

Existenzgründungsintentionen von Studierenden – Ein Entrepreneurship-Vergleich von Polen und Deutschland

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

*FH Kaiserslautern University of Applied Sciences, Campus Zweibrücken;
Wissenschaftlicher Direktor am Zentrum für Mittelstands- und
Gründungsökonomie ZMG – German Center for Entrepreneurship

**Hochschule Ludwigshafen am Rhein; Wissenschaftlicher Direktor am Zentrum
für Mittelstands- und Gründungsökonomie ZMG – German Center for
Entrepreneurship

***Lehrbeauftragter FH Kaiserslautern University of Applied Sciences, Campus
Zweibrücken; Doktorand am Internationalen Hochschulinstitut Zittau;
Forschungsassistent am Zentrum für Mittelstands- und Gründungsökonomie ZMG
– German Center for Entrepreneurship

****Assistenzprofessorin an der Universität Lodz , Polen

*Amerikastr. 1, D-66482 Zweibrücken, Deutschland

E-Mail: walter.ruda@fh-kl.de; thomas.martin@hs-lu.de; benjamin.danko@zmg-
institut.de; akurczewska@wp.pl

Abstract: Dieser Beitrag entstand im Rahmen des internationalen Forschungsprojekts „Gründungen und Entrepreneurship bei Studierenden“ (GESSt-Studie), welches das Ziel hat, Gründungsambitionen und unternehmerische Kriterien bei der Zielgruppe der Studierenden verschiedener Länder zielgruppendifferenziert zu untersuchen, um daraus Handlungsempfehlungen für eine bedarfsgerechte Ausgestaltung von Gründungsausbildung und Gründungsförderung abzuleiten. Den Ergebnissen dieses Ländervergleichs zufolge, scheinen sich die Studierenden in Deutschland normalerweise in späteren Phasen des Gründungsprozesses zu befinden als ihre polnischen Kommilitonen, die wiederum eine höhere Gründungswahrscheinlichkeit angeben. Allerdings sind die in Deutschland Befragten stärker vom Notgründungsmotiv getrieben, während die polnischen Studierenden eher chancengetriebenes Unternehmertum erwarten lassen, da sie eher über Gründungsideen verfügen und diese auch stärker im Rahmen einer potenziellen eigenen Gründung umsetzen wollen. Bei der Ausgestaltung von Gründungsförderprogrammen sind diese jeweiligen Gegebenheiten zu berücksichtigen, um den individuellen Bedarfen zu entsprechen. Allerdings benötigen Studierende beider Länder – wie der hohe Anteil an Gründungslaien zeigt – die Vermittlung unternehmerischer Grundkenntnisse und Fähigkeiten, damit sie spätestens während ihres Studiums für eine potenzielle eigene Gründung sensibilisiert werden und bereits nach innovativen Geschäftsideen suchen.

1 Problemstellung und Zielsetzung

Das neoklassische Wachstumsmodell von Solow (1956), das Arbeit und Kapital mit wirtschaftlichem Output verband, wurde unter anderem von Romer (1986) um Wissenskapital erweitert. Forschungsergebnisse durch Audretsch und Keilbach (2004) legen nahe, dass zudem der Faktor des unternehmerischen Kapitals, definiert „as a region’s endowment with factors conducive to the creation of new businesses“ (Audretsch/Keilbach 2004), eine signifikante Rolle im Modell der Produktionsfunktion spielt. Das Aufkommen und das Wachstum neuer Unternehmen übt einen positiven Effekt auf den volkswirtschaftlichen Output aus, da dadurch Knowledge Spillovers bedingt (Romer 1986), die Konkurrenz intensiviert und die Vielfältigkeit an wirtschaftlichen Einheiten erhöht werden (Glaeser/Kallal/Scheinkman/Shleifer 1992).

Im Zeitalter der Globalisierung, welches von einer steigenden Geschwindigkeit des Wandels geprägt ist, haben gerade kleinere beziehungsweise neu geschaffene Betriebe mit ihrer transparenteren Struktur, kürzeren Entscheidungswegen und ihrer höheren Flexibilität als die der Großunternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil, schneller auf sich neu entwickelnde Marktnischen mit hoher Rentabilität zu reagieren sowie mithilfe von moderner Technologie innerhalb von wenigen Monaten Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln, für die Großunternehmen Jahre benötigen können (Scarborough/Zimmerer 2006). Diese Entwicklung trägt zu dem entscheidenden Wettbewerbsvorteil unternehmerischer Betriebe in diesem Bereich bei, was den gestiegenen volkswirtschaftlichen Bedarf an Unternehmensgründungen verdeutlicht.

Hinzu kommt, dass neu geschaffene Unternehmen dem durch Produktivitätsgewinne bedingten Personalabbau in etlichen Großunternehmen entgegenwirken. Die daraus resultierende Arbeitsplatzunsicherheit in Großunternehmen motiviert etliche Personen zur Kreierung ihres eigenen und sichereren Arbeitsplatzes, die früher noch mit der Gründung eines eigenen Unternehmens ein zu großes Risiko in Verbindung brachten (Scarborough/Zimmerer 2006). Studierende und Akademiker sind als (unmittelbar) Arbeitssuchende besonders stark von der Arbeitsmarktproblematik betroffen und gelten zugleich als potenzielle Gründer von Hochpotenzialunternehmen, die auf zukunftssträchtigen Innovationen basieren und dauerhafte sowie hochqualifizierte Arbeitsplätze schaffen (Uebelacker 2005). So führen Entrepreneurere mit erstaunlicher Schlagkraft innovative Produkte und Dienstleistungen ein, drängen technologische Grenzen zurück, schaffen neue Arbeitsplätze, erschließen ausländische Märkte, verhelfen also ihrer heimischen Ökonomie zu einer weltweiten Konkurrenzfähigkeit (Scarborough/Zimmerer 2006). Allerdings tragen lediglich bis zu vier Prozent der Jungunternehmen entscheidend zum kritischen Anteil von neu geschafften Arbeitsplätzen und des Wirtschaftswachstums bei (Autio 2005; Szerb/Imreh 2007).

Demzufolge werden hohe Erwartungen an die studentische Zielgruppe gestellt, was es erforderlich macht, Studierende für die Unternehmensgründung als Erwerbsalternative zu sensibilisieren und sie während ihren Gründungsprozessen mit geeigneten Förderkonzepten zu unterstützen. Die Gründungsausbildung folgt hierbei der Annahme, dass unternehmerisches Handeln gelernt werden kann (Béchar/Grégoire 2005; Kuratko 2005; Bouncken 2010). Die Ausgestaltung der Gründungsförderung sollte hierbei nachfrageorientiert auf dem studentischen Bedarf basieren, da die Studierenden selbst ihre potenzielle Gründungsentscheidung treffen. Folglich ist eine subjektorientierte Analyse der Studierenden hinsichtlich förderlichen und hinderlichen Prozeduren innerhalb des weitgehend unerforschten (Vor-)Gründungsprozesses notwendig (Braukmann 2003), um Erkenntnisse über die Konzeption einer zielgruppengerechten und zielgruppendifferenzierten Gründungsförderung abzuleiten (Ruda/Martin/Danko 2009).

Eine derartig abgeleitete Gründungsunterstützung kann allerdings nicht einfach auf andere Nationen beziehungsweise Kulturen transformiert und diesen unverändert zu Grunde gelegt werden. Zu bedenken sind in diesem Zusammenhang die unterschiedlichen Rahmenbedingungen in den verschiedenen Ländern. So üben die wirtschaftspolitische Situation und Entwicklung in den einzelnen Ländern sowie die dort bestehenden kulturellen Hintergründe beziehungsweise die Mentalität der Population einen entscheidenden Einfluss auf das Vorhandensein von auf Entrepreneurship ausgerichtete Institutionen, Publikationen sowie die Entscheidung der Bevölkerung, unternehmerisch tätig zu sein aus (Scarborough/Zimmerer 2006). Erwartungsgemäß zeigen dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) zufolge auch die beiden in diesem Artikel analysierten Länder im Rahmen der erwerbstätigen Bevölkerungsgruppe zwischen 18 und 64 Jahren unterschiedliche Total Early-Stage Entrepreneurial Activity Rates (TEA) auf, wobei Polen neun Prozent erreicht und Deutschland 5,6 Prozent (Bosma/Wennekers/Amorós 2012).

Ziel dieses Artikels ist es, die Ausprägung der Gründungsambitionen und weiterer unternehmerischer Kriterien in Polen und Deutschland bei der Zielgruppe der Studierenden zu vergleichen. Der GEM bietet zwar einige Informationen über unternehmerische Kriterien in den analysierten Ländern, jedoch nicht explizit bezüglich der studentischen Zielgruppe. Zudem sollen im Rahmen dieses Papers weitere Faktoren mit potenziellen Einflüssen auf die Gründungsambition beziehungsweise Gründungsrealisation untersucht werden.

2 Aspekte des Unternehmertums in Polen und Deutschland

Gerade unternehmerische Aktivität gilt als wichtiger Bestandteil im Transformationsprozess der ehemaligen zentral geplanten Volkswirtschaften in Zentral- und Osteuropa (Mueller/Goić 2002). Privatisierung, Liberalisierung und Stabilisierung wurden in diesem Zusammenhang durch den Internationalen Währungsfonds und die Weltbank unterstützt. Während der Beginn der 1990er noch von exponentiellem Wachstum durch neu gegründete Unternehmen, die zuvor noch nicht verfügbare Produkte und Dienstleistungen anboten, geprägt waren, gingen Mitte der 1990er die Gründungszahlen aufgrund zunehmender (Über-)Regulierungen, ansteigendem Wettbewerb, Finanzierungsmängeln und sinkender Kundennachfrage zurück. Das Fehlen einer Tradition privater Unternehmen spiegelte sich ferner in einem Mangel an Wirtschaftsinfrastruktur und unternehmerischen Qualifikationen wider sowie in einer negativen Einstellung Unternehmern gegenüber. Dennoch erfüllt Polen mit dem EU-Beitritt die Kriterien, um als Post-Transformationsland zu gelten, in dem vergleichsweise zu anderen Transformationsländern die Finanzierung eine geringere Gründungshürde darstellt, da der dort relativ hoch entwickelte Bankensektor auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) fokussiert. Im Zusammenspiel kultureller Vorstellungen von Entrepreneurship, der Wirtschaftslage und der Durchführung von Politiken war Polen relativ erfolgreich, was sich in der relativ hohen unternehmerischen Aktivität widerspiegelt (Aidis 2005). So zeigen Polen eine hohe Gründungsbereitschaft, und zur Gründung erforderliche Finanzmittel, Kompetenzen und Unterstützung erscheinen zunehmend akquirierbar beziehungsweise vorhanden zu sein (Valentine/Godkin/Cyrson/Fleischman 2006). Allerdings können in Polen Faktoren wie hohes finanzielles Risiko, die herausfordernde wirtschaftspolitische Situation sowie die hohe Bürokratie die Gründungsmotivation hemmen (Bouncken/Zagvozdina/Golze/Mrozewska 2009; Valentine/Godkin/Cyrson/Fleischman 2006). Fairlamb und Turek (2004) konstatieren beispielsweise, dass in Polen der Aufbau einer Firma bis zu 230 Tage dauern konnte. Obwohl Unternehmer in Polen generell optimistisch waren und ihre Produktionstechnologien teilweise mithilfe von EU-Fördermitteln modernisierten, empfanden sie die Wirtschaftspolitik nicht als gründungsförderlich und beanstandeten, dass die unbeständigen Gesetze und Reglementierungen beispielsweise im Bereich der Steuern Unternehmertum vernichteten (Nikodemska-Wolowik 2006). So schränkten vor allem in der Entwicklungsphase zwischen 1994 und 2003 diverse Amtshandlungen die wirtschaftliche Freiheit ein, woraufhin die Wachstumsraten sanken und die Arbeitslosigkeit anstieg. Der EU-Beitritt Polens in 2004 machte allerdings Reformen zur modernen Marktwirtschaft nötig, so dass Entrepreneurship letztlich verstärkt gefördert wurde, mit einhergehenden positiven Effekten auf die

unternehmerische Einstellung der polnischen Gesellschaft (Wasilczuk/Zieba 2008).

Im Vergleich hierzu repräsentiert Deutschland internationalen Experten folgend über die weltweit beste öffentliche Gründungs- und KMU-Förderinfrastruktur (Brixy/Hundt/Sternberg 2010). Aufgrund dieser guten Bedingungen wird die geringe Gründungsquote in Deutschland demzufolge stark durch kulturelle Vorstellungen von Entrepreneurship bedingt sein. Dies wird auch durch den aktuellsten GEM-Länderbericht bestätigt, der neben der schulischen Vorbereitung auf unternehmerische Selbständigkeit explizite Schwächen Deutschlands bei den gesellschaftlichen Werten und Normen aufdeckt. Diese daraus resultierende mangelnde Gründungskultur in Deutschland wird als schwerwiegendste Gründungshürde angesehen. Zwar planen in Deutschland viele zu gründen, jedoch hapert es an der konkreten Gründungsrealisierung, wofür zu strikte Regulierungen und hohe Steuern verantwortlich gemacht werden. „Es existieren allerdings Anzeichen einer Besserung, die zu einer gewissen Ambivalenz zwischen einer tendenziell gründungsförderlichen gesellschaftlichen Akzeptanz von Unternehmertum einerseits, und der hemmenden Grundeinstellung und Motivation in der Bevölkerung in Bezug auf ein persönliches unternehmerisches Engagement andererseits führt“ (Brixy/Hundt/Sternberg/Vorderwülbecke 2011). Insgesamt dominiert weiterhin der Wunsch nach einer abhängigen Beschäftigung, während die Übernahme von unternehmerischem Risiko vermieden wird (Klandt 2006). Zudem sinkt die vergleichsweise zu anderen Ländern bereits niedrige Gründungsquote der 18-24-Jährigen weiterhin (Brixy/Hundt/Sternberg/Vorderwülbecke 2011) – kein positives Zeichen für Gründungen durch Studierende, da diese zwar nur teilweise aber dennoch oftmals dieser Altersgruppe zuzurechnen sind.

Wie bereits aufgezeigt, weist Polen eine wesentlich höhere TEA als Deutschland auf. Allerdings basiert Polens höhere Gründungsaktivität wesentlich stärker auf *notgetriebenen Gründungen* (ca. 49 %) und deutlich geringer auf *fortschrittgetriebenen Gründungen* (ca. 31 %) als in Deutschland (ca. 19 % bzw. 55 %) (Bosma/Wennekers/Amorós 2012). Dies könnte durch die in Polen gegenüber den anderen EU-Staaten weit überdurchschnittliche Arbeitslosenquote in Höhe von 12 Prozent bedingt sein (Deutschland: 5,7%) (The World Factbook 2012). Allerdings existieren zwischen not- und chancengetriebenen Gründungen fließende Übergänge, bedenkt man beispielsweise individuelle Lernkapazitäten oder mögliche Änderungen in externen Umständen (Welter/Smallbone/Isakova/Aculai/Schakirova 2004; Aidis/van Praag 2004). Während laut dem GEM in Polen die *unternehmerische Intentionen* (23%) sowie die *wahrgenommenen Fähigkeiten* (52%) wesentlich höher sind als in Deutschland (5% bzw. 37%), sind in beiden Ländern die *Angst vor dem Scheitern* und die *wahrgenommenen Chancen* etwa gleich stark ausgeprägt. Scheinbar bietet Entrepreneurship in Polen bessere *Karrierechancen* und höhere *Medienaufmerksamkeit*, wohingegen in Deutschland

erfolgreiche Unternehmer einen höheren *Status* genießen (Bosma/Wennekers/Amorós 2012).

Diverse unternehmerische Rahmenbedingungen beeinflussen die Existenz unternehmerischer Gelegenheiten, Kapazitäten sowie Präferenzen und bestimmen letztlich unternehmerische Aktivitäten (Bosma/Wennekers/Amorós 2012). Vergleicht man nun die Hauptindikatoren der *Entrepreneurial Framework Conditions* zwischen Polen und Deutschland, so ergibt sich das nachstehende Bild (Tabelle 1) (Bosma/Wennekers/Amorós 2012).

	Deutschland	Polen
Unternehmerische Finanzierung	3,0	2,5
Entrepreneurship als relevantes staatspolitisches Thema	2,9	2,9
KMU-freundliche Staatspolitik	2,9	1,9
Staatliche Entrepreneurship-Programme	3,6	2,6
Entrepreneurship Education in Schulen	1,9	2,0
Entrepreneurship Education in Hochschulen	2,7	2,5
Forschungs- und Entwicklungs-Transfer	2,9	2,2
KMU-förderliche kommerzielle und gewerbliche Infrastruktur	3,3	2,9
Marktdynamik	2,9	4,2
Marktoffenheit	3,0	2,9
KMU-förderliche physische Infrastruktur	3,8	3,4
KMU-förderliche kulturelle und soziale Normen	2,6	2,8

Tabelle 1
 Unternehmerische Rahmenbedingungen in Deutschland und Polen

In der ersten Hälfte der Tabelle sind die öffentlich institutionellen Sachverhalte aufgeführt, in der zweiten Hälfte die marktsozial institutionellen. Während Polen in der ersten Gruppe lediglich geringfügig besser bei der *Entrepreneurship Education in Schulen* bewertet wird, schneidet Polen innerhalb der zweiten Gruppe etwas besser bei den *KMU-förderlichen kulturellen und sozialen Normen* ab und verfügt über eine weitaus positivere *Marktdynamik* als Deutschland, welches allerdings bei *staatlichen Entrepreneurship-Programmen* sowie *KMU-freundlicher Staatspolitik* deutlich stärker engagiert beurteilt wird. Ferner schneiden in Deutschland insbesondere *Forschungs- und Entwicklungs-Transfer*, *unternehmerische Finanzierung*, *KMU-förderliche physische Infrastruktur* sowie *kommerzielle und gewerbliche Infrastruktur* besser ab als in Polen.

Aus diesem Abschnitt lassen sich die folgenden Hypothesen (*H*) für den Ländervergleich von Studierenden in Deutschland und Polen ableiten:

- H1 Studierende in Polen sind gründungsambitionierter als Studierende in Deutschland.*
- H2 Studierende in Polen zeigen eine höhere Gründungswahrscheinlichkeit als Studierende in Deutschland.*
- H3 Studierende in Polen sind zeigen eine höhere Gründungsmotivation aus ökonomischer Notwendigkeit als Studierende in Deutschland.*
- H4 Für Studierende in Deutschland spielt Ansehen als Unternehmer eine wichtigere Rolle als für Studierende in Polen.*
- H5 Studierende in Deutschland bewerten fehlende unternehmerische Qualifikationen als höhere Gründungshürde als Studierende in Polen.*
- H6 Die Angst vor dem Scheitern ist bei Studierenden in Polen und Deutschland etwa gleich stark ausgeprägt.*
- H7 Für Studierende in Polen stellt fehlendes Fremdkapital ein stärkeres Gründungshemmnis dar als für Studierende in Deutschland.*
- H8 Studierende in Polen bewerten das wirtschaftspolitische Umfeld als höhere Gründungshürde als Studierende in Deutschland.*

3 Forschungsdesign

Das Forschungsdesign basiert auf einem Bezugsrahmen zur studentischen und akademischen Gründungsneigung (Ruda/Martin/Danko 2008), der aus einem Literatur-Review abgeleitet wurde und die im Vorfeld der Gründung wesentlichen Bestimmungsgrößen für eine potenziell entstehende Gründungsneigung und Gründungsrealisierung berücksichtigt. Die in diesem Zusammenhang entwickelten *Gründungsambitionstypen* (Ruda/Martin/Ascúa/Danko 2008) ermöglichen eine nach den unterschiedlichen Ausprägungen der sich im Laufe des Gründungsprozesses potenziell verstärkenden Gründungsneigungen differenzierte Analyse, womit aus den Ergebnissen bedarfs- und zielgruppengerechte Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können (Ruda/Martin/Danko 2009). Die Gründungsambitionstypen lassen sich wie folgt charakterisieren (Ruda/Martin/Ascúa/Danko 2009): 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.

Mittels eines standardisierten Fragebogens wurden im Sommersemester 2010 annähernd 900 Studierende an zwei Hochschulen in Deutschland und drei Hochschulen in Polen befragt. Während die deutsche Stichprobe 678 Studierende aus der Betriebswirtschaft, der Ingenieurwissenschaften, der Informatik, der Architektur und der Applied Life Sciences umfasst, basiert das polnische Sample auf 216 Studierenden insbesondere der Wirtschaftswissenschaften, Internationaler Beziehungen und der Pharmazie. Die Befragungsdurchführung während Lehrveranstaltungen führt einerseits zu hohen Rückläufen und vermeidet andererseits Selbstselektionseffekte insbesondere von nicht am Thema interessierten Studierenden. Gerade aber letztere sollten auch analysiert werden, weil dadurch Hinweise entstehen können, auf welche Faktoren das Nichtinteresse zurückzuführen sein kann.

4 Forschungsergebnisse

Das polnische Sample enthält zu drei Vierteln Studierende der Wirtschaftswissenschaften, 11 Prozent der Pharmazie und 14 Prozent aus sonstigen Studiengängen, namentlich Internationale Beziehungen und Europäische Studien. Demgegenüber umfasst die deutsche Stichprobe mit 39 Prozent am häufigsten Studierende der Ingenieurwissenschaften, gefolgt von 30 Prozent der Betriebswirtschaft, 24 Prozent der Informatik, vier Prozent der Applied Life Sciences und drei Prozent der Architektur. Von den in Polen Befragten studieren 80 Prozent vier bis sechs Semester und 14 Prozent mehr als sechs Semester. In Deutschland finden sich in den entsprechenden Semestergruppen 48 bzw. 12 Prozent und zudem annähernd sechs Prozent in weiterführenden Studiengängen. Folglich wurden in Deutschland mit 35 Prozent wesentlich mehr Studierende in den ersten drei Semestern befragt als in Polen (6%). Der Anteil an Studentinnen liegt in Polen bei 69 Prozent und in Deutschland bei einem Drittel. In der polnischen Stichprobe sind zwei Prozent jünger als 20 Jahre, 94 Prozent zwischen 20 und 25 Jahre alt, drei Prozent zwischen 26 und 29 Jahre, lediglich unter einem Prozent zwischen 30 und 35 Jahre und keiner älter als 35. Im deutschen Sample sind etwa drei Prozent jünger als 20 Jahre, 77 Prozent zwischen 20 und 25 Jahre alt, 14 Prozent zwischen 26 und 29 Jahre, fünf Prozent zwischen 30 und 35 Jahre und etwa ein Prozent älter als 35. Die in Deutschland befragten Studierenden sind demzufolge tendenziell älter als ihre polnischen Kommilitonen, was neben Unterschieden in der Bildungsstruktur beider Länder zudem durch die in Deutschland befragten Postgraduierten bedingt ist.

Bei Analyse der Gründungsambitionstypen sind die polnischen Studierenden zu 59 Prozent *Gründungslaien*, 27,8 Prozent *Gründungssensibilisierte*, 10,8 Prozent *Gründungsinteressierte* und 2,4 Prozent *Gründungsvorbereiter*, wobei noch keiner der befragten Studierenden bereits ein Unternehmen gegründet hat.

Demgegenüber zeigen die in Deutschland befragten Studierenden mit 56,6 Prozent *Gründungslaien*, 13,0 Prozent *Gründungssensibilisierten*, 24,2 Prozent *Gründungsinteressierten*, 3,8 Prozent *Gründungsvorbereitern* und 2,3 Prozent *Gründern* signifikant höhere Gründungsneigungen als die aus der polnischen Vergleichsgruppe,¹ womit *H1* verworfen werden muss. So wird auch das *Gründungsklima* im jeweiligen Land der Befragung von 41 Prozent der polnischen Studierenden als eher gründungsfreundlich wahrgenommen, während dies auf fast zwei Drittel ihrer deutschen Vergleichsgruppe zutrifft. Die durchschnittlich angegebene *Gründungswahrscheinlichkeit* in Höhe von 50 Prozent im polnischen Sample liegt allerdings signifikant höher als bei den deutschen Studierenden mit ihren 32 Prozent,² womit *H2* als bestätigt gilt.

Sowohl von den Studierenden in Polen als auch von ihren deutschen Kollegen ist etwa jeder zweite eher risikobereit, wobei die deutschen Studierenden eine geringfügig stärkere *Risikoneigung* aufweisen. Mit 39 Prozent, gegenüber lediglich 23 Prozent in Deutschland, geben wesentlich mehr Studierende in Polen an, über eine *Gründungsidee* zu verfügen, was die in Polen höhere Gründungswahrscheinlichkeit mitbegründen könnte. Den voraussichtlichen *Gründungszeitpunkt* planen die Studierenden in Deutschland mit durchschnittlich fünf Jahren etwas später ein als ihre polnischen Kommilitonen mit 4,3 Jahren. Allerdings haben sich von Ersteren mit 27 Prozent mehrere Personen bereits länger als ein Jahr mit *Entrepreneurship beschäftigt*, gegenüber 21 Prozent des polnischen Samples. Zudem weisen die in Deutschland Befragten mit 28 Prozent deutlich mehr Führungserfahrungen auf als ihre Vergleichsgruppe mit einem Zehntel. Allerdings haben von den deutschen Studierenden 55 Prozent noch nicht auf gründungsrelevante *Informationsquellen* zugegriffen, was auf lediglich 28 Prozent der polnischen Studierenden zutrifft. Dies ist besonders durch in Polen häufiger genutzte Informationsquellen wie Internet, Freunde, Verwandte, Hochschule und Literatur bedingt. Vergleichsweise hierzu nutzen die Studierenden in Deutschland insbesondere stärker Industrie- und Handelskammern sowie Unternehmensberater zwecks Information über die Gründung. Während etwa jeder zweite Studierende in Deutschland angibt, sein *privates Umfeld* verfüge über keine Unternehmer, trifft dies auf nur circa ein Drittel des polnischen Samples zu. Die Studierenden in Polen haben folglich auch im privaten Umfeld mehr Berührungspunkte mit Entrepreneurship als ihre deutschen Kommilitonen. Wenig verwunderlich ist es deshalb, dass Letztere mit 64 Prozent stärker zu einer *Teamgründung* tendieren als die polnischen

¹ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind nach dem Mann-Whitney-U-Test statistisch signifikant ($p \leq 0,05$) und nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch höchst signifikant ($p \leq 0,000$).

² Die hierbei vorliegenden Unterschiede, die sich auf eine in Prozentgruppen klassierte Gründungswahrscheinlichkeit beziehen, sind sowohl nach dem Mann-Whitney-U-Test als auch nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch höchst signifikant ($p \leq 0,000$).

Studierenden mit 60 Prozent. In Bezug auf den Umfang der selbständigen Tätigkeit präferieren beide Stichproben zu etwa zwei Dritteln den *Vollerwerb*.

Die polnischen Studierenden antizipieren durchschnittlich 5,3 Jahre, bis sie mit ihren Gründungsvorhaben auf den *Markt etabliert* sein werden und erwarten einen *Startkapitalbedarf* von annähernd 29.000 Euro, gegenüber ihrer deutschen Vergleichsgruppe, die im Durchschnitt von 5,5 Jahren bzw. etwa 199.000 Euro ausgehen. Während ferner 88 Prozent der in Polen befragten Studierenden bereit sind, für eine *Gründungsberatung zu bezahlen*, trifft dies auf lediglich 60 Prozent ihrer deutschen Vergleichsgruppe zu.

Hinsichtlich *Gründungsmotiven* zeigt sich, dass den in Polen befragten Studierenden *Selbstverwirklichung*, *Einkommensgenerierung*, *hohes Einkommen*, *flexible Arbeitszeiten*, *Ideenverwirklichung* (gleichzeitig die fünf relevantesten Gründungsmotive in der polnischen Stichprobe) und *Ansehen* wichtiger erscheint als ihrer deutschen Vergleichsgruppe, für die demgegenüber das *Notgründungsmotiv*, *Autonomie* sowie *Macht* eine höhere Bedeutung haben. Im deutschen Sample ist die *Einkommensgenerierung* am wichtigsten, gefolgt vom *Notgründungsmotiv*, *Selbstverwirklichung* sowie *Ideenverwirklichung* und *hohem Einkommen*. Entgegengesetzt der Annahme weisen die Studierenden in Deutschland eine nicht signifikant höhere *Gründungsmotivation aus ökonomischer Notwendigkeit* auf als ihre polnischen Kommilitonen,³ so dass *H3* abgelehnt wird. Weil die polnischen Befragten *Ansehen* als signifikant wichtigeres Gründungsmotiv angeben als ihre deutschen Kommilitonen,⁴ ist ferner *H4* zurückzuweisen.

Bezüglich *Gründungshemmnissen* ist auffallend, dass die deutschen Studierenden die meisten Faktoren als stärker gründungshemmend wahrnehmen als ihre Vergleichsgruppe aus Polen. Für die polnischen Studierenden stellen lediglich *fehlendes Eigenkapital*, *Know-how-Defizit* und *bürokratische Hürden* höhere Gründungsbarrieren dar als in Deutschland. Im deutschen Sample sind *fehlendes Eigenkapital*, *eigenes finanzielles Risiko*, *fehlendes Fremdkapital*, *die konjunkturelle Lage* sowie *fehlende Gründungsideen* die fünf relevantesten Gründungshemmnisse. Die polnischen Studierenden nennen ebenfalls *fehlendes Eigenkapital* und *fehlendes Fremdkapital* als am stärksten gründungshemmend, gefolgt von *bürokratischen Hürden*, *geringem Gewinn* und *geringem Umsatz* sowie *eigenem finanziellem Risiko*. Da das deutsche Sample *fehlende unternehmerische Qualifikationen* als signifikant stärker gründungshemmend

³ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind sowohl nach dem Mann-Whitney-U-Test als auch nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch nicht signifikant ($p > 0,05$).

⁴ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind nach dem Mann-Whitney-U-Test statistisch höchst signifikant ($p \leq 0,000$) und nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch signifikant ($p \leq 0,05$).

beurteilt als die polnische Vergleichsgruppe,⁵ wird *H5* verifiziert. Die befragten Studierenden in Polen und Deutschland zeigen eine etwa gleich stark ausgeprägte *Angst vor dem Scheitern* bezüglich einer eigenen Unternehmensgründung,⁶ womit *H6* als abgesichert gilt. Da *fehlendes Fremdkapital* im deutschen Sample eine größere Gründungshürde darstellt als im polnischen,⁷ ist *H7* zu verwerfen. Von den deutschen Studierenden wird das *wirtschaftspolitische Umfeld* als signifikant größeres Gründungshemmnis wahrgenommen als von den in Polen Befragten,⁸ so dass auch *H8* abzulehnen ist.

5 Schlussfolgerungen

Insgesamt betrachtet ist Polen zwar von einer höheren *Gründungsneigung und Gründungsaktivität* geprägt als Deutschland, bei der studentischen Zielgruppe scheint dies jedoch anders zu sein. So sind den Ergebnissen dieses Beitrags zufolge die Studierenden in Deutschland gründungsgeneigter als ihre polnischen Kommilitonen (*H1*). Während der Unterschied bei den *Gründungsvorbereitern* noch relativ gering ist, gibt es im deutschen Sample wesentlich mehr *Gründungsinteressierte* und bereits einige *Gründer*. Dennoch prognostizieren die Studierenden in Polen normalerweise eine höhere *Gründungswahrscheinlichkeit* (*H2*), die sich auch auf das in diesem Land höhere Vorhandensein von *Gründungsideen* zurückführen lassen könnte, genauso wie auf das stärkere Motiv im Rahmen einer selbständigen Tätigkeit, *eigene Ideen umzusetzen*. Demgegenüber könnte die höhere Gründungsneigung bei den Studierenden in Deutschland unter anderem durch stärker ausgeprägte *Notgründungsmotive* (*H3*) und höheres *Autonomiestreben* bedingt sein, aber auch durch das ihnen wichtiger erscheinende *gesellschaftliche Ansehen* als Unternehmer (*H4*). Ferner haben sich in Deutschland mehr Studierende bereits *mit Entrepreneurship beschäftigt* und verfügen über mehr *Führungserfahrungen* als ihre polnischen Kommilitonen, wofür auch die in der deutschen Stichprobe höhere Altersstruktur relevant sein kann. Demgegenüber beinhaltet die polnische Gruppe, die dennoch auf mehr gründungsrelevante *Informationsquellen* zurückgegriffen hat und über mehr *Gründer im privaten Umfeld* verfügt, einen geringeren Anteil an Studierenden aus

⁵ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind sowohl nach dem Mann-Whitney-U-Test als auch nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch höchst signifikant ($p \leq 0,000$).

⁶ Die hierbei vorliegenden „Unterschiede“ sind sowohl nach dem Mann-Whitney-U-Test ($p = 0,963$) als auch nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test ($p = 1,000$) statistisch nicht signifikant.

⁷ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind sowohl nach dem Mann-Whitney-U-Test als auch nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch nicht signifikant ($p > 0,05$).

⁸ Die hierbei vorliegenden Unterschiede sind sowohl nach dem Mann-Whitney-U-Test als auch nach dem Kolmogorov-Smirnov-Test statistisch höchst signifikant ($p \leq 0,000$).

den ersten drei Semestern, keine Postgraduierten, wesentlich mehr Studentinnen, und keiner der Probanden studiert Ingenieurwissenschaften oder Informatik. Diese Limitationen lassen es sinnvoll entscheiden, im Rahmen weiterer Vergleiche beispielsweise Studierende der Betriebswirtschaft zu fokussieren und hierbei nach Geschlechtern zu unterscheiden. Die Gründungshürden werden von den Studierenden in Deutschland tendenziell stärker wahrgenommen als von den polnischen Studierenden, die neben *Know-how-Defiziten* lediglich *fehlendes Eigenkapital* und *bürokratische Hürden* als gründungshemmender betrachten, was aufgrund der im zweiten Kapitel dargestellten Überregulierungen und Finanzierungsmängel in Polen wenig überrascht. Wie einerseits erwartet, nehmen die deutschen Studierenden *fehlende unternehmerische Qualifikationen (H5)* als gründungshemmender wahr als ihre polnische Vergleichsgruppe, andererseits liegen keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der *Angst vor dem Scheitern (H6)* vor. Bezugnehmend auf *fehlendes Fremdkapital (H7)* und das *wirtschaftspolitische Umfeld (H8)* weichen die Ergebnisse allerdings von den Annahmen ab, da das polnische gegenüber dem deutschen Sample diese Faktoren als geringere Gründungsbarrieren bewertet. Trotz der von den Studierenden in Deutschland normalerweise stärker wahrgenommenen Gründungshürden betrachten sie das *nationale Gründungsklima* positiver als die Studierenden in Polen.

Zusammengefasst scheinen sich die Studierenden in Deutschland normalerweise in späteren Phasen des Gründungsprozesses wiederzufinden als ihre polnischen Kommilitonen, allerdings rührt diese höhere *Gründungsneigung* tendenziell stärker durch das *Notgründungsmotiv* her, während die in Polen befragten Studierenden höhere *Gründungswahrscheinlichkeiten* angeben, die wohl stärker durch auf *Geschäftsideen* basierendem chancengetriebenen Unternehmertum – mit potenziell positiveren Wirkungen auf volkswirtschaftlichen Wohlstand – bedingt sind. Bei der Ausgestaltung von Gründungsförderprogrammen sind diese jeweiligen Gegebenheiten zu berücksichtigen, um den individuellen Bedarfen zu entsprechen. Allerdings benötigen Studierende beider Länder – wie der hohe Anteil an Gründungslaien, d.h. Personen, die sich noch gar nicht mit der Gründung auseinandersetzt haben, zeigt – die Vermittlung von unternehmerischen Grundkenntnissen und Fähigkeiten, damit sie spätestens während ihres Studiums für eine potenzielle eigene Gründung sensibilisiert werden und bereits nach Geschäftsideen suchen, die entweder auf innovativen Produkten, Prozessen oder Dienstleistungen basieren können oder zumindest den eigenen Arbeitsplatz sichern können. Gründungsspezifische Anlaufstellen können hierbei neben der Entrepreneurship Education einen wichtigen Beitrag leisten, da sie spezielle Informationsbedarfe angehender Gründer zu befriedigen fähig sind, die sich nicht innerhalb von Lehrveranstaltungen aufgreifen bzw. decken lassen. Alleinig eine angemessene Gründungsinfrastruktur ermöglicht ein positives Gründungsklima an Hochschulen, womit die berufliche Selbständigkeit als attraktive Erwerbsalternative in den Köpfen der Studierenden präsent ist, was schließlich zu mehr Innovationen führen dürfte.

Literatur

- [1] Aidis, R. (2005): Entrepreneurship in Transition Countries: A Review, Working Paper No. 61, UCL School of Slavonic and East European Studies, London 2005.
- [2] Aidis, R. / van Praag, M. (2004): Illegal Entrepreneurship Experience, Tinbergen Institute Discussion Paper, TI 2004-105/3, Amsterdam 2004.
- [3] Audretsch, D. B. / Keilbach, M. (2004): Entrepreneurship Capital and Economic Performance, in: Regional Studies, 38. Jg. 2004, Nr. 8, S. 949-959.
- [4] Autio, E. (2005): Global Entrepreneurship Monitor – 2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship, London Business School, Babson College, London / Babson Park, MA 2005.
- [5] Béchar, J.-P. / Grégoire, D. (2005): Entrepreneurship Education Research Revisited: The Case of Higher Education, in: Academy of Management Learning and Education, 4. Jg. 2005, Nr. 1, S. 22-43.
- [6] Bosma, N. / Wennekers, S. / Amorós, J. E. (2012): Global Entrepreneurship Monitor. 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe. Global Entrepreneurship Research Association (GERA) 2012.
- [7] Bouncken, R. B. (2010): International Entrepreneurship: Eine empirische Untersuchung von Gründungstreibern, -hemmnissen und -absichten in vier Ländern, in: Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 58. Jg. 2010, H. 2, S. 93-119.
- [8] Bouncken, R. B. / Zagvozdina, J. / Golze, A. / Mrozevska, A. (2009): A Comparative Study of Cultural Influences on Intentions to found a New Venture in Germany and Poland, in: International Journal of Business and Globalisation, 3. Jg. 2009, Nr. 1, S. 47-65.
- [9] Braukmann, U. (2003): Zur Gründungsmündigkeit als einer zentralen Zielkategorie der Didaktik der Unternehmensgründung an Hochschulen und Schulen, in: Walterscheid, K. (Hrsg.), Entrepreneurship in Forschung und Lehre – Festschrift für Klaus Anderseck, Frankfurt am Main 2003, S. 187-203.
- [10] Brixy, U. / Hundt, C. / Sternberg, R. (2010): Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Länderbericht Deutschland 2009, Hannover / Nürnberg 2010.
- [11] Brixy, U. / Hundt, C. / Sternberg, R. / Vorderwülbecke, A. (2011): Global Entrepreneurship Monitor, Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich, Länderbericht Deutschland 2010, Hannover / Nürnberg 2011.
- [12] Fairlamb, D. / Turek, B. (2004): Poland and the EU, in: BusinessWeek, 5/10/2004, Heft 3882, S. 54-56.

- [13] Glaeser, E. L. / Kallal, H. D. / Scheinkman, J. A. / Shleifer, A. (1992): Growth of Cities, in: *Journal of Political Economy*, 100. Jg. 1992, Nr. 6, S. 1126-1152.
- [14] 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.
- [15] Kuratko, D. F. (2005): The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges, in: *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29. Jg. 2005, Nr. 5, S. 577-597.
- [16] Mueller, S. L. / Goić, S. (2002): Entrepreneurial Potential in Transition Economies: A View from Tomorrow's Leaders, in: *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7. Jg. 2002, Nr. 4, S. 399-414.
- [17] Nikodemska-Wolowik, A. M. (2006): Family Enterprises – A Chance to Create a Strong Polish Business Identity, in: *The Marketing Review*, 6. Jg. 2006, Nr. 4, S. 301-315.
- [18] Romer, P. M. (1986): Increasing Returns and Long-Run Growth, in: *Journal of Political Economy*, 94. Jg. 1986, Nr. 5, S. 1002-1037.
- [19] 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*.
- [20] Ruda, W. / Martin, Th. A. / Ascúa, R. / Danko, B. (2009): 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 14^o Reunión Anual de la Red Pymes Mercosur – “Las Pymes Latinoamericas y la Crisis Global. Desafíos y Oportunidades”*, Santa Fe, Argentinien 2009.
- [21] Ruda, W. / Martin, Th. A. / Danko, B. (2008): Essential Attitudes in Founding of New Ventures and Cultivating Entrepreneurship among Students: the German Experience, in: *Scientific Papers University of Latvia – Management*, Vol. 721, 2009, S. 360-376.
- [22] 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*, 6. Jg. 2009, Nr. 3, S. 5-22.
- [23] Scarborough, N. / Zimmerer, T. (2006): *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*, 8. Aufl., New Jersey 2006.

- [24] Solow, R. (1956): A Contribution to the Theory of Economic Growth, in: Quarterly Journal of Economics, 70. Jg. 1956, Nr. 1, S. 65-94.
- [25] Szerb, L. / Imreh, S. (2007): Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Attitudes of Hungarian Students: An International Comparison, in: Budapest Polytechnic (Hrsg.), Proceedings of 5th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking, MEB 2007, Budapest 2007.
- [26] The World Factbook (2012): [https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/wfbExt/region_eur.html], Zugriff am 30.03.2012.
- [27] Uebelacker, S. (2005): Gründungsausbildung – Entrepreneurship Education an deutschen Hochschulen und ihre raumrelevanten Strukturen, Inhalte und Effekte, Wiesbaden 2005.
- [28] Valentine, S. / Godkin, L. / Cyrson, E. / Fleischman, G. (2006): Perceived ethical values and small business problems in Poland, in: Business Ethics: A European Review, 15. Jg. 2006, Nr. 1, S. 76-85.
- [29] Wasilczuk, J. / Zieba, K. (2008): Female entrepreneurship in transitional economies: the case of Poland, in: Journal of Small Business and Entrepreneurship, 21. Jg. 2008, Nr. 2.
- [30] Welter, F. / Smallbone, D. / Isakova, N. / Aculai, E. / Schakirova, N. (2004): Female entrepreneurship in the Ukraine, Moldova and Uzbekistan: Characteristics, Barriers and Enabling Factors and Policy Issues, in: UNECE (Hrsg.), Access to Financing and ICT: Women Entrepreneurs in the ECE Region, Geneva: United Nations, S. 39-52.

MEB 2012 – 10th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking
June 1–2, 2012 • Budapest, Hungary