofstede, G. (1980): Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values, Newbury Park, CA 1980.
- [16] Josten, M. / van Elkan, M. / Laux, J. / Thomm, M. (2008): Gründungsquell Campus (I) – Neue akademische Gründungspotenziale in wissensintensiven Dienstleistungen bei Studierenden – Teil I: Ergebnisse der Inmit-Befragung bei Studierenden an 37 deutschen Hochschulen im Rahmen des Forschungsvorhabens FACE – Female Academic Entrepreneurs, Arbeitspapiere zur Mittelstandsökonomie Nr. 12, Trier 2008.

- [17] Kets de Vries, M. / Shekshnia, S. / Korotov, K. / Florent-Treacy, E. (2004): The New Global Russian Business Leaders: Lessons from a Decade of Transition, in: *European Management Journal*, 22. Jg. 2004, Nr. 6, S. 637-649.
- [18] Klandt, H. (2006): Das aktuelle Gründungsklima in Deutschland, in: Oppelland, H. J. (Hrsg.), *Deutschland und seine Zukunft – Innovation und Veränderung in Bildung, Forschung und Wirtschaft – Festschrift zum 75. Geburtstag von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Lohmar / Köln 2006*, S. 117-147.
- [19] Nikitin, S. (2001): *Russland Aktuell: Neue Chancen Für Unternehmungen*, Mannheim 2001.
- [20] o.V. (1993): Rußlands Mittelstand: In den Kinderschuhen, in: *iwd*, 19. Jg. 1993, Nr. 25, S. 6f.
- [21] o. V. (2010a): Homepage von Behörde zur Unterstützung und Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen in Moskau, in: <http://www.dmpmos.ru/info.asp?id=470>, 08.10.2010.
- [22] o. V. (2010b): Homepage von Internet-Portal Support Credit - allgemeine russische öffentliche Organisation für KMU, in: <http://www.opora-credit.ru/programs/>, 08.10.2010.
- [23] Öchsner, T. (2010): Land der Innovationslosen, in: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/gruenderreport-land-der-innovationslosen-1.969993>, 01.03.2011.
- [24] Peterson, (1988): Understanding and Encouraging Entrepreneurship Internationally, in: *JSBM*, 26. Jg. 1988, Nr. 2, S. 1-7.
- [25] OECD (2005): *Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat*, Paris 2005.
- [26] Ruda, W. (2006): *Mittelstandsökonomie – Existenzgründung*, Schriftenreihe Bankmanagement im Verlag der ADG, 2. Aufl., Montabaur 2006.
- [27] Ruda, W. / Martin, Th. A. / Ascúa, R. / Danko, B. (2008): Foundation Propensity and Entrepreneurship Characteristics of Students in Germany, in: ICSB (Hrsg.), *Proceedings of the 53th World Conference of the International Council for Small Business*, Halifax 2008.
- [28] Ruda, W. / Martin, Th. A. / Ascúa, R. / Danko, B. (2009a): Análisis de la propensión de los estudiantes universitarios a crear empresas y señales de Entrepreneurship (GEST-Studie) – Una comparación entre los estudiantes alemanes y argentinos, in: *Red Pymes, Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional del Litoral (Hrsg.), Memorias de la 14º Reunión Anual de la Red Pymes Mercosur – “Las Pymes Latinoamericas y la Crisis Global. Desafíos y Oportunidades”*, Santa Fe, Argentinien 2009.

- [29] Ruda, W. / Martin, Th. A. / Ascúa, R. / Danko, B. (2009b): Assisting Invention and Innovation as Needed: Analysis of Student's Entrepreneurial Criteria – An International Comparison, in: ICSB (Hrsg.), The Dynamism of Small Business: Theory, Practice, and Policy, 2009 International Council for Small Business World Conference Proceedings, Seoul 2009.
- [30] Ruda W. / Martin, Th. A. / Danko, B. (2008): Essential Attitudes in Founding of New Ventures and Cultivating Entrepreneurship among Students: the German Experience, in: Acta Universitatis Latviensis (Hrsg.), Scientific Papers University of Latvia, Management, Vol. 721, 2008, S. 360-375.
- [31] Ruda, W. / Martin, Th. A. / Danko, B. (2009): Target Group-Specific Design of Student Entrepreneurship Support – A German Example Focusing on Start-Up Motives and Barriers, in: Acta Polytechnica Hungarica, Journal of Applied Sciences, Special Issue on Management, Enterprise and Benchmarking, Vol. 6, Nr. 3, 2009, S. 5-22.
- [32] Schatrowa, E. (2002): Probleme der Entwicklung von Unternehmensaktivitäten in Russland, in: Braun, G. / Diensberg, C. (Hrsg.), Entrepreneurship im Ostseeraum: Unternehmertum als Motor von Wachstum und Integration, Berlin 2002, S. 259-266.
- [33] Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E. (1995): Methoden der empirischen Sozialforschung. 5. Aufl., München / Wien 1995.
- [34] Stevenson, H. H. (2000): Why Entrepreneurship Has Won!, Coleman White Paper USASBE Plenary Address, February 17, 2000, S. 1-8, in: <http://usasbe.org/pdf/CWP-2000-stevenson.pdf>, 30.03.2011.
- [35] Stewart, Jr., W. H. / Carland, J. C. / Carland J. W. / Watson, W. E. / Sweo, R. (2003): Entrepreneurial Dispositions and Goal Orientations: A Comparative Exploration of United States and Russian Entrepreneurs, in: JSBM, 41. Jg. 2003, Nr. 1, S. 27-46.
- [36] Stumpf, E. (2010): Vergleich zwischen Gründungsneigungen und unternehmerischen Merkmalen von Studierenden in Deutschland und Russland – Eine empirische Untersuchung, unveröffentlichte Diplomarbeit an der Fachhochschule Kaiserslautern, Zweibrücken 2010.
- [37] Witte, E. (1968): Die Organisation komplexer Entscheidungsverläufe – Materialien zum Forschungsbericht, Mannheim 1968.