

## Infoblatt zum Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

### Was ist GEM?

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist die wichtigste und grösste internationale Studie zum Unternehmertum. Die Studie 2016 wurde in insgesamt 65 Ländern durchgeführt und analysiert die Einstellung der Bevölkerung zum Unternehmertum und die unternehmerischen Aktivitäten des Landes.

Der Länderbericht Schweiz 2016/2017 wurde von der Hochschule für Wirtschaft Freiburg (HSW-FR) in Zusammenarbeit mit der ETH Zürich und der Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI) verfasst.<sup>1</sup> Mittels mehr als 3'500 Telefon- und 36 Experteninterviews wurden die unternehmerischen Einstellungen, Aktivitäten und Ambitionen ermittelt sowie die Faktoren erhoben, die die Wahl der einzelnen Personen in Bezug auf Unternehmensgründungen und den Stellenwert des Unternehmertums erklären können.

### Ergebnisse zur Schweiz

Der aktuelle Länderbericht zur Schweiz zeigt, dass die Unternehmensgründungen in der Schweiz zwar leicht angestiegen sind, die Schweiz bei diesem Indikator im internationalen Vergleich aber weiterhin unterdurchschnittlich abschneidet. Für die Jugendlichen wird festgestellt, dass diese - trotz günstigen Rahmenbedingungen und einer tieferen Angst vor dem Scheitern - nach wie vor zurückhaltend sind, wenn es darum geht, den unternehmerischen Weg einzuschlagen. Weiter ist bei Frauen im Vergleich zu den Männern eine stärkere Zurückhaltung zu beobachten.

### Die Unternehmensgründungen sind leicht gestiegen

Die Rahmenbedingen für die Gründung eines Unternehmens werden in der Schweiz im Allgemeinen positiv beurteilt und besser eingestuft als in vergleichbaren Länder. Dennoch haben sich in den vergangenen Jahren nur 8.2% der Schweizerinnen und Schweizer ins unternehmerische Abenteuer gestürzt. Im Vergleich zu 2015 entspricht dies einem leichten Anstieg von +0.9%. Im internationalen Vergleich bewegt sich die Schweiz damit aber unter dem Durchschnitt vergleichbarer innovationsbasierter Volkswirtschaften (9.1%): zu den Spitzenreitern gehören bspw. die Vereinigten Staaten (12.6%), Kanada (16.7%) oder Australien (14.6%). Im Vergleich mit ihren Nachbarländern Deutschland (4.6%), Frankreich (5.3%) und Italien (4.4%) schneidet die Schweiz aber deutlich besser ab.

Im Jahr 2016 glaubten 43.3% der Schweizerinnen und Schweizer, dass sie über genügend Erfahrung und Kompetenzen verfügen, um ein eigenes Unternehmen zu gründen. Jedoch

---

<sup>1</sup> Vgl. HSW-FR, ETH Zürich, SUPSI (2017), Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017, Report on Switzerland. Online im Internet: <http://www.heg-fr.ch/FR/Recherche-mandats-et-instituts/projets-recherche/Documents/GEM-2016-17.pdf>

kommt nur für eine Minderheit in der Bevölkerung eine Unternehmensgründung überhaupt in Frage: 38.9% der Bevölkerung betrachten eine Unternehmensgründung als gute Karrierewahl, gegenüber 77.9% in den Niederlanden, 68.8% in Portugal oder 65.5% in Kanada.

### **Die Jugend ist zurückhaltend**

Bei den Jugendlichen<sup>2</sup> sind die Voraussetzungen für einen Einstieg in unternehmerische Aktivitäten kritisch: Obwohl relativ viele von ihnen eine unternehmerische Laufbahn als gute Karrierewahl ansehen (44.2%), glaubt nur eine kleine Minderheit (13.6%), dass sie die nötigen Fähigkeiten mitbringt, um ein eigenes Unternehmen zu gründen. Zudem sieht nur ein Viertel der Jungen (25.5%) interessante Geschäftsmöglichkeiten an ihrem aktuellen Lebensort. Im internationalen Vergleich hinkt die Schweiz in diesem Punkt klar hinterher: nur jeder dreissigste Jugendliche ist derzeit daran, ein Geschäft zu gründen oder steht an der Spitze eines Startups. Damit belegt die Schweiz im Vergleich mit ähnlich innovationsbasierten Volkswirtschaften einen der hintersten Ränge (Rang 23 von 27). Auf der anderen Seite der Rangliste sind z.B. die Niederlande platziert: hier hat sich fast jeder fünfte Jugendliche bereits einmal der Herausforderung der unternehmerischen Tätigkeit gestellt.

### **Frauen sind weniger in unternehmerischer Art und Weise tätig**

Frauen sind heute weniger dazu bereit, sich unternehmerisch zu engagieren als noch vor ein paar Jahren: Die Quote stieg zwar von 22.9% im Jahr 2003 auf fast 50% zwischen 2011 und 2014 - dies entsprach fast der Quote der Männer - fiel aber wieder auf 32.2% im Jahr 2016. Ein möglicher Grund für den beobachteten Verlauf könnte die Finanzkrise von 2008 sein, welche Frauen dazu gedrängt hat, «aus der Not heraus» neue Unternehmen zu gründen. Mittlerweile hat sich die Situation auf dem Arbeitsmarkt jedoch entspannt, wodurch auch der Drang zum Unternehmertum gesunken ist. Ein weiterer Grund dürfte die Vereinbarkeit von Beruf und Familie darstellen: Die gesuchte Balance zwischen Arbeit und Familienleben dürfte bei vielen Frauen mit einem Verzicht auf unternehmerische Aktivitäten einhergehen und erscheint als Faktor für den aktuellen bedeutenden Rückgang wahrscheinlich.

### **Die Experten sind mehrheitlich zufrieden, sehen aber Verbesserungspotenzial**

Zusätzlich zu den Telefoninterviews wurden im Rahmen des GEM 36 Experteninterviews durchgeführt. Obwohl die Expertinnen und Experten die Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen in der Schweiz mehrheitlich positiv beurteilen, sehen sie auch Ansatzpunkte für Verbesserungen. Neben besseren finanziellen Anreizen<sup>3</sup>, administrativen Erleichterungen und attraktiveren Beratungsdienstleistungen für Startups wurde auch Verbesserungspotenzial bei der Koordination der kantonalen und eidgenössischen Programme von KTI/Innosuisse und

---

<sup>2</sup> Personen mit Alter zwischen 18 und 24 Jahren.

<sup>3</sup> Z.B. Erhöhung der Finanzierungsmöglichkeiten in jeder unternehmerischen Wachstumsphase (vom «Seed capital» bis zur Wachstumsfinanzierung) oder Anpassung des Steuersystems für Startups.

des SECO ausgemacht. Zudem kann die Zusammenarbeit zwischen den Fachhochschulen, Universitäten und der Industrie für Technologietransfer-Projekte noch besser werden, vor allem im Zusammenhang mit KMU.

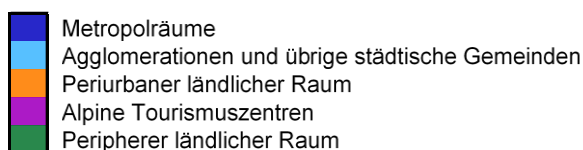
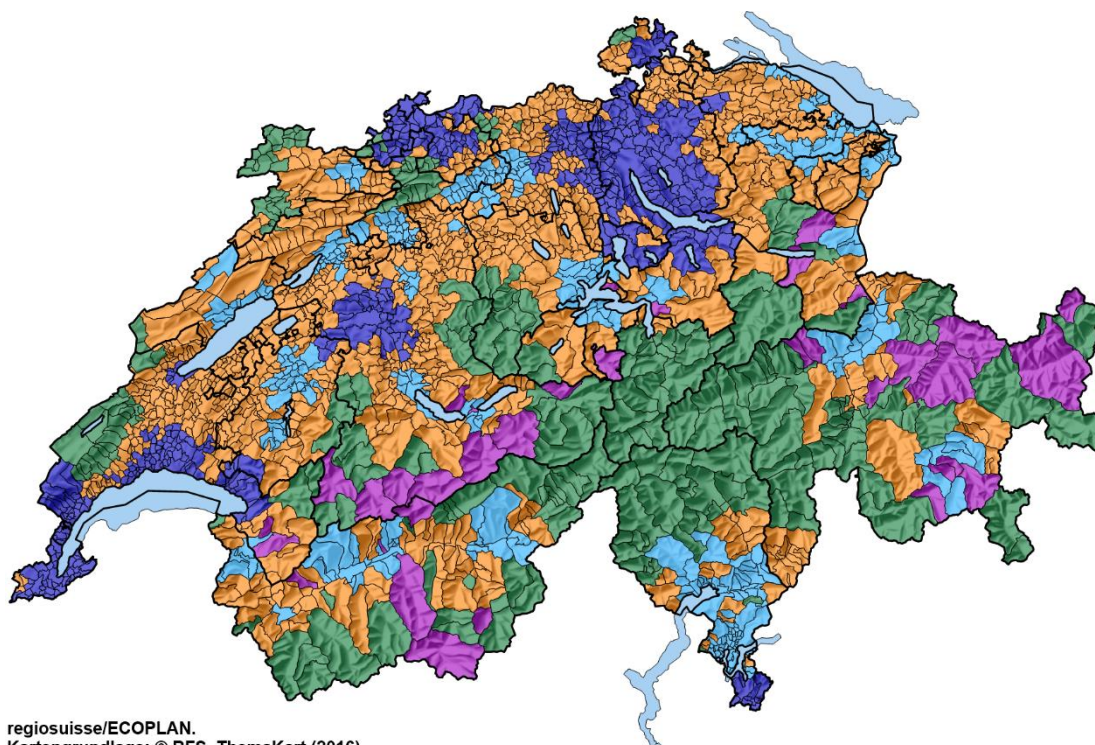
## Unterschiede nach regiouisse-Raumtypen

Der Länderbericht Schweiz 2016/2017, verfasst von der Hochschule für Wirtschaft Freiburg (HSW-FR), untersuchte in Zusammenarbeit mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) zum ersten Mal auch regionale Unterschiede zwischen den regiouisse-Raumtypen. Es zeigt sich, dass die Entwicklung unternehmerischer Tätigkeiten in Metropolen weit leichter fällt als in peripheren Regionen.

### Die regiouisse-Raumtypologie in Kürze

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Verteilung der Gemeinden der Schweiz auf die regiouisse-Raumtypologie in fünf Klassen.

Abbildung 1: Die regiouisse-Raumtypologie in 5 Klassen, nach Gemeinden



Auf Basis der für das GEM verwendeten Stichprobe von schweizweit gut 3'500 Befragten können für die beiden bevölkerungsärmsten Regionstypen keine spezifischen Aussagen gemacht werden. Aus diesem Grund wurden der «Periphere ländliche Raum» und die «Alpinen Tourismuszentren» für die Analysen im Rahmen des GEM zusammengefasst.

Abbildung 2 zeigt die Grösse und Bedeutung der einzelnen regiosuisse-Raumtypen für die Schweizer Bevölkerung und die Volkswirtschaft. Die Metropolräume verfügen mit Abstand über die meisten Arbeitsplätze und Einwohner. Zudem wohnt und arbeitet mehr als ein Viertel der Schweizer Bevölkerung in den kleineren Agglomerationen und übrigen städtischen Gemeinden. Die Anteile der übrigen untersuchten Raumtypen sind hingegen vergleichsweise gering.

**Abbildung 2: Charakterisierung der fünf regiosuisse-Raumtypen**

regiosuisse-Raumtypologie in 5 Klassen	Arbeitsplätze absolut (2014)	Arbeitsplatzanteil (2014)	Einwohner absolut (2015)	Einwohneranteil (2015)	Befragte für GEM (2016; Anteile in Klammern)
<b>Metropolräume</b>	2'162'000	54.5%	3'973'000	47.7%	1'398 (37.8%)
<b>Agglomerationen und übrige städtische Gemeinden</b>	1'033'000	26.0%	2'138'000	25.7%	1'148 (31.0%)
<b>Periurbaner ländlicher Raum</b>	577'000	14.5%	1'772'000	21.3%	901 (24.4%)
<b>Peripherer ländlicher Raum und Alpine Tourismuszentren</b>	194'000	5.0%	444'000	5.3%	252 (6.8%)

Quellen: Statistik der Unternehmensstruktur STATENT 2014, BFS (Arbeitsplätze); Statistik der Bevölkerung und der Haushalte STATPOP, BFS (Einwohner); Global Entrepreneurship Monitor GEM, Anzahl Befragte für Studie 2016/2017.

Ähnlich sieht es auch bei der Anzahl der für das GEM befragten Personen aus: Fast 70% der analysierten Antworten stammen aus urbanen Gebieten (Metropolräume und Agglomerationen). Demgegenüber weisen der peripherer ländliche Raum und die alpinen Tourismuszentren mit 252 Antworten am wenigsten auswertbare Datenpunkte auf. Anteilsmässig konnten aber überproportional<sup>4</sup> viele Antworten aus diesen beiden Raumtypen gewonnen werden, wodurch die Zuverlässigkeit der Resultate etwas erhöht wird.

<sup>4</sup> Im Vergleich zu den Einwohner- oder Arbeitsplatzanteilen.

**Abbildung 3: GEM-Auswertung zu den regionuisse Raumtypen, Jahr 2016 (Angaben in %) <sup>5</sup>**

Gebietseinheit	Unternehmerische Einstellung der Befragten (Individual attributes)				Status und Wahrnehmung von Unternehmertum in der Gesellschaft (Societal values and perceptions)		
	Wahrgenommene Gelegenheiten (Perceived opportunities)	Wahrgenommene Fähigkeiten (Perceived capabilities)	Angst zu scheitern (Fear of failure) *	Unternehmerische Absichten (Entrepreneurial intentions) **	Unternehmertum als gute Karierechance (as a good career choice)	Hoher Status von erfolgreichen Unternehmern (High status to successful entrepreneurs)	Medienaufmerksamkeit gegenüber Unternehmertum (Media attention for entrepreneurship)
Schweiz	41.4	43.3	31.2	7.9	38.9	66.0	58.3
Metropolräume	47.3	44.7	34.1	8.8	37.7	65.9	58.1
Agglomerationen und übrige städtische Gemeinden	42.0	40.1	31.4	7.5	40.0	67.6	62.9
Periurbaner ländlicher Raum	33.0	44.9	25.9	7.0	39.5	65.9	56.8
Peripherer ländlicher Raum und Alpine Tourismuszentren	30.3	38.7	20.9	5.9	40.6	61.0	47.4
<b>Durchschnitt</b> (Innovationsbasierte Volkswirtschaften)	<b>41.3</b>	<b>43.8</b>	<b>39.8</b>	<b>15.4</b>	<b>57.6</b>	<b>69.6</b>	<b>62.2</b>

Quelle: HSW-FR, ETH Zürich, SUPSI (2017), Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017, Report on Switzerland.

Legende: \* Anteil der Befragten, die in ihrem Umfeld gute Gelegenheiten erkennen, jedoch von der Angst zu scheitern vom Aufbau eines Unternehmens abgehalten werden.  
 \*\* Anteil der Befragten, die noch nicht unternehmerisch aktiv sind, jedoch in den nächsten drei Jahren eine Gründung beabsichtigen.

### Metropolen sind Treiber der unternehmerischen Tätigkeit

Die Metropolräume der Schweiz mit vergleichsweise vielen multinationalen Firmen und sehr guten Universitäten stehen in einem starken Kontrast zum ländlichen Raum, welcher u.a. durch die Landwirtschaft oder auch den Tourismus geprägt wird. Der Strukturwandel hat sich in den letzten Jahren beschleunigt, wobei die ländlichen Regionen oft mehr Mühe mit dessen Bewältigung bekundeten als die urbanen Gebiete.

Einer der Gründe hierfür dürften unterschiedliche Einstellungen und Ambitionen in Bezug auf das Unternehmertum sein. Der GEM-Länderbericht 2016/17 für die Schweiz zeigt nämlich, dass unternehmerische Absichten und Aktivitäten bei der Bevölkerung in den urbanen Räumen deutlich stärker ausgeprägt sind als in den peripheren Gebieten. In den Metropolräumen erkennt fast die Hälfte der Bevölkerung (47.3%) kommerzielle Geschäftsgelegenheiten, während diese Quote in den ländlichen Räumen bei rund einem Drittel liegt (vgl. Abbildung 3, Spalte «Wahrgenommene Gelegenheiten»).

<sup>5</sup> In Klammern: Originalnamen der einzelnen Indikatoren in Englisch.

Analysen zu den sieben Grossregionen nach BFS zeigen zudem, dass die unternehmerischen Aktivitäten 2016 in Zürich, in der Genferseeregion und in den Kantonen im Osten der Schweiz am dynamischsten war. Dies vor allem in den Sektoren persönliche und professionelle Dienstleistungen, Handel, Gastronomie und der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT).

### **Personen in peripheren Räume haben weniger Angst zu scheitern, riskieren es aber trotzdem nicht**

Die befragten Personen aus den ländlichen Räumen haben weniger Angst mit einer Unternehmensgründung zu scheitern als die befragten Personen in urbanen Gebieten. So geben beispielsweise 25.9% der Befragten aus dem periurbanen ländlichen Raum an, dass sie zwar in ihrem Umfeld gute Gelegenheiten für unternehmerische Aktivitäten erkennen, jedoch aufgrund der Angst zu scheitern vom Aufbau eines Unternehmens absehen. In den Metropolräumen liegt diese Quote mit 34.1% deutlich höher (vgl. Abbildung 3, Spalten «Angst zu scheitern»).

Obwohl die Angst zu scheitern in den ländlichen Gebieten tiefer liegt, plant im Vergleich zu den urbanen Regionen ein kleinerer Anteil der befragten Personen in den nächsten drei Jahren ein Unternehmen zu gründen: Während im peripheren ländlichen Raum und den alpinen Tourismuszentren 5.9% der befragten Personen mit einer Unternehmensgründung liebäugeln, ziehen dies in den Metropolräumen 8.8% der befragten Personen in Betracht (vgl. Abbildung 3, Spalten «Unternehmerische Absichten»).

### **Keine grossen Unterschiede bezüglich der gesellschaftlichen Wahrnehmung des Unternehmertums**

Sowohl bei den wahrgenommenen Fähigkeiten der Befragten als auch beim sozialen Status von Unternehmertum zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den regionsuisse-Raumtypen (vgl. Abbildung 3, Spalten «Wahrgenommene Fähigkeiten», «Unternehmertum als gute Karrierechance» und «Hoher Status von erfolgreichen Unternehmern»).

Im peripheren ländlichen Raum und den alpinen Tourismuszentren scheinen die Medien dem Unternehmertum jedoch eine geringere Aufmerksamkeit zu schenken als in den restlichen Raumtypen: Nur 47.4% der Befragten in diesen beiden Raumtypen bejahen die Aussage, dass die Medien oft über erfolgreiche Unternehmer und Unternehmerinnen berichten - der Schweizerische Durchschnitt liegt bei 58.3% (vgl. Abbildung 3, Spalte «Medienaufmerksamkeit gegenüber Unternehmertum»).

**Hinweis:** Die GEM-Daten ergänzen die bereits vorhandenen Daten des regionsuisse Indikatorensets in den Bereichen Wirtschaftsstruktur und Innovation. Die Ergebnisse zu den regionsuisse-Raumtypen wurden als Ergänzung zum aktuellen Monitoringbericht 2016 im vorliegenden Dokument zusammengefasst.