



Factsheet

«Die Bedeutung von Unternehmertum für die Schweiz»

Definitionen

Das Ziel von myidea ist es, unternehmerische Kompetenzen zu vermitteln. Der Europäische Rat (2018) definiert unternehmerische Kompetenzen als «die Fähigkeit Chancen und Ideen umzusetzen und in Werte für andere zu verwandeln» (S. 11). Diese Kompetenzen (beispielsweise Kreativität, kritisches Denken, Eigeninitiative, Durchhaltevermögen, Teamfähigkeit und Projektmanagement) sind sowohl für den Aufbau neuer Unternehmen («Entrepreneurship») als auch für unternehmerische und innovative Vorhaben in bestehenden Unternehmen («Intrapreneurship») relevant. Auch wenn der primäre Fokus von myidea nicht auf Unternehmensgründungen an sich liegt, so sind wir überzeugt, mit dem Programm auch die Entstehung von neuen Firmen durch (ehemalige) Berufslernende zu fördern.

In den letzten Jahren ist die Anzahl der Unternehmen, die jährlich im Handelsregister eingetragen werden, kontinuierlich gestiegen. Die grosse Mehrheit bilden kleine und mittlere Unternehmen (KMU), also Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitenden. Zudem gründen in der Schweiz, aber auch in den meisten anderen industrialisierten Ländern, nach wie vor mehr Männer als Frauen. Die Betonung des Themas «Female Entrepreneurship», also Unternehmensgründungen von Frauen, ist daher wichtig.

Das internationale Forschungsprojekt Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Der Global Entrepreneurship Monitor (<https://www.gemconsortium.org/>) ist ein Forschungsprojekt in dessen Rahmen jedes Jahr die unternehmerischen Aktivitäten in zahlreichen Ländern erfasst werden. Das 1999 initiierte Projekt kombiniert zwei Erhebungsmethoden. Zum einen werden jährlich mindestens 2000 Erwachsene pro Land zu ihren Ansichten und Vorhaben in Bezug auf Unternehmensgründungen befragt («Adult Population Survey»). Zum anderen werden pro Land mindestens 36 Expertinnen und Experten zu den institutionellen Faktoren befragt, die zur unternehmerischen Aktivität im jeweiligen Land beitragen («National Expert Survey»). Die für den GEM wichtigste Kennzahl, die «Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA)»-Rate, resultiert aus dem «Adult Population Survey», also aus den Rückmeldungen der 2000 Befragten. Die TEA misst, wie viele Personen sich im Unternehmensgründungsprozess befinden und/oder ein Unternehmen besitzen und managen, das in den vergangenen 3.5 Jahren gegründet wurde. Aus den Daten resultieren dann sowohl länderspezifische Berichte als auch ein globaler Bericht. Der nationale Bericht der Schweiz beinhaltet dabei folgende Themen:

- Empfehlungen für die Politik und die Praxis
- Einstellung und Verhalten zu Unternehmertum in der Schweiz
- Warum Unternehmen in der Schweiz gegründet werden
- Unternehmerische Aktivität in der Schweiz
- Geschlechtsspezifische Erkenntnisse





- Auswirkungen des unternehmerischen Handelns in der Schweiz
- Unternehmerischer Kontext der Schweiz
- Historische Entwicklung des Unternehmertums in der Schweiz

(Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020)

In den Befragungen im Rahmen des GEM wird auch das Thema «Female Entrepreneurship» spezifisch behandelt. Daraus resultieren beispielsweise Aussagen zu geschlechtsspezifischen Unterschieden hinsichtlich der TEA-Rate, dem Erkennen von unternehmerischen Chancen, der Wahrnehmung der eigenen Fähigkeiten, ein Unternehmen zu gründen, der Angst vor dem Scheitern und den Absichten, in Zukunft unternehmerisch tätig zu sein. Die Resultate für die Schweiz werden weiter unten behandelt.

Das Wichtigste zum Thema Unternehmertum in der Schweiz

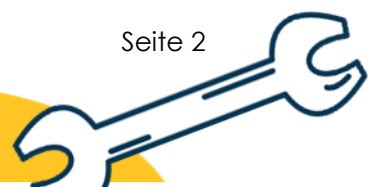
Die Schweiz gehört zu den innovativsten Ländern der Welt (Cornell University et al., 2020, S. 12). Dabei sind insbesondere KMU von entscheidender Bedeutung, repräsentieren sie doch 99.7% aller Unternehmen und beschäftigen 67.2% der Angestellten in der Schweiz (Fueglistaller et al., 2021, S. 5). Verschiedene Studien belegen auch, dass die Bedingungen für Unternehmensgründungen in der Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern sehr gut sind (Acs et al., 2020, S. 10; Baldegger et al., 2020, S. 9). Für ein attraktives unternehmerisches Umfeld sind viele verschiedene Faktoren relevant – dabei wird oft von sogenannten «Entrepreneurial Ecosystems», also unternehmerischen Ökosystemen, gesprochen (Isenberg, 2010; siehe auch Abbildung 1, die illustriert, welche Faktoren die Qualität eines unternehmerischen Ökosystems beeinflussen können). Unter anderem tragen die gute Infrastruktur, die tiefen Steuern und vergleichsweise wenig

Domänen eines unternehmerischen Ökosystems

Politik	Finanzen	Kultur
Gesetzlicher Rahmen	Finanzkapital	Erfolgsgeschichten
Leadership		Gesellschaftliche Normen
Humankapital	Unterstützung	Märkte
Arbeitskräfte	Infrastruktur	Netzwerke
Ausbildungseinrichtungen	Unterstützungsdienstleistungen	Frühzeitige Anwender
	Nichtregierungsorganisationen	

Abbildung 1: Domänen eines unternehmerischen Ökosystems (eigene Darstellung).
 Quelle: in Anlehnung an Isenberg (2011) und Keim (2020, S. 4).

Bürokratie, gut ausgebildete Arbeitskräfte und innovative Forschung an Schweizer Hochschulen zur Attraktivität der Schweiz für Gründerinnen und Gründer bei (Bosma et al., 2020, S. 178). Neben diesen positiven Faktoren gibt es jedoch auch Elemente des schweizerischen unternehmerischen Ökosystems, die Verbesserungspotenzial aufweisen. So bestehen noch immer klare Unterschiede zwischen den Geschlechtern hinsichtlich unternehmerischer Absicht. Zudem wird das Scheitern eines Unternehmens, anders als beispielsweise in den USA, eher negativ wahrgenommen, auch wenn dies bei Jungunternehmen keine Seltenheit ist und viele verschiedene Gründe haben kann (Baldegger et al., 2020, S. 34).



Innovation und Unternehmertum sind von zentraler Bedeutung für die Schweiz, fehlen dem Land doch natürliche Ressourcen, die hochprofitabel exportiert werden könnten (so wie dies beispielsweise in Saudi-Arabien oder Norwegen, die jeweils grosse Mengen an Erdöl fördern, der Fall ist). Daher ist das Humankapital, nämlich sehr gut ausgebildete Fachkräfte, eine grosse Stärke der Schweiz. Dies ist insbesondere auch dem dualen Bildungssystem zu verdanken (IMD, 2020, S. 96). Ein Wirtschaftssystem, das hauptsächlich auf wissensintensiven Aktivitäten beruht, so wie in der Schweiz, wird gemeinhin auch als «Knowledge Economy» bezeichnet. Unternehmertum, also das Entwickeln von neuen Produkten, Dienstleistungen oder innovativen Geschäftsmodellen, nimmt daher eine besonders wichtige Rolle in der Schweizer Wirtschaft ein.

Obwohl die Schweiz sehr gute Rahmenbedingungen für Unternehmertum bietet, liegt die TEA-Rate leicht unter dem Schnitt vergleichbarer Volkswirtschaften mit hohem Einkommen (CH 9.8%, Durchschnitt 12.3%) (Baldegger et al., 2020, S. 29). Dies liegt unter anderem auch daran, dass die Schweiz eine geringe Arbeitslosenquote und hohe Löhne aufweist, wodurch sogenannte «Gründungen aus Not» («Necessity Entrepreneurship») eher selten vorkommen. Das Gründen neuer Unternehmen in der Schweiz basiert eher auf erkannten Chancen («Opportunity Entrepreneurship»). Dennoch steigt die Anzahl der Unternehmen, die in der Schweiz gegründet werden von Jahr zu Jahr, gemessen an den neuen Eintragungen im Handelsregister (Statista, 2021). Im Jahr 2020 wurden 46 779 neu gegründete Unternehmen im Handelsregister eingetragen. Dies entspricht einer Steigerung von knapp 5%. Wichtig ist, dass eine hohe TEA-Rate¹ nicht zwingend nur positiv sein muss. So werden in nicht-industrialisierten Ländern mit hoher Armut meist hohe TEA-Raten gemessen (z. B. Madagaskar mit 19.5% oder Indien mit 15.3%) (Baldegger et al., 2020, S. 114–134), weil sehr viele Gründungen aus Notlagen entstehen. Mitunter handelt es sich um kleine, wenig innovative Geschäfte.

¹ Personen, die sich im Unternehmensgründungsprozess befinden und/oder ein Unternehmen besitzen und managen, das in den vergangenen 3.5 Jahren gegründet wurde (Baldegger et al., 2020, S. 26).



Nachfolgend sind die Unternehmensgründungen in der Schweiz nach Wirtschaftszweig in den Jahren 2016–2018 dargestellt. Es zeigt sich, dass insbesondere im Dienstleistungsbereich (Tendenz steigend), aber auch im Gesundheits- und Sozialwesen (Tendenz leicht steigend) sowie im Bereich Handel und Reparaturen (Tendenz sinkend) neue Unternehmen im Handelsregister eingetragen werden. Der Überhang von dienstleistungsorientierten (im Vergleich zu produktions- oder landwirtschaftsorientierten) Unternehmen ist typisch für industrialisierte Länder, wobei diese Wirtschaftszweige oft auch geringere Kapitalinvestitionen verlangen, da normalerweise keine teuren Produktionsmaschinen angeschafft werden müssen.

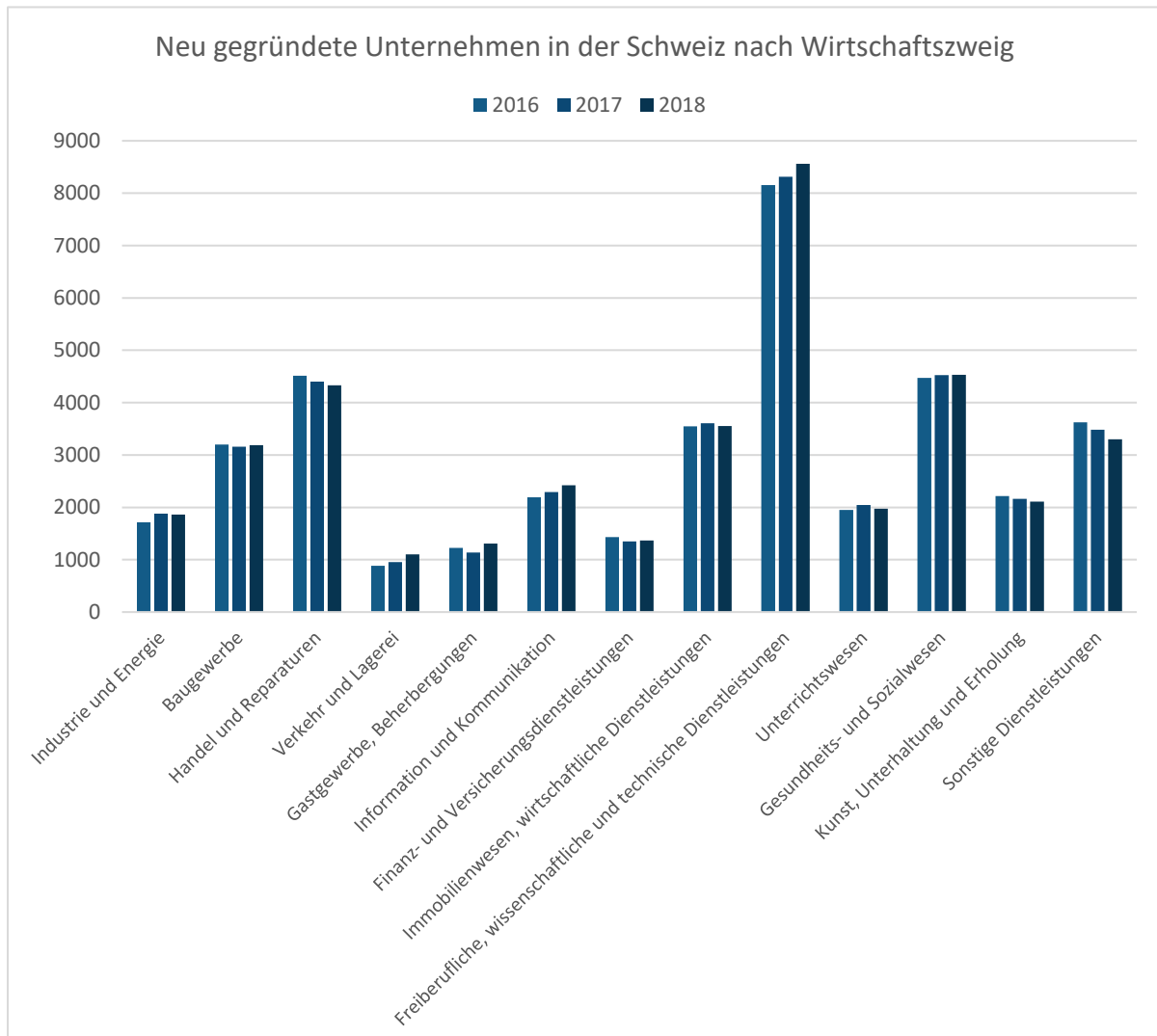
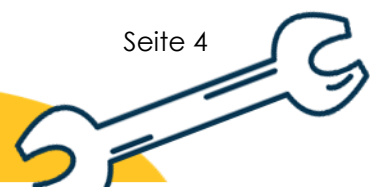


Abbildung 2: Neu gegründete Unternehmen in der Schweiz nach Unternehmenszweig (eigene Darstellung).
Quelle: BFS – Statistik der Unternehmensdemografie UDEMO (2020).

Im Vergleich mit populationsreichen Nationen wie China, den USA, Deutschland oder Frankreich bietet die Schweiz für Unternehmerinnen und Unternehmer einen limitierten Absatzmarkt (Anzahl potenzieller Kundinnen und Kunden). Ein solcher Markt ist auch unter dem Begriff «Testmarkt» bekannt, also ein Markt, der sich für das Testen eines Produkts oder einer Dienstleistung eignet. Aus diesem Grund planen viele stark auf Wachstum ausgerichtete Schweizer Startups früher oder später in andere Länder zu expandieren (Baldegger et al., 2020, S. 47). Expansion kann, muss aber nicht zwingend eine Wachstumsstrategie sein. Es gibt durchaus auch erfolgreiche Jungunternehmen, die sich auf einen Nischenmarkt fokussieren und



beispielsweise mit innovativen, komplexen und hochspezialisierten Produkten lokal hohe Renditen erzielen.

Unternehmerische Tätigkeit muss jedoch nicht immer auf starkem Wachstum und hohen Umsätzen basieren. Unternehmerisch tätig zu sein, um beispielsweise den eigenen Lebensunterhalt bestreiten zu können und gleichzeitig eigene Chefin/eigener Chef zu sein, ist ein genauso valider Ansporn ein Unternehmen zu gründen.

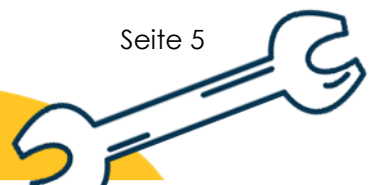
Mit myidea tragen wir dazu bei, eine positive Grundeinstellung gegenüber Unternehmertum bei Berufslernenden zu fördern, Unternehmertum als interessante Karriereoption zu positionieren, das Vertrauen in die eigenen innovativen und unternehmerischen Fähigkeiten zu stärken und die Angst vor dem Scheitern zu mildern. Mit einer Gründungsrate von rund 2% liegt die Altersgruppe der 18–24-Jährigen deutlich unter dem gesamtschweizerischen Durchschnitt und nur leicht vor den über 65-jährigen, die mit 1.1% das Schlusslicht unter den Altersgruppen bilden (Statista, 2019). myidea kann mit dazu beitragen, diese Rate kontinuierlich zu steigern.

Das Wichtigste zum Thema Gründerinnen in der Schweiz

In den meisten entwickelten Ländern gründen Männer (teilweise deutlich) öfter als Frauen (Baldegger et al., 2020, S. 35). Oftmals dominieren auch männliche Rollenbilder die Berichterstattung rund um das Thema Unternehmertum. Wer hat beispielsweise noch nie von Bill Gates, Elon Musk, Jeff Bezos oder Mark Zuckerberg gehört? Dies bedeutet aber keineswegs, dass es keine erfolgreichen Gründerinnen gibt, wie beispielsweise Arianna Huffington (Huffington Post und Thrive Global), Martha Stewart (Martha Stewart Living), Barbara Corcoran (The Corcoran Group) oder Whitney Wolfe Herd (Bumble) (für mehr Beispiele siehe Stephan, 2019). Wie tief verankert vermeintlich geschlechtsspezifische Unterschiede in der Wahrnehmung von Personen sowie von Expertinnen und Experten sind, zeigt die Studie «We ask men to win and women not to lose» (Kanze et al., 2018). Die Autorinnen und Autoren der Studie analysierten die Fragen, die Gründerinnen resp. Gründern von Investorinnen und Investoren nach einem Pitch erhalten hatten. Die Analyse zeigte, dass Männern hauptsächlich Fragen zur Zukunftsvision gestellt wurden, während Frauen gefragt wurden, wie sie sich gegen bestimmte Risiken absichern würden (Kanze et al., 2018). Die Rollenvorstellungen und Erwartungen der Investorinnen und Investoren trugen dazu bei, dass Männer bestärkt und Frauen zur Vorsicht gemahnt wurden, d. h. ihnen weniger zugehört wurde als den Männern.

Obwohl Unternehmertum eine zentrale Rolle in der Schweizer Wirtschaft spielt, bestehen auch hierzulande deutliche Unterschiede hinsichtlich unternehmerischer Aktivitäten zwischen Frauen und Männern. Gemäss dem GEM (Baldegger et al., 2020, S. 35) sind 12.3% der Männer in der Schweiz in solche Aktivitäten, gemessen anhand der TEA-Rate, involviert; bei den Frauen beträgt der Anteil lediglich 7.3% (auf eine Frau, die unternehmerisch tätig ist, kommen demnach 1.7 Männer). Im Vergleich zu anderen Volkswirtschaften mit hohen Löhnen liegt die Schweiz damit nicht nur hinsichtlich des relativen Anteils von Frauen, die unternehmerisch tätig sind, unter dem Durchschnitt (auf eine Frau kommen global durchschnittlich 1.4 Männer), sondern auch bei der TEA-Rate nach Geschlecht (global durchschnittlich 14.3% bei den Männern, 10.2% bei den Frauen).

Unterschiede in der Gründungsquote lassen sich vermutlich auch darauf zurückführen, dass sich Frauen weniger zutrauen. In einem Vergleich der Geschlechter in der Schweiz, der ebenfalls im Rahmen des GEM (Baldegger et al., 2020, S. 37) durchgeführt wurde, zeigte sich deutlich, dass nur 37.9% der Frauen glauben, die notwendigen Kompetenzen für die Gründung eines Unternehmens zu haben. Bei den Männern liegt dieser Wert bei 60%. Andere Variablen, die zur effektiven Gründungsrate beitragen (z. B. das



Erkennen von unternehmerischen Chancen, die Angst vor dem Scheitern und die Intention zu gründen), bringen hingegen nur minimale Unterschiede zwischen den Geschlechtern zu Tage.

myidea kann einen Beitrag leisten, dass Frauen Vertrauen in die eigenen unternehmerischen Kompetenzen gewinnen. Weibliche Vorbilder im Bereich Unternehmertum können zusätzlich helfen, die Selbstwirksamkeit und die Einstellung gegenüber Unternehmensgründungen positiv zu beeinflussen (Bechthold & Rosendahl Huber, 2018; Gibson, 2004; Shinnar et al., 2014).

Unternehmertum und das Lehr-/Lernprogramm myidea

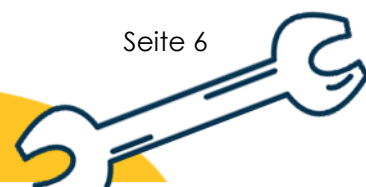
Durch die Teilnahme am Lehr-/Lernprogramm myidea fördern wir Eigeninitiative und Selbstwirksamkeit. Beides ist für eine Unternehmensgründung unerlässlich, ist aber auch generell von Nutzen, wenn Lernende eigene Initiativen, auch bspw. innerhalb bestehender Unternehmen, umsetzen wollen. Zudem profitieren bestehende Unternehmen von ganzheitlich und unternehmerisch denkenden und handelnden Angestellten, weshalb myidea für alle Berufslernenden von Relevanz ist. Dies wird insbesondere durch die Veränderung der Arbeitswelt durch Digitalisierung und Automatisierung unterstrichen, wird der Wert von innovativ und unternehmerisch denkenden Arbeitnehmenden künftig aller Voraussicht nach ansteigen. Auch besteht in der Schweiz ein grosser Bedarf an Unternehmensnachfolgerinnen und Unternehmensnachfolgern (Bisnode D&B, 2020).

Die Welt des Unternehmertums und entsprechender Unterstützungs- und Fördermassnahmen für zukünftige Unternehmerinnen und -unternehmer soll nicht nur Hochschulabsolventinnen und -absolventen offenstehen, sondern auch aktiv bei Berufslernenden gefördert werden, dies auch im Sinne der Chancengerechtigkeit. Die Berufslernenden sind aufgrund ihrer beruflichen Grundbildung sehr nahe am Wirtschaftsgeschehen und in der Lage, Problembereiche in ihrem Arbeitsalltag zu erkennen und solche Erkenntnisse nicht als Problem, sondern als unternehmerische Chance wahrzunehmen (entweder innerhalb eines bestehenden Unternehmens oder selbstständig als Unternehmerinnen und Unternehmer).

Da nach wie vor weniger Frauen als Männer gründen, wurde bei myidea bewusst darauf geachtet, auch Beispielunternehmen zu berücksichtigen, die von Frauen gegründet wurden. Damit sollen die Selbstwahrnehmung und die Einstellung zu Unternehmertum unter Frauen gefördert werden (Gibson, 2004). Es ist darum wichtig und interessant, im Kontext von myidea Unternehmerinnen für Gastvorträge einzuladen und/oder als Mentorinnen einzubinden, um die Identifikation von Schülerinnen mit dem Thema zu unterstützen. Die Identifikation mit solchen Rollenmodellen ist zentral und sollte idealerweise nicht nur das Geschlecht, sondern auch andere Merkmale wie Alter, beruflichen Hintergrund oder regionale Herkunft berücksichtigen.

Referenzen

- Acs, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E. & Gabor, M. (2020). *Global Entrepreneurship Index 2019*. Washington, D.C.: The Global Entrepreneurship and Development Institute. doi: 10.13140/RG.2.2.17692.64641
- Baldegger, R., Gaudart, R. & Wild, P. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020: Report on Switzerland*. Fribourg: School of Management.
- Bechthold, L. A. & Rosendahl Huber, L. (2018). Yes, I Can! A Field Experiment on Female Role Model Effects in Entrepreneurship. *Academy of Management Proceedings*, Nr. 1/2018, doi: 10.5465/AMBPP.2018.209



- BFS – Statistik der Unternehmensgeografie UDEMO. (2020). *Neugründungen: Neu gegründete Unternehmen nach Wirtschaftszweig*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industrie-dienstleistungen/unternehmen-beschaeftigte/unternehmensdemografie/neugruendungen-ueberlebensraten.html> [Letzter Zugriff am 21.03.2021].
- Bisnode D&B. (2020). *KMU Nachfolge 2020: Studie zur Unternehmensnachfolge in der Schweiz*. <https://www.bisnode.ch/globalassets/switzerland/medienmitteilungen/studie-nachfolge-kmu-schweiz-2020> [Letzter Zugriff am 24.03.2021].
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J. & Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report*. London: London Business School.
- Cornell University, INSEAD & WIPO. (2020). *Global Innovation Index 2020: Who will finance innovation?* Ithaca, Fontainebleau, Geneva.
- Fueglistaller, U., Hatak, I. & Zellweger, T. (2021). *KMU und Familienunternehmen in Forschung, Lehre und Praxis – Jahresbericht 2020*. St. Gallen: KMU-HSG und CFB-HSG.
- Gibson, D. E. (2004). Role Models in Career Development: New Directions for Theory and Research. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), 134-156. doi: 10.1016/S0001-8791(03)00051-4
- IMD. (2020). *IMD World Talent Ranking 2020*. Lausanne: IMD.
- Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Isenberg, D. J. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Babson Park: Babson College.
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A. & Higgins, E. T. (2018). We Ask Men to Win and Women not to Lose: Closing the Gender Gap in Startup Funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 588-614. doi: 10.5465/amj.2016.1215
- Keim, J. (2020). *Depolarising Innovation: Dynamic Policy Implications for Entrepreneurial Ecosystems in European Second-Tier Regions* (Masterarbeit Betriebswirtschaftslehre). Dublin: Trinity College Dublin (unveröffentlicht).
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K. & Powell, B. C. (2014). Self-Efficacy, Entrepreneurial Intentions, and Gender: Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Longitudinally. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 561-570. doi: 10.1016/j.ijme.2014.09.005
- Statista. (2021). *Anzahl der Unternehmensgründungen in der Schweiz von 2010 bis 2020*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/309104/umfrage/unternehmensgruendungen-in-der-schweiz/> [Letzter Zugriff am 21.03.2021].
- Statista. (2019). *Gründungsrate in der Schweiz nach Altersgruppen im Jahr 2018*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/963321/umfrage/gruendungsrate-in-der-schweiz-nach-altersgruppen/> [Letzter Zugriff am 21.03.2021].
- Stephan, D. (2019). *50 Female Entrepreneurs Everyone Should Know*. <https://about.crunchbase.com/blog/50-female-entrepreneurs-list/> [Letzter Zugriff am 21.03.2021].