

ROLF MEYER
DARIO MEYER

Die neuen Selbständigen 2020

Forschungsbericht

Der vorliegende Bericht zeigt anhand zahlreicher Variablen auf, wer die neuen Selbständigen der Schweiz sind, welche Motive sie in die Selbständigkeit geführt haben, was deren Start-ups machen, mit welchen Herausforderungen sie sich konfrontiert sehen, wie erfolgreich sie sind und wie deren Zukunft eingeschätzt wird.

Die Daten stammen aus einer Befragung einer repräsentativen Stichprobe aller Unternehmen der Schweiz, welche in den Jahren 2014-2019 gegründet wurden. Die präsentierten Ergebnisse basieren auf den detaillierten Antworten von 388 Gründungspersonen.

Die Ergebnisse werden mit gleichen Studien verglichen, die wir vor 10 respektive 20 Jahren durchgeführt haben. Damit können sehr interessante Veränderungen in der Startup Szene Schweiz dokumentiert werden.

Die neuen Selbständigen 2020

Forschungsbericht

Prof. Dr. Rolf Meyer

Dario Meyer

Fachhochschule Nordwestschweiz

Institut für Unternehmensführung

edition gesowip

Basel, 2020

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://www.d-nd.de/> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten

2020 by edition gesowip, Basel/Switzerland

ISBN: 978-3-906209-04-3

Autoren:

Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Wirtschaft

Institut für Unternehmensführung

Prof. Dr. Rolf Meyer, rolf.meyer@fhnw.ch

Dario Meyer, dario.meyer@fhnw.ch

Bahnhofstrasse 6

CH-5210 Windisch

<http://www.fhnw.ch/wirtschaft/ifu>

Inhaltsverzeichnis

1. Management Summary	5
2. Einleitung.....	7
2.1 Ausgangslage	7
2.2 Ziele	7
2.3 Methodik	8
2.4 Aufbau der Arbeit	8
3. Begriffe und theoretischer Bezugsrahmen	9
4. Neue Unternehmen in der Schweiz.....	12
4.1 Unternehmensdemographie.....	12
4.1.1 Unternehmensgründungen Bundesamt für Statistik	12
4.1.2 Global Entrepreneurship Monitor.....	13
4.2 Entrepreneurship und KMU-Forschung	14
4.2.1 Entrepreneurship Forschung in der Schweiz	14
4.2.2 Entrepreneurship Forschung an der FHNW	15
5. Beschreibung der eigenen Erhebung	16
5.1 Fragebogen.....	16
5.2 Pre-Test	16
5.3 Schriftliche Erhebung – Rücklauf.....	16
5.4 Statistische Auswertung	17
6. Ergebnisse: Wer sind die neuen Selbständigen?	18
6.1 Die Gründungspersonen	18
6.1.1 Demografische Daten.....	18
6.1.2 Wissen und Erfahrungen.....	19
6.1.3 Motive	23
6.2 Die neuen Unternehmen	24
6.2.1 Demographie der Unternehmensgründungen	24
6.2.2 Unterstützung und Vorbereitung bei der Gründung	25
6.2.3 Arbeitszeit, Angestellte und Kapital	28
6.2.4 Schwierigkeiten und Lösungsansätze	30
6.2.5 Innovationen	32
6.3 Erfolg	33
6.3.1 Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit	33
6.3.2 Aufgabe der Selbständigkeit bei Angebot aus der Wirtschaft?	33
6.3.3 Verdienst verglichen mit Angestelltenlohn	34
6.3.4 Chancen auf dem Arbeitsmarkt	34
6.4 Entwicklungsperspektiven	35

6.4.1	Entwicklungsperspektiven der Unternehmen.....	35
6.4.2	Digitalisierung	36
7.	Empfehlungen	37
8.	Ausblick	39
9.	Literaturverzeichnis	40
10.	Abbildungsverzeichnis.....	42
11.	Tabellenverzeichnis.....	43
12.	Anhang.....	44
12.1	Begleitbrief	44
12.2	Fragebogen.....	45

1. Management Summary

Der vorliegende Bericht zeigt anhand zahlreicher Variablen auf, wer die neuen Selbständigen der Schweiz sind, welche Motive sie in die Selbständigkeit geführt haben, mit welchen Herausforderungen sie sich konfrontiert sehen, wie erfolgreich sie sind und wie sie ihre Zukunft einschätzen.

Die Daten stammen aus einer Befragung einer repräsentativen Stichprobe aller Unternehmen der Schweiz, welche in den Jahren 2014 – 2019 gegründet wurden. Die präsentierten Ergebnisse basieren auf den detaillierten Antworten von 388 Gründungspersonen.

Die Ergebnisse werden mit gleichen Studien verglichen, die wir vor 10 respektive 20 Jahren durchgeführt haben. Damit können sehr interessante Veränderungen in der Start-up-Szene der Schweiz dokumentiert werden.

Die **durchschnittliche Gründungsperson** in der Schweiz ist männlich, 40.4 Jahre alt, kinderlos, verfügt über einen Hochschulabschluss, über rund 22 Jahre Berufs- und etwas Führungserfahrung. In den letzten 20 Jahren hat sich der Frauenanteil an den Gründungspersonen ziemlich genau verdoppelt und beträgt nun 31.6 %. Ebenfalls massiv zugenommen hat der Anteil der Gründungspersonen mit einem akademischen Hintergrund. Inzwischen verfügt jede*r zweite Gründer*in über einen Bachelor-, Master- oder Dokortitel. Vor 20 Jahren war es noch jede*r Dritte.

Die Gründungspersonen geben an, dass sie in den meisten Bereichen der Unternehmensführung über gute Vorkenntnisse verfügen. Als Problembereiche vor dem Start wurden die Kundenakquisition und das Marketing, die Kapitalbeschaffung sowie die Buchhaltung angegeben.

Die durchschnittliche Gründungsperson arbeitet 40-42 Stunden pro Woche für ihr Start-up, wobei diese Arbeitszeit zu Beginn etwas höher ist und in den ersten 3.5 Jahren kontinuierlich abnimmt. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass es ein immer grösserer Anteil an Gründungspersonen gibt, die nebenher (oder hauptberuflich) noch angestellt sind. Konkret gehen rund 30 % der neuen Selbständigen einer Nebenbeschäftigung nach, im Durchschnitt im Umfang eines halben Arbeitspensums.

Bei den **Motiven** zum Schritt in die Selbständigkeit stehen intrinsische Faktoren wie Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit und Durchsetzung eigener Ideen klar an der Spitze. Viel weniger wichtig sind die Fortführung der Familientradition, das Erzielen eines höheren Einkommens, Macht oder Prestige. Ebenfalls als sehr wichtig wird die Ausübung einer sinnstiftenden Tätigkeit angegeben. Die Motive zur Selbständigkeit haben sich in den letzten 20 Jahren nur sehr wenig verändert.

Die **neuen Unternehmen** sind klein, bleiben auch klein und wachsen weniger stark als noch vor 10 oder 20 Jahren. Das durchschnittliche Start-up hat bei der Gründung keine und nach 3.5 Jahren auch erst 1-2 Angestellte. Drei Viertel der neuen Selbständigen haben zu Beginn weniger als 50'000 Franken investieren müssen (vor 20 Jahren musste fast die Hälfte bereits beim Start mehr als 50'000 Franken investieren). In den letzten 20 Jahren wurde es – finanziell gesehen – immer einfacher und günstiger, eine Unternehmung zu gründen.

Etwa die Hälfte der neuen Unternehmen ist lokal und regional unterwegs, je rund ein Viertel der Start-ups ist in der ganzen Schweiz respektive international aktiv.

Die beliebteste Rechtsform ist die GmbH, welche damit die Einzelunternehmung an der Spitze abgelöst hat.

Von der ersten Geschäftsidee bis zum Entscheid zur Selbständigkeit vergeht im Durchschnitt etwas über ein Jahr, vom Entscheid bis zur Aufnahme der Geschäftstätigkeit nochmals ein halbes Jahr.

Während der Geschäftstätigkeit tauchen auch immer wieder **Schwierigkeiten** auf. Die meistgenannten Herausforderungen sind die Kundenakquise, die Preisfest- und Durchsetzung und vermehrt auch die Buchhaltung. Ziemlich genau jene drei Themen, bei denen die Gründungspersonen über die geringsten Vorkenntnisse verfügen.

Die wichtigsten **Bezugspersonen** im Aufbau und im Führen des Unternehmens sind Familie, Verwandte und Bekannte und das frühere geschäftliche Umfeld. Staatliche Stellen wie Wirtschaftsförderungen werden von den wenigsten Gründer*innen in Anspruch genommen, weder bei der Vorbereitung der Gründung noch bei auftretenden Schwierigkeiten.

Die **Zufriedenheit** der Gründungspersonen mit der Selbständigkeit ist sehr hoch. Die neuen Selbständigen sehen sich aktuell als sehr erfolgreich. Sie haben eine hohe Zufriedenheit, gute Zukunftsaussichten und sind finanziell gut aufgestellt. Ebenfalls bewerten sie ihre Entwicklungsperspektiven als sehr gut, vor allem in Bezug auf Umsatz und Gewinn.

Die grosse Mehrheit der befragten Jungunternehmer*innen würde die Selbständigkeit nicht für eine ihnen angebotene Stelle aufgeben. Dies, obwohl sie im Durchschnitt etwas weniger verdienen als in einer vergleichbaren Stelle als Angestellter. Die deutlich höhere Zufriedenheit macht diesen Punkt allerdings wieder wett.

2. Einleitung

2.1 Ausgangslage

Unternehmertum ist **volkswirtschaftlich wichtig**. Von neuen Unternehmen erwartet man die Schaffung neuer Arbeitsplätze, insbesondere in Zeiten, wenn viele Grossunternehmen Stellen abbauen. Gleichzeitig tragen sie ihren Anteil zum BIP bei und sind ein Wachstumsmotor.

Für eine reiche Volkswirtschaft wie die Schweiz, die traditionell eher wenig Arbeitslosigkeit hat, sind diese zwei Aspekte jedoch weniger von Bedeutung als in ärmeren Ländern mit deutlich höherer Arbeitslosigkeit. In der Schweiz – und anderen entwickelten Volkswirtschaften – sind Start-ups jedoch der wesentliche Treiber hinter den Innovationen, insbesondere in neuen Technologien und neuen Branchen. Start-ups sind «Agenten des Wandels», initiieren, prägen und beschleunigen den Strukturwandel.

Als wir vor 20 Jahren mit der «Oltner Gründungsbefragung» begonnen haben, gab es noch kaum Daten zu Start-ups, Unternehmensgründungen und den Gründungspersonen in der Schweiz.

Inzwischen führte auch das Bundesamt für Statistik mit der Unternehmensdemographie eine Erhebung zu Start-ups ein (und revidierte die Erhebungsmethodik zwischenzeitlich erheblich, sodass die Entwicklung über einen längeren Zeitraum bisher noch nicht möglich ist).

Ebenfalls einen wertvollen Beitrag zur Datenlage brachte das Global Entrepreneurship Monitor mit Länderberichten zur Schweiz ab 2002.

Zudem gibt es in der Schweiz inzwischen einige Datenbanken mit Start-ups im Sinne von innovativen, skalierbaren, risikofinanzierten, international-orientierten, meist technologieorientierten Gründungen (z.B. Top 100 Startups, Startup.ch oder den Startup Radar).

Keine dieser regelmässigen Erhebungen und Datenbanken enthält jedoch so viele Variablen zu den Gründungspersonen und ihren jungen Unternehmen wie die «Oltner Gründungsbefragung». Aus diesem Grunde haben wir nach 1999 dieselbe Befragung auch 2009 sowie jetzt durchgeführt. Dadurch können wir konsistent aufzeigen, wie sich die Gründungsszene in der Schweiz in den letzten 20 Jahren verändert hat.

2.2 Ziele

Die zentralen Fragestellungen sind:

1. Wer sind die neuen Selbständigen 2020? Dabei wurden die folgenden vier Bereiche analysiert:
 - a. Die Gründungsperson
 - b. Die neuen Unternehmen
 - c. Erfolg der Selbständigkeit
 - d. Entwicklungsperspektiven der Unternehmen
2. Was hat sich in den letzten 10 beziehungsweise 20 Jahren verändert?
 - a. Aufgrund der ähnlichen Erhebungen 1999 und 2019 können Vergleiche über die letzten 20 Jahre gemacht werden, um Entwicklungen aufzuzeigen und daraus Empfehlungen abzuleiten.

Aufgrund der Ergebnisse aus diesem Bericht und weiteren Erkenntnissen aus der Umfrage, werden weitere Berichte veröffentlicht, wie zum Beispiel zu den Erfolgsfaktoren für die neuen Selbständigen und zu Female Entrepreneurship.

2.3 Methodik

Für das Forschungsprojekt «die neuen Selbständigen» wurde eine umfangreiche, schriftliche Befragung unter Personen durchgeführt, welche in den letzten fünf Jahren ein Unternehmen registriert haben. Um eine aussagekräftige Gesamtgrösse zu bekommen, wurde eine grosse Stichprobe von knapp 11'000 Unternehmen ausgewählt. Diesen wurde brieflich und, wo verfügbar, per E-Mail der Link zum Fragebogen zugestellt. Die Umfrage wurde in diesem Jahr nur online durchgeführt, das heisst, jede*r Teilnehmer*in hat via Link oder QR-Code teilgenommen. Die Details zur Methodik sind in Kapitel 5 zu finden.

2.4 Aufbau der Arbeit

In Kapitel 3 wird ein Überblick über die Theorien gegeben und in Kapitel 4 die Zahlen aus bestehenden Studien und Statistiken zum Thema Unternehmensgründung in der Schweiz aufgezeigt.

Kapitel 5 zeigt das methodische Vorgehen der Forschung auf. Die Ergebnisse werden in Kapitel 6 im Detail dargelegt. Dabei werden einerseits die Resultate der diesjährigen Umfrage beschrieben und andererseits ein Vergleich mit den Resultaten von vor 10 beziehungsweise 20 Jahren durchgeführt, um die Entwicklungen aufzuzeigen.

Zum Abschluss werden Empfehlungen für die Praxis und ein Ausblick auf weitere anstehende Studien mit den Forschungsdaten gegeben.

3. Begriffe und theoretischer Bezugsrahmen

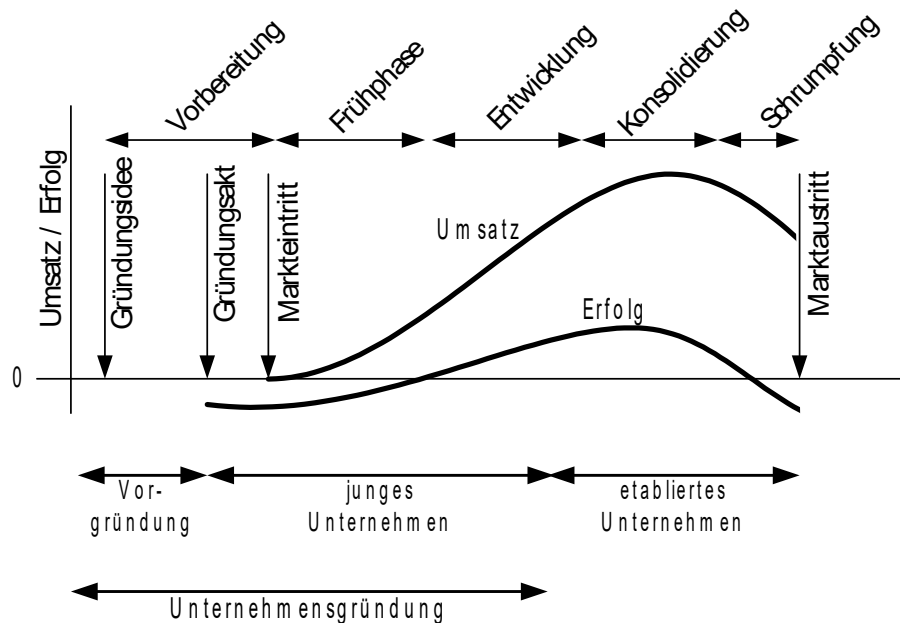
Ganz allgemein wird unter dem Begriff der Unternehmungsgründung die Entstehung (und allenfalls auch Entwicklung) einer neuen Unternehmung verstanden. Im deutschsprachigen Raum stützen sich viele Arbeiten auf die Definition von Szyperski & Nathusius (1977:25), die Unternehmungsgründung als die Schaffung eines «gegenüber seiner Umwelt qualitativ abgegrenzten und vorher in gleicher Struktur nicht existenten Systems» definieren. Bei dieser allgemeinen Definition hört der Konsens freilich bereits wieder auf. Unterschiede gibt es insbesondere in den folgenden Aspekten:

Zeitpunkt oder Zeitspanne?

In der engsten Definition bezieht sich die Unternehmungsgründung nur auf den formal-juristischen Gründungsakt. Dieser enthält im Wesentlichen die Wahl der Rechtsform, die Erfüllung aller formalen Erfordernisse (Eintrag ins Handelsregister, allenfalls eine Betriebsbewilligung).

Berücksichtigt man hingegen eine Zeitspanne – was in der grossen Mehrheit der Studien der Fall ist – muss definiert werden, welche Phasen bzw. Zeitspannen berücksichtigt werden. Dazu hilft eine einfache Abbildung eines Unternehmenslebenszyklus, wie ihn beispielsweise Unterkofler (1989: 37) und Graf et al. (2001: 30) beschrieben haben:

Abb. 1: Unternehmenslebenszyklus in Anlehnung an Unterkofler (1989) und Graf et al. (2001)



Eine wichtige Frage ist, ob die Vorgründungsphase auch mitberücksichtigt wird oder nicht. Der Global Entrepreneurship Monitor berücksichtigt Personen in dieser Phase der Entwicklung ihrer Geschäftsidee explizit in ihrer zentralen Kenngrösse TEA Total Early Entrepreneurial Activities (Global Entrepreneurship Research Association, 2020).

Aus Gründen der Praktikabilität werden die Grenzen zwischen «Jungunternehmen» bzw. «Start-up» und «etablierten Unternehmen» in der Regel in Anzahl Monaten oder Jahren nach der Gründung definiert. Eine oft angewandte Einteilung geht auf Zschau zurück (hier zitiert nach Bollinger et al. 1983:3):

- Start-up-Unternehmen 0-5 Jahre
- sich entwickelnde Unternehmen 6-10 Jahre
- Teenager-Unternehmen 11-20 Jahre
- reife Unternehmen älter als 20 Jahre

Nach dem Schema von Szyperski & Nathusius (1977: 26f.) können Unternehmensgründungen weiter strukturiert werden. Dabei wird einerseits auf Grund der Selbständigkeit nach selbständigen und unselbständigen Unternehmensgründungen unterschieden. Selbständig bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sich die Gründungsperson nach der Unternehmensgründung in einem rechtlich unabhängigen Arbeitsverhältnis in der Gründungseinheit befindet und dass diese Einheit dem Aufbau oder der Sicherung einer selbständigen Existenz dient. Bei unselbständigen Unternehmensgründungen handeln die Gründungspersonen im Auftrag und/oder im Namen ihrer Arbeitgeberschaft. Sie führen die Gründung als ein Teil ihrer Aufgabe in der Muttergesellschaft durch.

Tab. 1: Gründungsformen nach Szyperski/Nathusius (1977)

Neuigkeit \ Selbständigkeit	derivative Gründung	originäre Gründung
unselbständige Gründung	Fusion Umgründung Übernahme	Betriebsgründung (z.B. Zweigniederlassung, Tochterfirma)
selbständige Gründung	Existenzgründung durch Betriebsübernahme	Unternehmens- (neu)gründung

Andererseits können nach dem Grad der Neuigkeit derivative und originäre Unternehmensgründungen unterschieden werden. Während bei der originären Gründung ein völlig neues System – eine zuvor in dieser oder stark verwandter Form nicht existente Unternehmung – geschaffen wird, kann bei der derivativen auf einem bestehenden System aufgebaut werden. Dies ist der Fall, wenn eine bestehende Unternehmung übernommen wird. Oder wenn eine oder mehrere Abteilungen beziehungsweise Teile davon übernommen und in eine neue Unternehmung überführt beziehungsweise integriert werden.

Durch diese Einteilung auf Grund zweier Kriterien mit jeweils zwei Ausprägungsarten ergeben sich vier verschiedene Gründungsformen.

In dieser Arbeit werden ausschliesslich Unternehmens(neu)gründungen berücksichtigt, das heisst originäre und selbständige Gründungen. Nur bei dieser Gründungsform handelt es sich um effektiv neu entstandene Unternehmen, hinter denen Personen stehen, die mit ihrer Unternehmensgründung den Schritt in die eigene berufliche Selbständigkeit wagen.

Die Statistik zur Unternehmensdemographie des Bundesamtes für Statistik definiert «Unternehmensneugründung» ebenfalls nach diesem Ansatz: *«Als Neugründungen werden effektiv - «ex nihilo» - neu entstandene, wirtschaftlich aktive Unternehmen bezeichnet. Eine Neugründung liegt vor, wenn eine neue Kombination von Produktionsfaktoren geschaffen wird und kein anderes Unternehmen daran beteiligt ist. Neugründungen müssen im Berichtsjahr eine marktwirtschaftliche Tätigkeit aufgenommen haben, unabhängig davon, ob sie im Handelsregister eingetragen sind oder nicht und Sozialversicherungsbeiträge für ihr Personal (obligatorische Beiträge für Beschäftigte ab einem Jahreseinkommen von 2300 Franken) oder für sich selber leisten.»* (Bundesamt für Statistik, 2020c)

Beim BfS wie bei der vorliegenden Studie werden folgerichtig sowohl innovative als auch imitative Gründungen berücksichtigt. Dies steht im Unterschied zu verschiedenen Studien, die sich ausschliesslich auf innovative, technologieorientierte Gründungen fokussieren. Stellvertretend dafür sei hier der in der Schweiz bekannte Start-up Radar, welcher sechs Kriterien definiert, was «aus einem Jungunternehmen ein Start-up macht:

- Wissenschafts- und technologiebasierter Ansatz
- Fokus auf Innovation
- Skalierbares Geschäftsmodell
- Ambitionierte Wachstumspläne
- Internationale Absatzmärkte
- Renditeorientierte Investoren» (startupticker.ch, 2020a)

Die in dieser Arbeit vorgenommene Fokussierung auf Unternehmens(neu)gründungen bedeutet auch, dass die Person des Firmengründers, der Firmengründerin – bzw. der Firmengründungspersonen bei Teamgründungen – ins Zentrum des Interesses rückt: Es werden nur Unternehmen betrachtet, hinter denen natürliche Personen stehen, die mit ihrer Unternehmensgründung den Schritt in die Selbständigkeit wagen.

Das Forschungsobjekt Unternehmensgründung wird in dieser Arbeit wie folgt definiert:

Unter den Begriff Unternehmensgründung fallen

- alle Unternehmen, verstanden als produktive Systeme, die für Dritte Güter produzieren oder Dienstleistungen erbringen,
- egal ob innovativ oder imitativ,
- die durch eine originäre, selbständige Gründung entstanden sind (inkl. Franchising und Spin-offs).

In unserem Sample berücksichtigen wir nur Gründungen, welche sich zwischen Juli 2014 und Juni 2019 ins Handelsregister eingetragen haben. Das maximale Alter der Firmen beträgt demnach sechs Jahre, das Mindestalter ein Jahr.

Da der Handelsregistereintrag für kleine Einzelunternehmen mit einem Umsatz von weniger als CHF 100'000 pro Jahr freiwillig ist, wird diese Gruppe in unserer Befragung nicht vollständig erfasst werden können.

4. Neue Unternehmen in der Schweiz

Dieses Kapitel zeigt die wichtigsten Zahlen und Fakten und aktuelle Forschungsprojekte zur Unternehmerszene in der Schweiz auf.

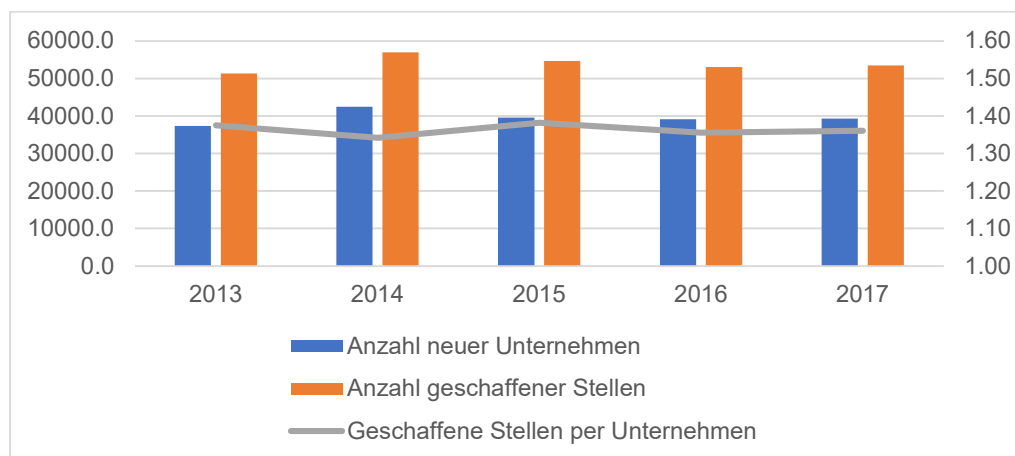
4.1 Unternehmensdemographie

4.1.1 Unternehmensgründungen Bundesamt für Statistik

In der Schweiz wurden 2017 39'303 Unternehmen gegründet, welche total 53480 Stellen geschaffen haben. Insgesamt sind in der Schweiz per Ende 2017 555'626 Unternehmen aktiv. Über die Hälfte aller Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen, nur 22% haben mehr als fünf Angestellte und 6.7% sind sogenannte wachstumsstarke Unternehmen mit mehr als 10 Angestellten und einer Wachstumsrate in der Beschäftigungszahl von mehr als 10%. (Bundesamt für Statistik, 2019b)

Die Neugründungen und Anzahl geschaffener Stellen hat sich über die Erhebungsperiode von 2013 bis 2017 nur geringfügig verändert mit einem Ausreisser im Jahre 2014, als über 40'000 Unternehmen gegründet wurden. Auch hat sich die durchschnittliche Anzahl geschaffener Stellen pro Unternehmen nur zwischen 1.34 und 1.38 Stellen pro Unternehmen bewegt. Die Unternehmen werden sehr klein gegründet. 84% starten alleine und nur 1.6% starten mit mehr als 5 Beschäftigten. Aufgrund einer Umstellung der Berechnungsmethode sind die Daten erst seit 2013 vergleichbar. (Bundesamt für Statistik 2019a)

Abb. 2: Anzahl neuer Unternehmen und geschaffener Stellen 2013-2017 (Bundesamt für Statistik, 2019a)



Die Unternehmen kämpfen dabei stetig um ihr Überleben. Von den 2016 gegründeten waren ein Jahr später noch 83.6% aktiv, während von den 2013 gegründeten vier Jahre später im Jahr 2017 noch 59.3% existieren. (Bundesamt für Statistik, 2019b)

Die grosse Mehrheit der Unternehmen wurde im tertiären Sektor gegründet. 87% der Unternehmen und knapp 85% der geschaffenen Stellen fallen auf den dritten Wirtschaftssektor. Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen mit über 21% und das Gesundheits- und Sozialwesen mit 11.5% sind die beliebtesten Wirtschaftszweige. Der sekundäre Sektor ist allerdings etwas stärker gewachsen mit 8% seit 2013, verglichen mit unter 5% beim tertiären Sektor. Die am stärksten wachsenden Branchen sind Unterrichtswesen mit einer Zunahme von über 25% und Gastgewerbe/Beherbergung mit 19.5%. Abgenommen haben dagegen die Finanz- und Versicherungsdienstleistungen mit 11.5% und Handel/Reparaturen mit 6.7%. (Bundesamt für Statistik, 2019a)

4.1.2 Global Entrepreneurship Monitor

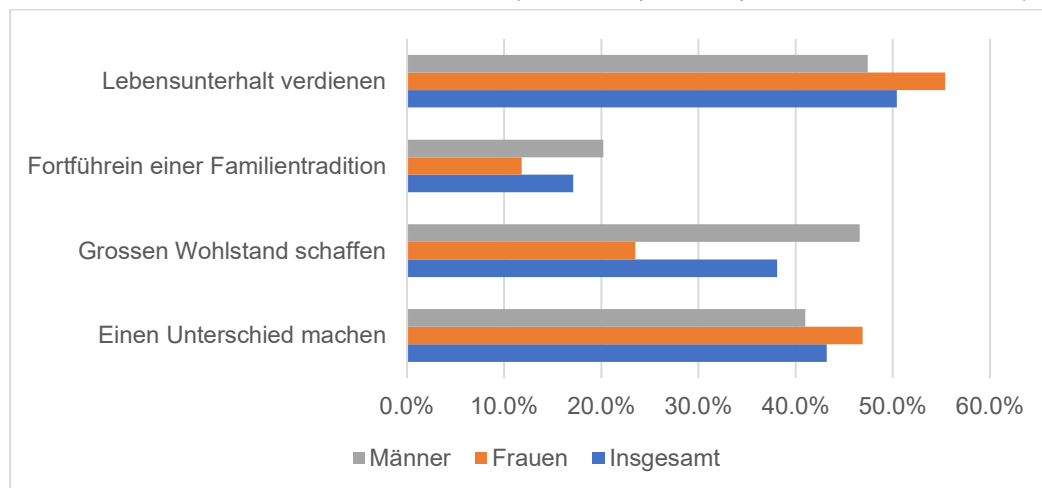
Der Global Entrepreneurship Monitor ist eine jährliche Studie, an der sich seit 1999 jeweils zwischen 40 und 50 Länder beteiligen. Die Studie erfasst verschiedene Faktoren in Bezug auf Entrepreneurship und erlaubt internationale Vergleiche. Neu werden ebenfalls die Rahmenbedingungen für Jungunternehmer*innen in den jeweiligen Ländern beurteilt.

In der Schweiz sind 9.8% der Bevölkerung in Gründung oder haben in den letzten 3,5 Jahren eine Unternehmung gegründet. Das ist eine Steigerung von über 50% über die letzten 10 Jahre. Die Schweiz ist damit im Mittelfeld in Europa und in den Ländern mit hohem Einkommen, höher als Deutschland oder Italien, aber viel niedriger als zum Beispiel die USA oder Kanada. Der Index vergleichbarer Länder liegt bei 12.2%.

Bei Frauen lag die Quote bei 7.3% und bei Männern bei 12.3%. Die Frauenquote an der Gesamtanzahl der Gründer*innen lag damit bei 37%, was knapp unter der Quote von vor 10 Jahren liegt.

GEM hat im letzten Report ebenfalls die Motivation der Gründerinnen und Gründer erfasst. Die Zahlen zeigen, dass der Lebensunterhalt verdienen insgesamt und auch bei Frauen und Männern am wichtigsten sind. Auf zweiter Stufe unterscheiden sich die Geschlechter und die Gründerinnen wollen etwas bewirken und einen Unterschied machen, während die Gründer Wohlstand aufbauen wollen.

Abb. 3: Motivation der Gründer*innen in der Schweiz (Global Entrepreneurship Research Association, 2020)



Im Ranking der Rahmenbedingungen ist die Schweiz die Nummer 1 aller 50 untersuchten Länder. In 11 von 12 Kriterien ist die Schweiz an der Spitze dabei. Der einzige Kritikpunkt sind die internen Marktdynamiken, wo die Schweiz nur auf Rang 44 steht.

Der GEM-Report merkt zur Schweiz noch die folgenden Punkte an:

1. Die Politik hat Anstrengungen unternommen, um Entrepreneurship zu fördern, vor allem intrapreneure Aktivitäten und die Gründung von neuen Start-ups. Als negativ wird die Besteuerung von Investitionen in Start-ups erwähnt, was einige Investoren abschreckt.
2. Die Schweiz soll Entrepreneurship für Frauen weiter fördern und Start-ups in den Sektoren mit mittleren bis niedrigen Technologieanforderungen.
3. Immer mehr Firmen nehmen direkten Bezug auf die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen.

(Global Entrepreneurship Research Association, 2020)

4.2 Entrepreneurship und KMU-Forschung

4.2.1 Entrepreneurship Forschung in der Schweiz

Entrepreneurship ist heute an jeder Universität und Fachhochschule ein wichtiges Thema. Dadurch werden auch verschiedenste Forschungsprojekte durchgeführt. Die grösste Erhebung zum Thema Unternehmertum kommt, wie unter 4.1.1. beschrieben, vom Bundesamt für Statistik. Einen guten Überblick über die Start-up-Szene gibt der jährliche Start-Up Radar des Startupticker (2020a). Dieser basiert auf Daten der Marktforschungsinstitute Crunchbase und Pitchbook und wird in Zusammenarbeit mit HEC Lausanne, der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Lausanne, erstellt. Der Bericht fokussiert sich dabei auf Start-ups und definiert diese mit den folgenden sechs Kriterien, wie bereits in Kapitel 3 erwähnt:

1. «Wissenschafts- und technologiebasierter Ansatz
2. Fokus auf Innovation
3. Skalierbares Geschäftsmodell
4. Ambitionierte Wachstumspläne
5. Internationale Absatzmärkte
6. Renditeorientierte Investoren»

In der Schweiz werden jährlich etwa 300 Start-ups gegründet, was über vergleichbaren Ländern wie Dänemark, Israel oder Schweden liegt. Allerdings ist die Mitarbeiterentwicklung in der Schweiz langsam und es werden vergleichsweise wenig Leute angestellt. Die Studie geht davon aus, dass in der Schweiz aktuell 5000 Start-ups aktiv sind, welche seit 1995 gegründet wurden. (Startupticker.ch, 2020a)

Ein weiterer Report, der unter anderem von Startupticker.ch herausgegeben wird, ist der Swiss Venture Capital Report. Dieser legt die Investitionsaktivitäten in Schweizer Start-ups dar. Im ersten Halbjahr 2020 wurden trotz der Corona-Krise mit 105 Finanzierungsrunden mehr als in den Halbjahren zuvor gemacht. Der gesamte Investitionsbetrag war mit CHF 763 Millionen allerdings rund ein Drittel tiefer als 2019, da es keine Grossinvestitionen von über CHF 100 Millionen gab. (Startupticker.ch, 2020b)

Eine weltweite Studie zur Gründungsneigung von Studierenden wird durch die Hochschule St. Gallen, der Universität Bern und der Hochschule für Wirtschaft Freiburg durchgeführt. Sie erlaubt, einen Vergleich zwischen Studierenden verschiedener Länder und Empfehlungen zu erarbeiten für die zukünftige Förderung von Entrepreneurship unter Schweizer Studierenden. (Sieger et al. 2019a, 2019b)

Die Internationalisierung von Schweizer KMUs schaut die Hochschule für Wirtschaft Fribourg an, welche alle drei Jahre den Swiss International Entrepreneurship Survey veröffentlicht. Dieser analysiert das Verhalten Schweizer KMUs in der Internationalisierung und stellt Trends auf. (Baldegger et al., 2019)

Die Hochschule Luzern hat sich auf das Thema Crowdfunding fokussiert und gibt den jährlichen Crowdfunding Monitor Schweiz heraus. Ein Teil davon beinhaltet auch die Finanzierung von Start-ups und anderen Unternehmen. Ein kleiner Teil wird durch Belohnungs-basiertes Crowdfunding finanziert – knapp 1.6 Millionen im Jahr 2019. Der grosse Teil wird durch Crowdlending generiert, wobei 159.7 Millionen CHF an KMUs geliehen wurde – durchschnittlich 350'000 pro Projekt. Im Bereich Crowdinvesting wurden 32.7 Millionen CHF in total 52 Start-ups investiert. (Dietrich & Amrein, 2020)

Ein wichtiges Ranking in der Unternehmen-Szene ist das Top 100 Start-Up Ranking der Schweiz, welches von Venturelab organisiert wird. In einer jährlichen Award-Verleihung werden dabei die wichtigsten Start-ups der Schweiz ausgezeichnet. (Venturelab, 2020)

Es gibt verschiedenste Verbände und Organisationen, welche die Forschung in der Schweiz unterstützen. Zum Beispiel die schweizerische Innovationsagentur Innosuisse oder die Stiftung Gebert & Rüf, die nicht nur Forschungsprojekte fördert, sondern auch finanzielle Unterstützung für vielversprechende Start-ups aus dem Fachhochschul Umfeld vergibt.

Die Forschung im Bereich Entrepreneurship ist vielfältig. Der Grossteil fokussiert sich dabei auf wachstumsstarke und skalierbare Start-ups und auf bestehende KMU. Die Umfrage zu den neuen

Selbständigen schliesst diese Lücke, indem ein Überblick über alle neu gegründeten Unternehmen in der Schweiz gegeben wird.

4.2.2 Entrepreneurship Forschung an der FHNW

Die Fachhochschule Nordwestschweiz hat die Studie zu den neuen Selbständigen schon 1999 und 2009 durchgeführt und dabei ein detailliertes Bild der Schweizer Gründungslandschaft erstellen können. Dabei wurde neben allgemeinen Berichten auch Berichte zu den Erfolgsfaktoren junger Unternehmen, Frauen-Power unter der Lupe und dem betrieblichen Gesundheitsmanagement veröffentlicht (Meyer, 2009; Meyer & Sidler, 2009, 2010a, 201b; Meyer et al., 2010). Im August 2020 wurde ein weiteres Forschungsprojekt zum Thema «Female Entrepreneurship» abgeschlossen, welche Empfehlungen beinhaltet, um weibliches Unternehmertum in der Schweiz zu fördern (Meyer & Zahno, 2020).

Neben den statistischen Erhebungen ist das Institut für Unternehmensführung auch in verschiedenen Forschungsprojekten mit Praxispartnern tätig. Im Jahr 2020 wurde eine Erfassung der wichtigsten 300 Playern des unternehmerischen Ökosystems durchgeführt, wodurch Lücken für zusätzliche Förderangebote identifiziert werden konnten. Ebenfalls werden im Bereich Geschäftsmodellinnovationen verschiedene Projekte durchgeführt, um Unternehmer*innen innovativer zu machen.

Durch die diesjährige Studie zu den neuen Selbständigen will das Institut ein aktualisiertes Bild der jungen Unternehmen in der Schweiz liefern und seine Position im Forschungsbereich Entrepreneurship stärken.

5. Beschreibung der eigenen Erhebung

Für das vorliegende Forschungsprojekt wurde eine quantitative, schriftliche Befragung mit einer repräsentativen Stichprobe durchgeführt. Dies erlaubt es, ein realistisches Bild der Schweizer Gründerlandschaft zu zeichnen.

5.1 Fragebogen

Als Grundlage der diesjährigen Umfrage diente der Fragebogen des Forschungsprojektes von 2009. Um die Ergebnisse bestmöglich vergleichen zu können, wurden nur geringe Anpassungen vorgenommen. Teilweise um das Verständnis zu erhöhen, teilweise um neuen Entwicklungen, wie zum Beispiel der Digitalisierung, gerecht zu werden.

5.2 Pre-Test

Der Fragebogen wurde mit fünf Unternehmen im Umfeld der Fachhochschule, die den Kriterien entsprechen, getestet und kleinere Anpassungen gemacht. Nach dem Test wurde der Fragebogen auf französisch und italienisch übersetzt.

5.3 Schriftliche Erhebung – Rücklauf

Der Fragebogen wurde im Juni 2020 per Post an insgesamt 10'719 mögliche Jungunternehmer*innen verschickt. Dabei handelt es sich um eine repräsentative Stichprobe aller Neueintragungen im Handelsregister zwischen 1. Juli 2014 und 30. Juni 2019. Es wurden 7613 deutsche, 2404 französische und 702 italienische Briefe verschickt. Die Fragebögen wurden in diesem Jahr zum ersten Mal nicht physisch verschickt. Auf dem Brief war ein QR-Code aufgedruckt und eine gekürzte URL zum Abtippen bei Bedarf. Im August 2020 wurde bei den Unternehmen mit existierender E-Mail-Adresse eine Erinnerung per E-Mail verschickt mit dem Link zum Fragebogen. Insgesamt wurden 2397 E-Mails versendet.

Die Teilnahme war vollkommen anonym möglich. Personen, die an den Resultaten interessiert waren, konnten Ihre E-Mail-Adresse angeben zum Erhalt der veröffentlichten Berichte. Diese wurden für die Analyse jedoch aus der Datenbank genommen und es sind keinerlei Rückschlüsse möglich.

Die Daten basieren auf den Eintragungen ins schweizerische Handelsregister. Daher sind alle Einzelunternehmen mit einem jährlichen Umsatz von weniger als 100'000 Schweizer Franken, die sich nicht freiwillig eintragen, nicht in der Erhebung miteingeschlossen.

Es wurden alle Neueintragungen berücksichtigt und keine Überprüfung gemacht, ob die Unternehmen noch existieren. Dadurch haben wir potentiell auch nicht mehr existierende Unternehmen angeschrieben. Man muss jedoch davon ausgehen, dass diese den Fragebogen entweder nicht mehr bekommen haben oder weniger mitgemacht haben als erfolgreiche Unternehmen.

Knapp 80 % der Antwortenden haben die deutsche Version gewählt, 14 % die französische und 7 % die italienische. Verglichen zu den verschickten Briefen nach Sprache haben weniger Personen den französischen Fragebogen gewählt und mehr den deutschen, während die Anzahl italienischer Antworten der Anzahl der Briefe entspricht. Damit war entweder der Nettorücklauf in der Westschweiz geringer oder mehr französischsprachige Personen haben ebenfalls den deutschen Fragebogen verwendet.

Tab. 2: Übersicht Rücklauf «Die neuen Selbständigen 2020»

Verschickt: 10719							
Nicht zustellbar:	Keine Antwort:	Umfrage geöffnet ohne zu starten	Absprung nach der Sprach- frage	Antworten			
869	9065	158	144	483			
				Aktiv, zwischen 2014 und 2019 gegründet	Tochterge- sellschaft/ Zweigstelle	Aktiv, vor 2014 gegründet	Nicht aktiv
				388	14	69	12

Damit haben 4.5 % der angefragten Unternehmen eine Antwort eingeschickt, was einem normalen Durchschnitt entspricht bei heutigen Massenbefragungen. Die mittlere Bearbeitungszeit der Umfrage betrug 21 Minuten.

Die antwortenden Unternehmen können in folgende Kategorien eingeteilt werden:

1. 12 Unternehmen sind nicht aktiv. Entweder sind diese noch nicht oder nicht mehr aktiv. Möglicherweise sind sie auch nicht mehr im Handelsregister eingetragen. Aufgrund der Anonymisierung können wir dies nicht überprüfen.
2. 14 Unternehmen sind Tochtergesellschaften oder Zweigstellen von schon länger existierenden Unternehmen.
3. 69 Unternehmen wurden vor 2014 gegründet. Sie haben einen gekürzten Fragebogen ausgefüllt. Diese Resultate werden wir in weiteren Berichten für Vergleichszwecke verwenden.
4. 388 Unternehmen sind aktiv und wurden im Erhebungszeitraum zwischen 2014 und 2019 gegründet. Da die Anzahl der Pflichtfragen absichtlich niedrig gewählt wurde, variiert die Anzahl tatsächlicher Antworten pro Frage.

5.4 Statistische Auswertung

Die 388 Antworten von Unternehmer*innen, die zwischen 2014 und 2019 gegründet wurden, sind mit Hilfe der Statistik-Software SPSS statistisch ausgewertet worden. Die Ergebnisse werden im nächsten Kapitel 6 dargestellt und beschrieben.

6. Ergebnisse: Wer sind die neuen Selbständigen?

Dieses Kapitel zeigt die Ergebnisse der 388 Unternehmen auf, die zwischen 2014 und 2019 gegründet wurden und an der Umfrage zumindest teilweise mitgemacht haben. Die Ergebnisse sind statistisch ausgewertet worden und mit Abbildungen und Beschreibungen dargestellt.

6.1 Die Gründungspersonen

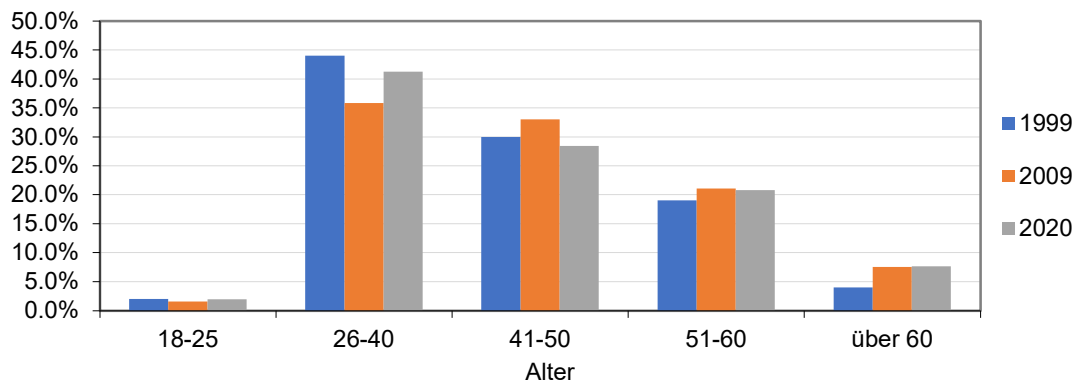
6.1.1 Demografische Daten

- Alter

Das Bild der Jungunternehmen als – wie es der Name bereits suggeriert – junge Personen im Alter von 20 bis 30 Jahren, ist immer noch weit verbreitet. Das «Jung» im Namen Jungunternehmen bezieht sich jedoch nur auf das Alter des Unternehmens, nicht jedoch der Gründungsperson. Denn das Durchschnittsalter der Gründungspersonen in der Schweiz ist seit 20 Jahren recht konstant um die 40 Jahre.

Die Gründer*innen heute sind bei der aktuellen Befragung durchschnittlich 43.89 Jahre alt. Da die Unternehmen im Schnitt 3.5 Jahre alt waren, gründen die neuen Selbständigen im Schnitt mit 40.39 Jahren. Dies ist leicht jünger als noch 2009, als der Durchschnitt bei 41 Jahren lag.

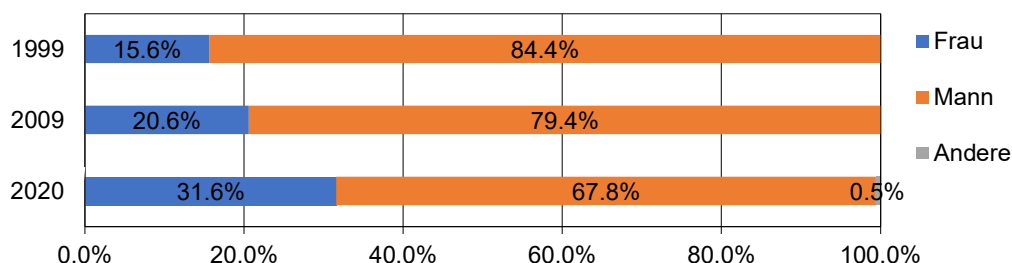
Abb. 4: Altersstruktur der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020



- Geschlecht

Lag der Frauenanteil bei den Gründungspersonen in der Schweiz vor 20 Jahren noch bei sehr bescheidenen 15.6 %, hat er sich inzwischen verdoppelt. Bei der aktuellen Befragung betrug der Anteil der Frauen an den Jungunternehmer*innen 31.6%.

Abb. 5: Geschlechterstruktur 1999, 2009 und 2020



- Partnerschaft

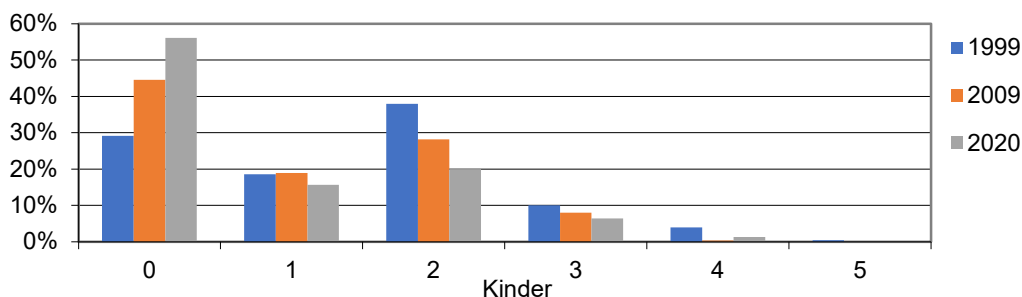
Rund 82% der Gründer*innen leben in einer festen Partnerschaft, was leicht weniger ist als 2009. Damals war dieser Wert bei 87 %.

- Anzahl Kinder

Der Anteil der Unternehmer*innen ohne oder nur mit erwachsenen Kindern ausserhalb des Haushaltes ist in den letzten 20 Jahren von knapp unter 30 % auf über 50 % gestiegen. Ebenfalls ist die Anzahl der Gründer*innen mit Kindern weiter gesunken.

Zwar ist in der Schweiz in den letzten 20 Jahren der Anteil der kinderlosen Personen leicht gestiegen. Der hier zu beobachtende Anstieg bei den Gründungspersonen ist jedoch viel ausgeprägter: Gründungspersonen rekrutieren sich in der Schweiz demnach immer mehr aus den Kinderlosen. Dieser Trend ist in Übereinstimmung mit den Hauptmotiven der Gründungspersonen (Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit, eigene Ideen verwirklichen, siehe später).

Abb. 6: Anzahl Kinder der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020



- Nationalität

Die Gründerszene in der Schweiz wurde in den letzten 10 Jahren internationaler. Der Anteil der Schweizer*innen ist um knapp 10% gesunken, während die Anzahl der Gründer*innen mit Niederlassungsbewilligungen stark angestiegen ist.

Tab. 3: Nationalität der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020

	1999	2009	2020
Schweizer / Schweizerin	90.6	89.6	81.1
Niederlassungsbewilligung B	1.0	3.4	3.9
Niederlassungsbewilligung C	7.9	6.1	13.0
Anderes	0.5	.9	2.1

In diesem Jahr wurde zum ersten Mal auch der Migrationshintergrund abgefragt, welcher ein ähnliches Bild zeigt wie die Frage zur Nationalität. Rund 22.8 % haben einen Migrationshintergrund, das heisst, sie sind selbst teilweise im Ausland aufgewachsen oder haben Eltern, die migriert sind.

6.1.2 Wissen und Erfahrungen

- Ausbildungsstand

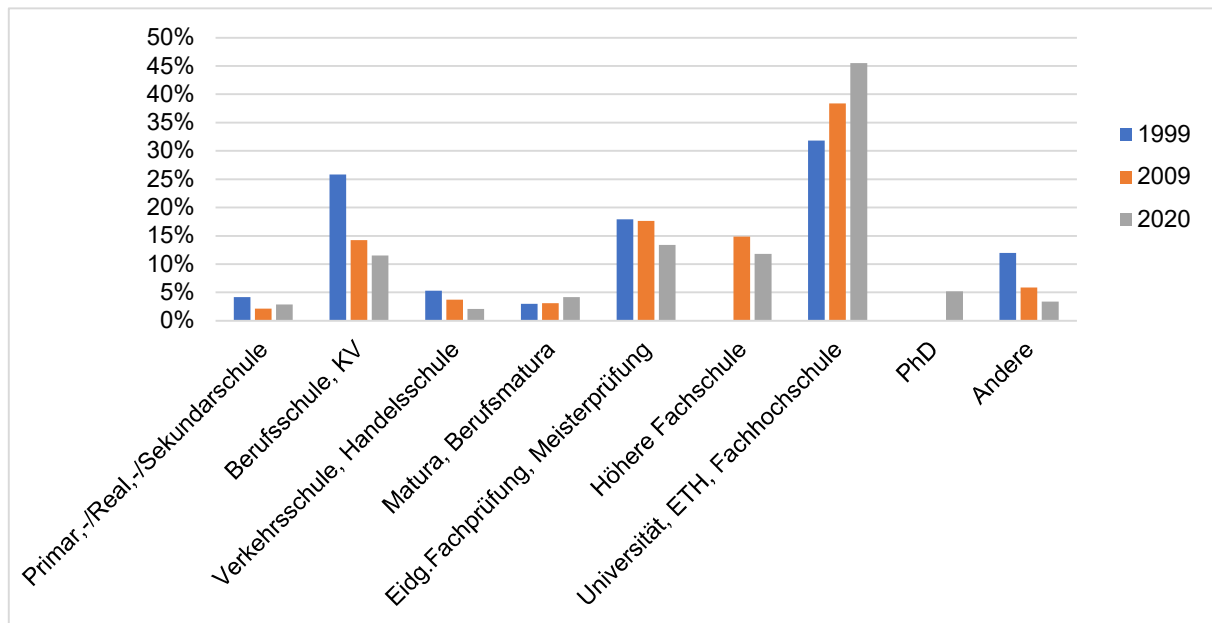
Der Trend zu vermehrten akademischen Abschlüssen setzt sich in der Schweiz seit Jahrzehnten fort und wurde mit der Gründung der neuen Fachhochschulen vor gut 20 Jahren nochmals stark beschleunigt. Die Anzahl der Bachelor-Abschlüsse an Schweizer Fachhochschulen hat sich von 2005 mit 684 bis 2019 mit 17'481 vervielfacht (Bundesamt für Statistik, 2020a). Die Abschlüsse an Universitäten haben in der gleichen Zeitspanne ebenfalls zugenommen (Bundesamt für Statistik, 2020b).

Der Anstieg der Gründer*innen mit einem akademischen Abschluss hat sich in den letzten 20 Jahren jedoch nochmals verstärkt. Bei der aktuellen Befragung hatten über 50 % der Gründungspersonen einen Abschluss von einer Fachhochschule oder Universität (davon 5 % mit Dokortitel, welche erstmals separat erfasst wurden).

Es zeigt sich, dass die unternehmerische Selbständigkeit unter den sehr gut ausgebildeten Personen weiterhin überdurchschnittlich an Bedeutung gewinnt. Diese Personen hätten auch beste Chancen auf

dem Arbeitsmarkt, entscheiden sich jedoch bewusst für den riskanteren Weg der Selbständigkeit. Unterstützt werden sie von einem immer besser ausgebauten unternehmerischen Ökosystem, bei dem die Hochschulen inzwischen einen zentralen Bestandteil bilden. Praktisch jede Schweizer Hochschule fördert unternehmerisch tätige Studierenden mit curricularen und aussercurricularen Angeboten wie Kursen, Coaching, Wettbewerben und/oder Netzwerkanlässen. Daneben sind auch die Innosuisse und viele Wettbewerbe und Stiftungen gezielt auf die Förderung von Gründungspersonen mit einer Anbindung an eine Hochschule aktiv.

Abb. 7: Ausbildungsstand der Gründer*innen in Prozent 1999, 2009 und 2020



- Berufs- und Managementenerfahrung

Die neuen Selbständigen haben mehr Berufserfahrung als noch in den letzten Erhebungen. Im Schnitt haben sie schon über 22 Jahre gearbeitet, davon knapp 13 Jahre im Tätigkeitsbereich des eigenen Unternehmens – Zahlen, welche mit dem Durchschnittsalter der Gründer*innen zusammenpassen.

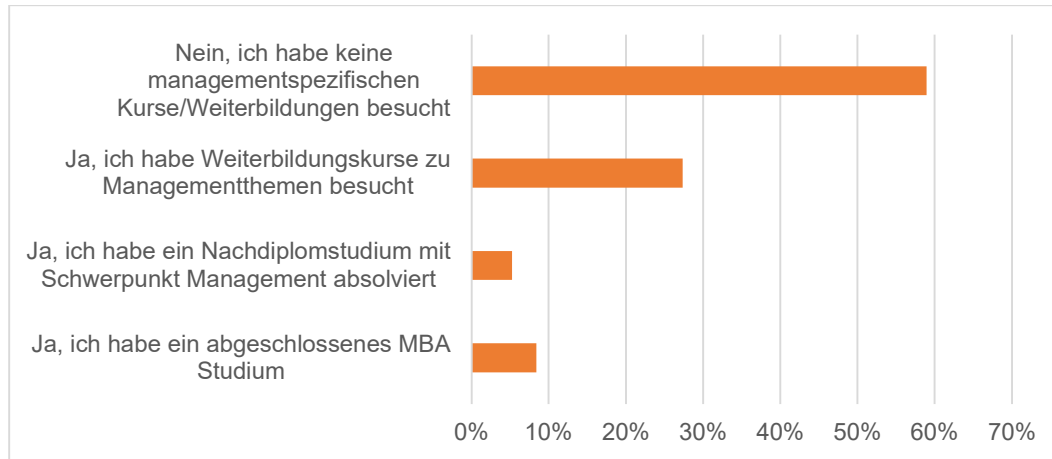
Da sich das Durchschnittsalter der Gründungspersonen nicht wesentlich erhöht hat und sich gleichzeitig der Anteil der Gründungspersonen mit einem Hochschulabschluss erhöht hat, gibt es dafür für uns nur eine sinnvolle Erklärung: Gründungspersonen sammeln bereits während ihres Studiums wertvolle Berufserfahrung, sei es als Praktikant*in, Freelancer oder im Rahmen eines Teilpensums.

Tab. 4: Berufserfahrung der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020

	1999	2009	2020
Anzahl Jahre Berufserfahrung	17.7	18.6	22.3
Davon im heutigen Tätigkeitsfeld	10.6	10.3	12.8

Erstmals haben wir bei der aktuellen Befragung auch gezielt nach Management-Weiterbildungen gefragt: Knapp 60 % haben keine managementspezifische Weiterbildung absolviert. Kürzere Weiterbildungskurse wurden von fast 30 % besucht, ein längeres Studium im Bereich Management haben jeweils weniger als 10 %.

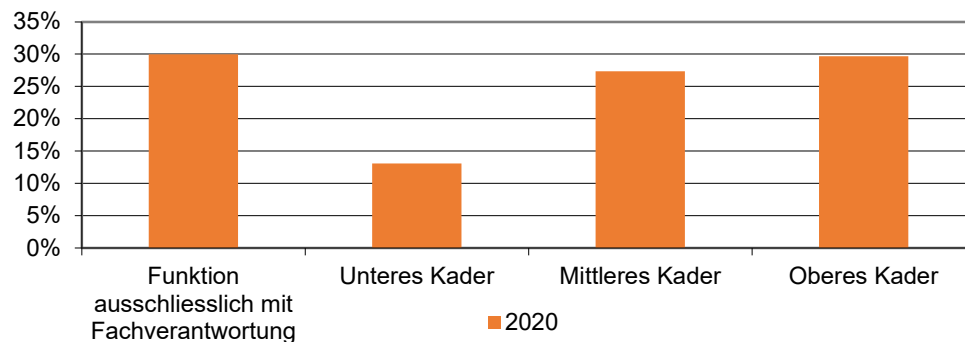
Abb. 8: Managementausbildungen der Gründer*innen 2020



- Funktionsstufe und Branche vor der Selbständigkeit

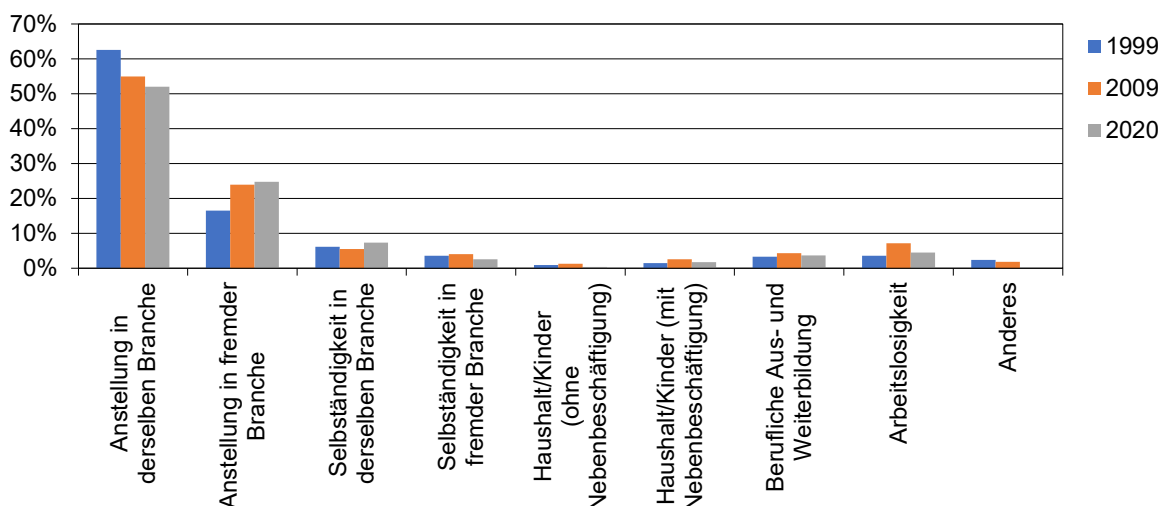
Neben viel Berufserfahrung haben die neuen Selbständigen auch häufig schon Managementpositionen belegt. So waren über 70 % der Gründungspersonen vor dem Schritt in die Selbständigkeit in einer Kaderposition beschäftigt, wovon 30 % zum oberen Kader gehörten. Diese Zahlen sind vergleichbar mit den Zahlen vor 10 Jahren, als 72 % einem Kader angehörten.

Abb. 9: Funktionsstufe der Gründer*innen vor der Gründung 2020



Im Jahr direkt vor der Selbständigkeit, war die Hälfte der Gründer*innen in derselben Branche aktiv. Leicht gestiegen im Vergleich zu den vorherigen Studien ist die Anzahl an Selbständigen in der gleichen Branche und Anstellungen in fremden Branchen. Serielle Gründer*innen, Personen, die bereits vor der aktuellen Selbständigkeit unternehmerisch selbständig waren, gibt es aber weiterhin relativ wenig (weniger als 10 %).

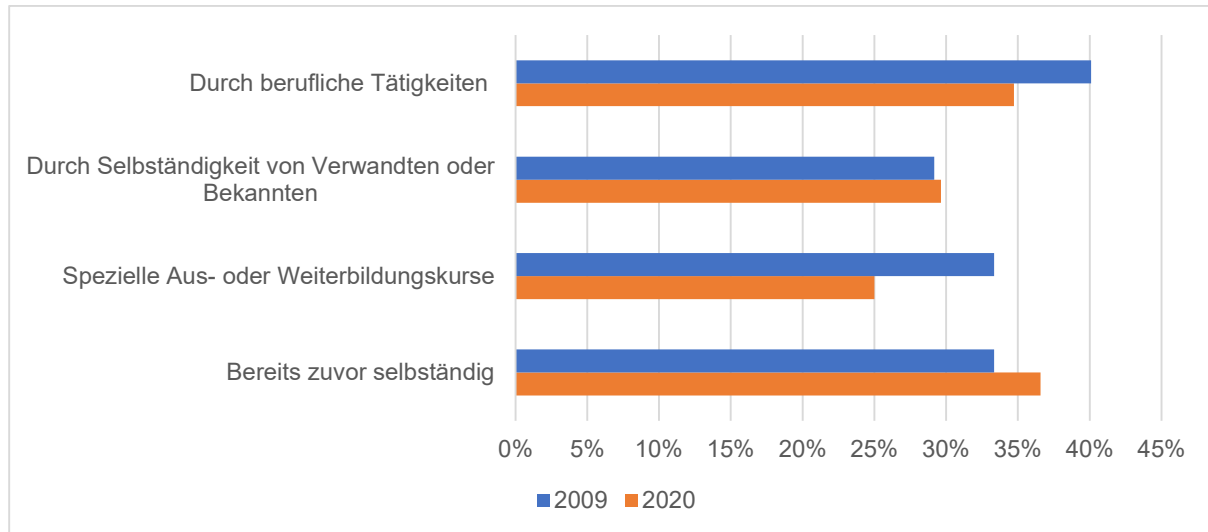
Abb. 10: Tätigkeit vor der Selbständigkeit 1999, 2009 und 2020



- Wissen über die Selbständigkeit

Zwei Drittel der neuen Selbständigen haben bei der Gründung bereits Vorwissen über Unternehmensgründungen. Dies ist ein leicht höherer Anteil als in den letzten zwei Befragungen, als der Anteil bei rund 60 % (2009), respektive 57 % (1999) lag. Von den Personen mit Vorwissen hat sich der Anteil derer, welche bereits zuvor selbständig waren, leicht erhöht, während etwas weniger Leute spezifische Aus- oder Weiterbildungen gemacht haben.

Abb. 11: Wissen über die Selbständigkeit vor der Gründung 2009 und 2020



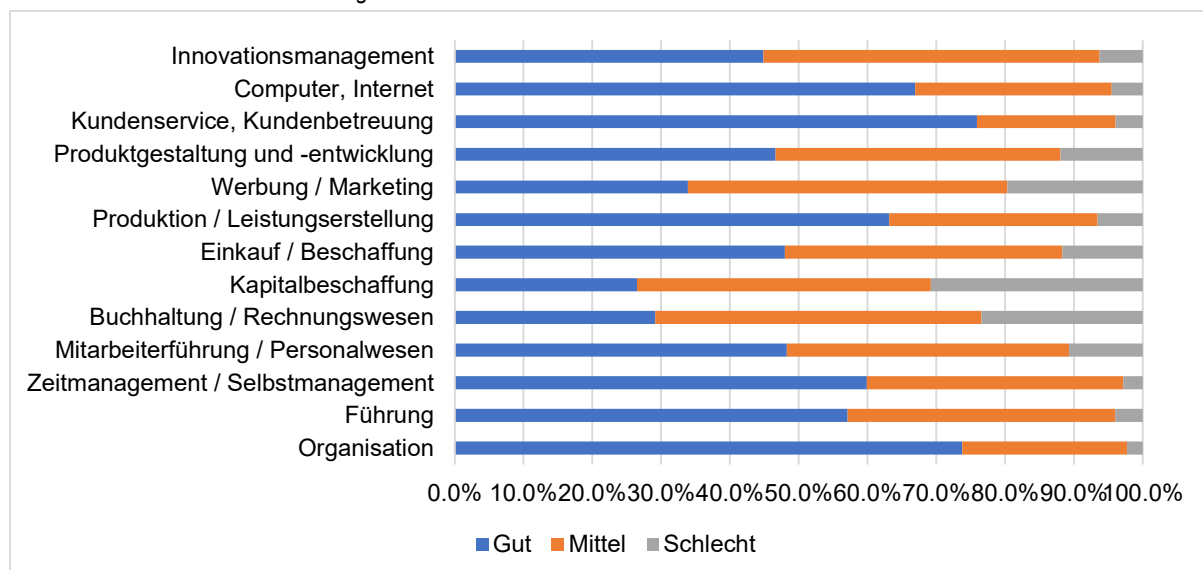
- Know-How bei der Gründung

Die Gründer*innen sind gut vorbereitet auf die Selbständigkeit und haben gute Vorkenntnisse in den verschiedenen Bereichen der Unternehmensführung. Am stärksten schätzen sich die Unternehmer*innen im Bereich Kundenservice mit 75.9 % gutem Know-How (2009: 76 %, 1999: 82 %) und Organisation mit 73.8 % (2009: 68 %, 1999: 68 %) ein.

Die Problembereiche sind Kapitalbeschaffung mit 26.5 % gutem Know-How (2009: 29 %, 1999: 31 %), Buchhaltung mit 29.1 % (2009: 31 %, 1999: 35 %) und Werbung/ Marketing mit 33.9 % (2009: 37 %, 1999: 34 %).

Die stärksten und schwächsten Bereiche sind in den letzten Jahren gleich geblieben, allerdings ist der Anteil an Personen mit schlechtem Know-How leicht gestiegen.

Abb. 12: Know-How bei der Gründung in % 2020



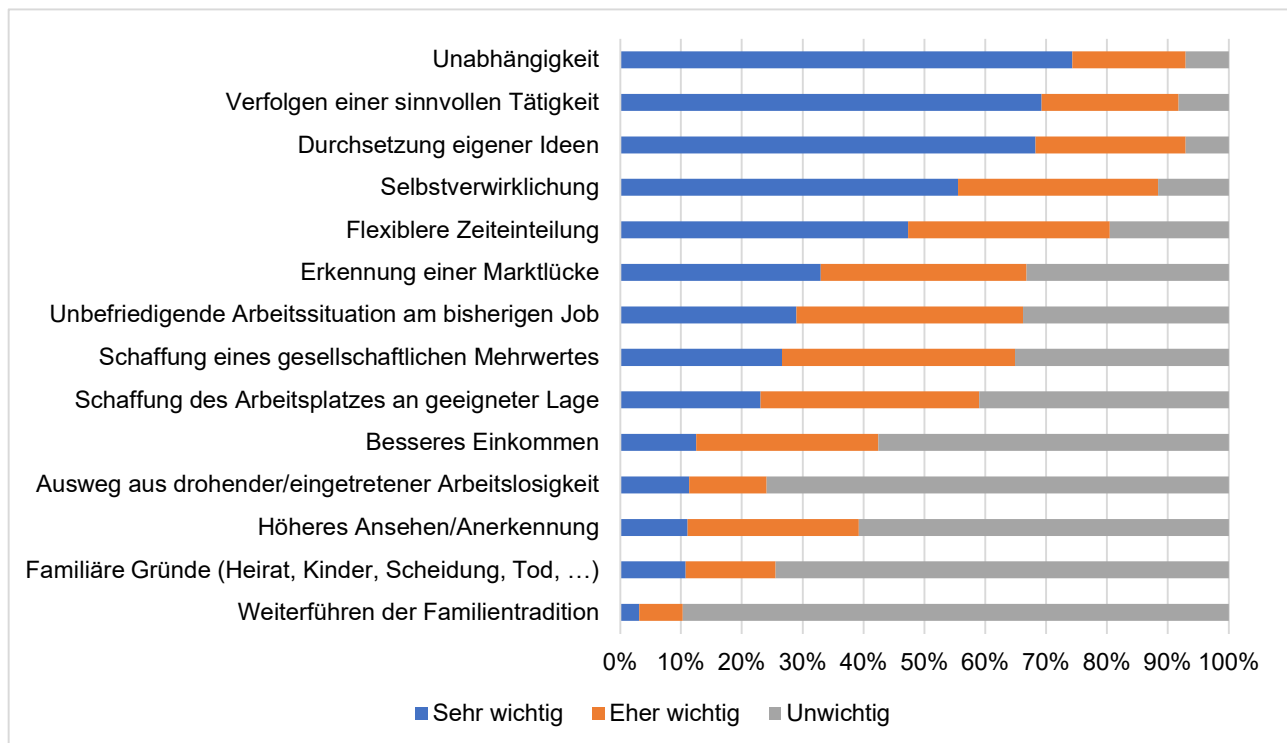
6.1.3 Motive

Die Reihenfolge der wichtigsten Motive für die neuen Selbständigen sind in den letzten 20 Jahren gleich geblieben, haben sich allerdings verstärkt.

Erstmals in die Liste der Motive aufgenommen haben wir das «Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit». Dieser Motivator hat es auf Anhieb auf die zweitwichtigste Stelle geschafft.

Einzig der Ausweg aus (drohender) Arbeitslosigkeit hat sich reduziert von knapp 20 % auf 11 % heute (dies hängt auch mit der relativ guten Konjunkturlage während den berücksichtigten Gründungsjahren von 2014-2019 zusammen). Interessant ist, dass Geld und höheres Ansehen für Gründungspersonen in der Schweiz eine sehr kleine Rolle spielen. Vielmehr stehen intrinsische, persönliche Motive wie Unabhängigkeit und Durchsetzung eigener Ideen im Vordergrund.

Abb. 13: Motive für die Selbständigkeit 2020



6.2 Die neuen Unternehmen

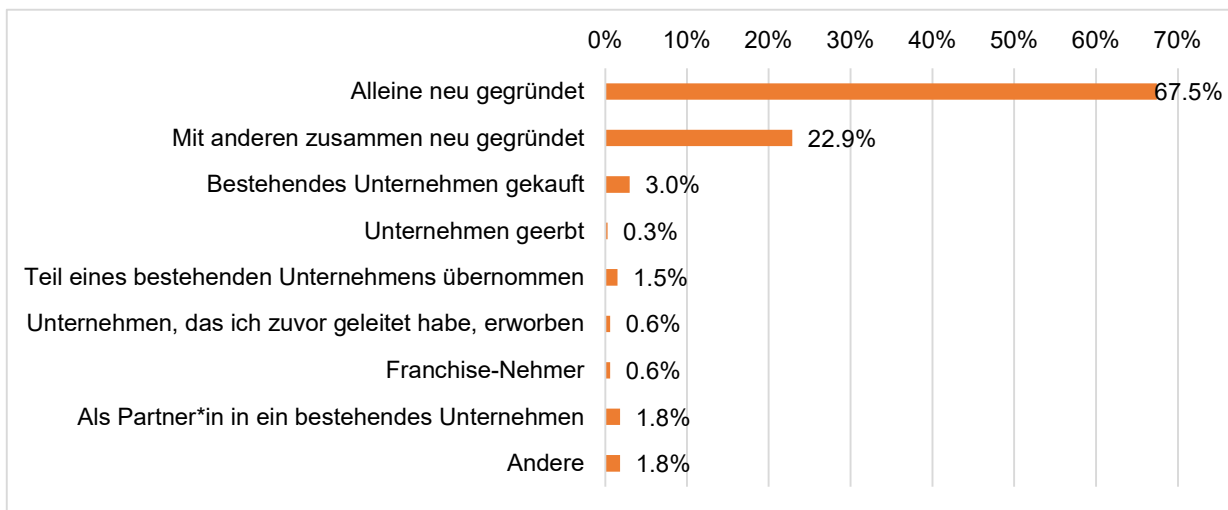
6.2.1 Demographie der Unternehmensgründungen

- Wege in die Selbständigkeit

Der grosse Teil der neuen Selbständigen hat ein neues Unternehmen «auf der grünen Wiese» gegründet, sei es allein oder mit anderen zusammen. Die kombinierten 90 % sind eine klare Steigerung gegenüber den letzten zwei Erhebungen (2009: 85.1 %, 1999: 72.6 %).

Dafür ist der Anteil der Übernahmen von bestehenden Unternehmen stark gesunken von 10 % 1999 über 6 % 2009 zu 3 % heute. Ebenfalls haben Erbschaften und Management-Buy-Out stark an Wichtigkeit verloren.

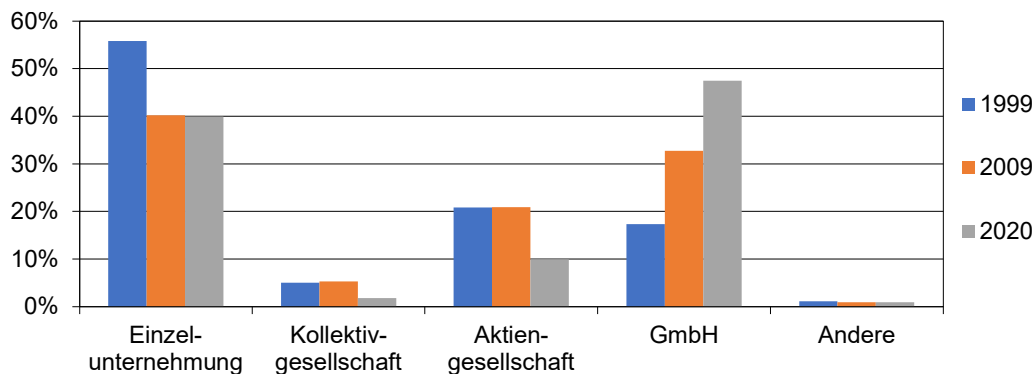
Abb. 14: Weg in die Selbständigkeit 2020



- Rechtsform bei der Gründung

Bei der Wahl der Rechtsform hat sich eine deutliche Verschiebung gezeigt. Die GmbH hat die Einzelunternehmung als beliebteste Rechtsform bei der Gründung abgelöst. Rund 47 % haben ihr Unternehmen als GmbH gegründet. Die Aktiengesellschaft wurde nur noch von halb so viel Personen gewählt, während die Einzelunternehmung bei 40 % stagnierte.

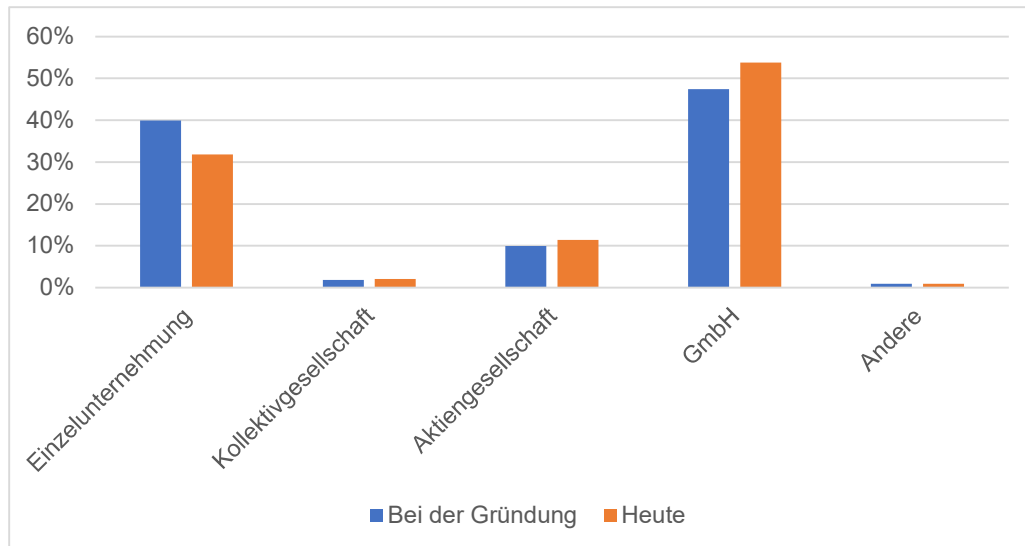
Abb. 15: Rechtsform bei der Gründung 1999, 2009 und 2020



- Änderung der Rechtsform im Vergleich zum Zeitpunkt der Gründung

Schaut man sich die Veränderung seit der Gründung an, kann ebenfalls ein Trend zur GmbH festgestellt werden. Rund 8 % der Firmen haben ihre Rechtsform geändert, wobei fast alle von einer Einzelunternehmung in eine andere Rechtsform gewechselt haben. Die Einzelunternehmung verliert dabei rund acht Prozentpunkte, während die GmbH auf über 50 % kommt und auch einige Firmen in Aktiengesellschaften umgewandelt werden.

Abb. 16: Rechtsform Ende 2019 der neuen Unternehmen

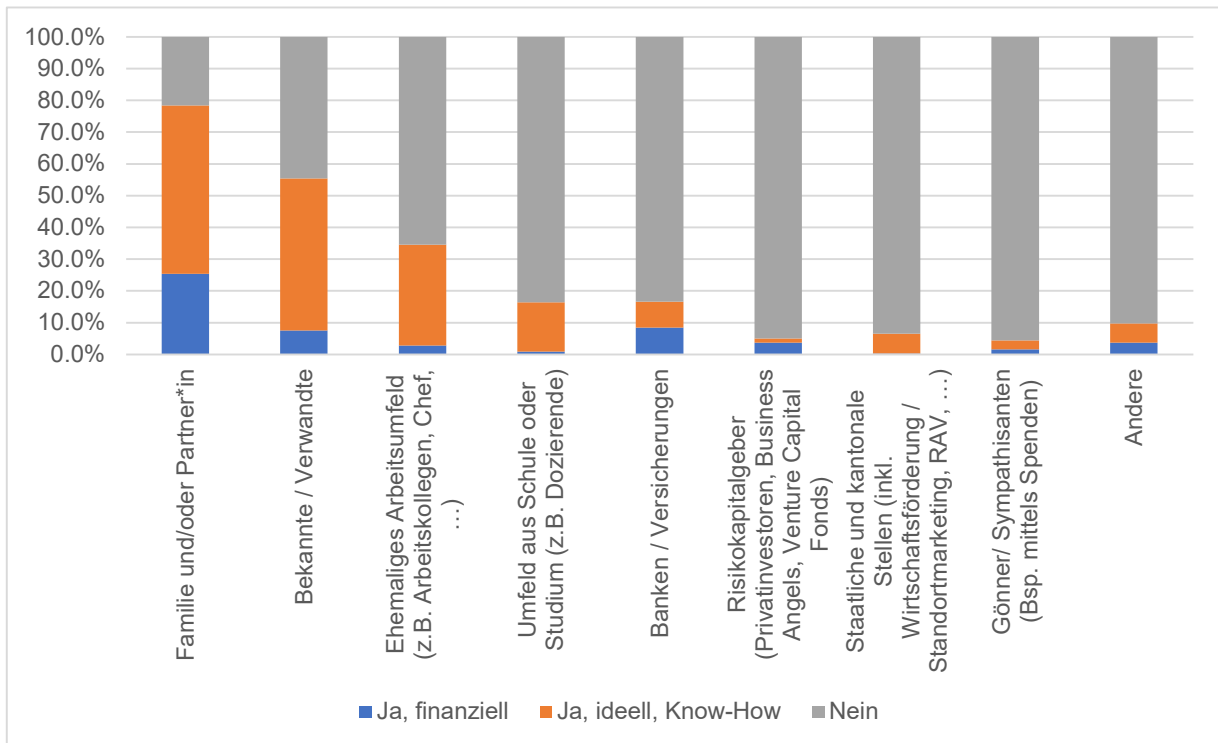


6.2.2 Unterstützung und Vorbereitung bei der Gründung

- Unterstützung durch Anspruchsgruppen

Die neuen Selbständigen haben vor allem Unterstützung durch nahestehende Anspruchsgruppen in Anspruch genommen: Bei der finanziellen Unterstützung werden die Familie, Banken und die Risikokapitalgeber am meisten genannt. Die ideelle Unterstützung («Rat und Tat») kommt ebenfalls am meisten von der Familie, gefolgt von Verwandten und Bekannten und dem Arbeitsumfeld. Staatliche Stellen haben nur bei 6 % der Befragten eine unterstützende Rolle gespielt. Dies ist ein leicht tieferer Wert als vor 10 Jahren (2009: 8%), wobei vor allem die Unterstützung bei Finanzierungen heute inexistent ist.

Abb. 17: Unterstützung durch Anspruchsgruppen 2020



- Gründerzentren

Gründerzentren werden von immer mehr Unternehmen genutzt und gewinnen an Bedeutung im unternehmerischen Ökosystem der Schweiz. Insgesamt sind diese aber noch zu wenig bekannt oder bieten nicht das Angebot für die grosse Masse. 86 % der neuen Selbständigen haben von Gründerzentren oder Co-Working-Spaces keine Dienstleistungen in Anspruch genommen. Immerhin 11 % haben von Beratungs- oder beratungsähnlichen Dienstleistungen profitiert. 7 % haben an Veranstaltungen oder Aktivitäten teilgenommen und nur 3 % einen Arbeitsplatz gemietet (oder kostenlos erhalten).

- Zeit vom Entscheid bis zur Selbständigkeit

Die Zeit von der Idee bis zur Selbständigkeit ist wieder etwas länger geworden. Im Schnitt werden heute 12.4 Monate benötigt von der Idee bis zum Entscheid sich selbständig zu machen, was leicht mehr ist als 2009. Vom Entscheid bis zur Aufnahme der Selbständigkeit vergehen im Schnitt 6.4 Monate, was ebenfalls mehr ist als 2009. Das heisst, die neuen Selbständigen sind unsicherer in ihrer Entscheidung und benötigen eine längere Entscheidungszeit.

Tab. 5: Anzahl Monate zwischen Idee und Entscheid zur Selbständigkeit und Entscheid bis zur Geschäftsaufnahme

In Monaten	2020			2009	1999
	Minimum	Maximum	Mittelwert	Mittelwert	Mittelwert
Von der Idee zum Entscheid	0	252	12.4	11	13.4
Vom Entscheid zur Selbständigkeit	0	180	6.4	5	5.2

- Mit welchen Themen haben sich die Gründer in der Vorbereitung beschäftigt?

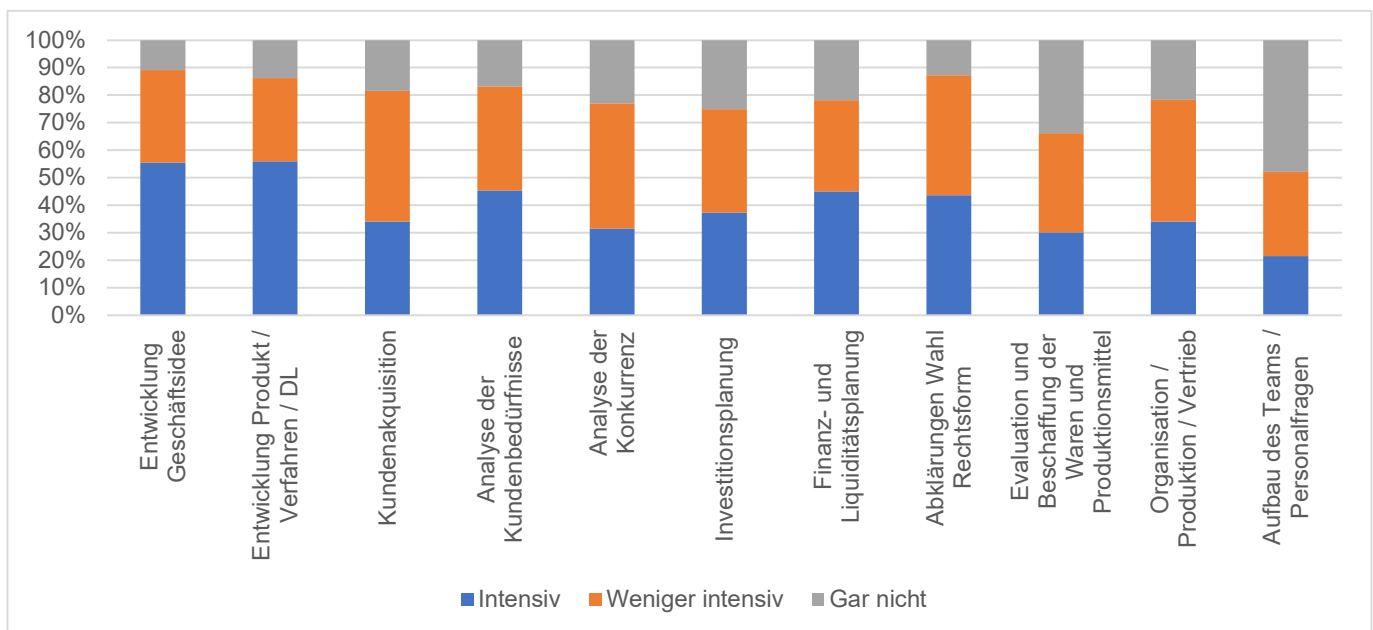
Wichtig für jedes Unternehmen ist eine seriöse Vorbereitung, von der Entwicklung einer Geschäftsidee, über die Analyse der Konkurrenz bis zum Aufbau eines guten Teams. Insgesamt haben sich die neuen Selbständigen weniger intensiv auf die Gründung vorbereitet als bei unserer letzten Erhebung. Zusammengefasst haben sich 2009 knapp 43 % intensiv mit den verschiedenen Themen beschäftigt und nur 19 % gar nicht.

In der diesjährigen Umfrage haben sich noch 39 % intensiv beschäftigt und rund 22 % gar nicht. Am stärksten zurückgegangen ist die intensive Beschäftigung mit der Geschäftsidee. Nur noch 55 % (2009: 64 %, 1999: 62 %) haben sich intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt.

Die Entwicklung des Produktes/Verfahrens/der Dienstleistung ist nun die wichtigste Vorbereitungsaufgabe. Für knapp 56 % der Gründer*innen war dies ein zentrales Thema (2009: 55 %, 1999: 55 %). Stark gesunken ist auch die Wichtigkeit der Kundenakquisition auf 34 % (2009: 42 %, 1999: 47 %), die Analyse der Kundenbedürfnisse auf 45 % (2009: 52 %, 1999: 43 %) und Fragen der Organisation, der Produktion und des Vertriebes auf 34 % (2009: 40 %, 1999: 34 %).

Wichtiger geworden ist dagegen die Analyse der Konkurrenz, welche für 31% wichtig sind (2009: 27.4 %, 1999: 29 %), auch wenn es immer noch interessant zu sehen ist, dass sich nur ein Drittel intensiv mit der Konkurrenz beschäftigt. Am wenigsten intensiv haben sich die Selbständigen mit dem Aufbau des Teams und Personalfragen beschäftigt. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass die meisten Betriebe als Ein-Personen-Betrieb gegründet werden und die meisten Unternehmen auch klein bleiben.

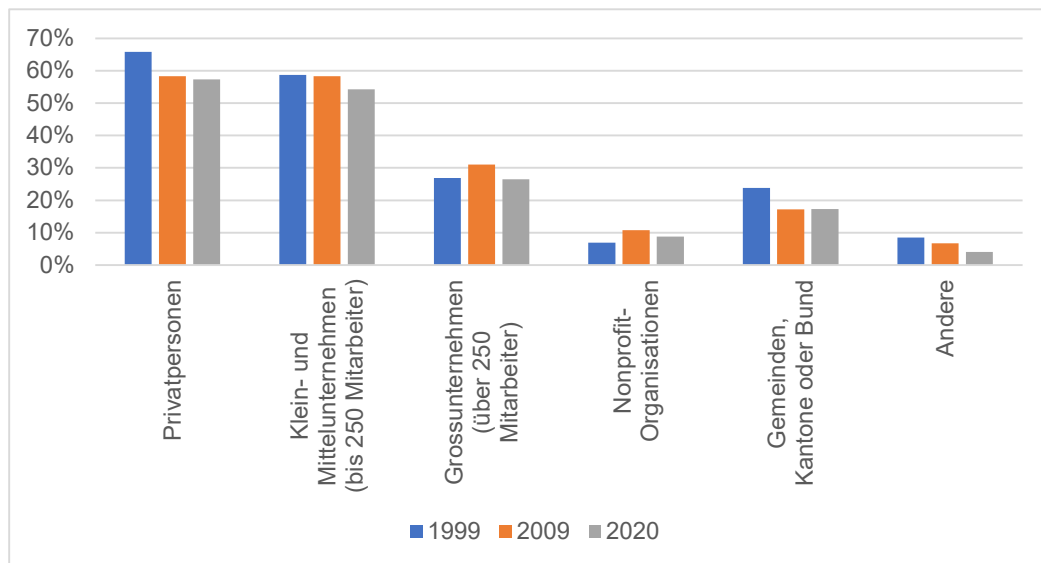
Abb. 18: Mit welchen Themen sich Gründer*innen in der Vorbereitung beschäftigt haben 2020



- Wer sind die Kunden?

Ebenfalls ein interessanter Punkt ist, wer die hauptsächlichen Kund*innen der Unternehmen sind. Hier hat sich im Vergleich zum Vorjahr nur wenig verändert. Privatpersonen und KMU sind immer noch die wichtigsten Kundengruppen, wobei KMU ein wenig eingebüsst haben. Der Grossteil der Unternehmen hat ein bis zwei Kundengruppen.

Abb. 19: Aufteilung der Kundengruppen in % 1999, 2009 und 2020

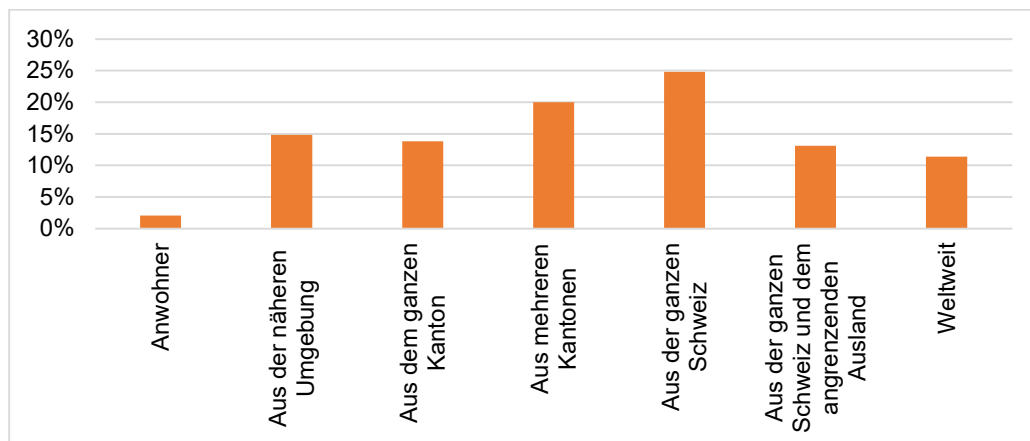


- Räumliche Ausdehnung des Marktes

Die neuen Selbständigen sind zunehmend im ganzen Land tätig. Der Anteil der Unternehmen, die in der ganzen Schweiz Kunden haben, ist stark gestiegen auf knapp ein Viertel (2009: 16.7 %, 1999: 18.7 %), während die Anzahl der Unternehmen, die nur regional, kantonal oder lokal tätig sind, leicht gesunken ist.

Rund ein Viertel der neuen Selbständigen ist bereits international tätig, davon 13 % im angrenzenden Ausland und über 11 % weltweit. Dies ist ein etwas geringerer Anteil als in den letzten zwei Befragungen (2009: 28.5 %, 1999, 24.7 %).

Abb. 20: Räumliche Ausdehnung des Marktes 2020

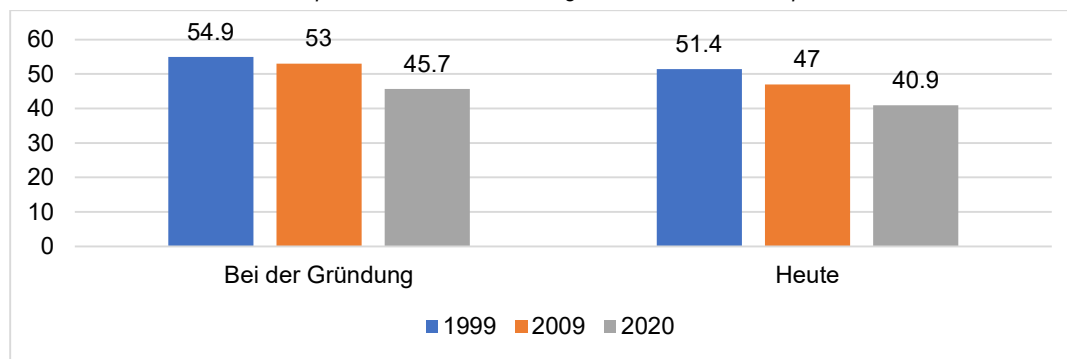


6.2.3 Arbeitszeit, Angestellte und Kapital

- Arbeitszeit der Gründungspersonen

Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit ist in den letzten 20 Jahren stark gesunken. Heute liegt sie bei der Gründung noch bei 45.7 Stunden, während sie in den letzten beiden Umfragen noch bei über 50 Stunden lag. Auch heute arbeiten die Unternehmer*innen im Durchschnitt weniger. Mit 40.9 Stunden arbeiten sie ungefähr gleich viel wie ein*e Angestellte*r in der Schweiz.

Abb. 21: Arbeitszeit der Gründerpersonen bei der Gründung und heute in Stunden pro Woche 1999, 2009 und 2020



- Nebentätigkeit

Allerdings muss man bei dieser Statistik auch die Nebentätigkeiten in Betracht ziehen. Der Anteil der neuen Selbständigen, der noch einen Nebenjob hat, ist stark gestiegen und beträgt heute rund 33 % (2009: 20 %, 1999: 13 %). Diese Arbeit kann zwischen 5 und 100 % ausmachen und beträgt im Mittel 60 % (2009: 50 %).

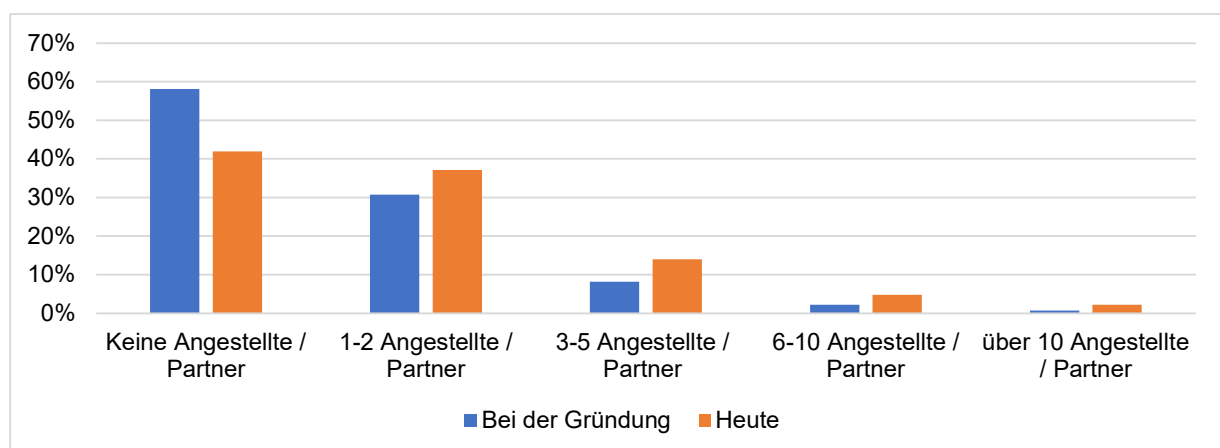
Diese Statistiken zeigen, dass die neuen Unternehmer*innen zwar weniger Zeit für ihre Firma aufwenden, dafür aber vermehrt Nebentätigkeiten nachgehen mit einem immer höheren Pensum. Die aufsummierte Arbeitszeit der neuen Selbständigen beträgt somit rund 50 Stunden pro Woche.

- Anzahl der Angestellten bei der Gründung und heute

Die neuen Selbständigen starten grossmehrheitlich klein und bleiben auch klein. Interessant ist, dass sich diese Zahlen im Vergleich zu vor 10 Jahren stark verändert haben. Während heute 60 % alleine starten und 30 % mit 1-2 Angestellten, waren es 2009 nur knapp 38 % ohne und 43 % mit 1-2 Angestellten. Auch zum jetzigen Zeitpunkt sind die Unterschiede gross. So sind zum Zeitpunkt der Befragung – im Durchschnitt nach 3.5 Jahren – immer noch 42 % der Unternehmen alleine unterwegs – vor 10 Jahren lag dieser Wert nur bei 23 %.

Dabei ist auch die Anzahl grösserer Unternehmen gesunken, zum Beispiel hatten vor 10 Jahren über 8 % mehr als 10 Angestellte, während es heute nur 2% sind. Das zeigt, dass die Unternehmen heute kleiner starten und auch weniger schnell wachsen.

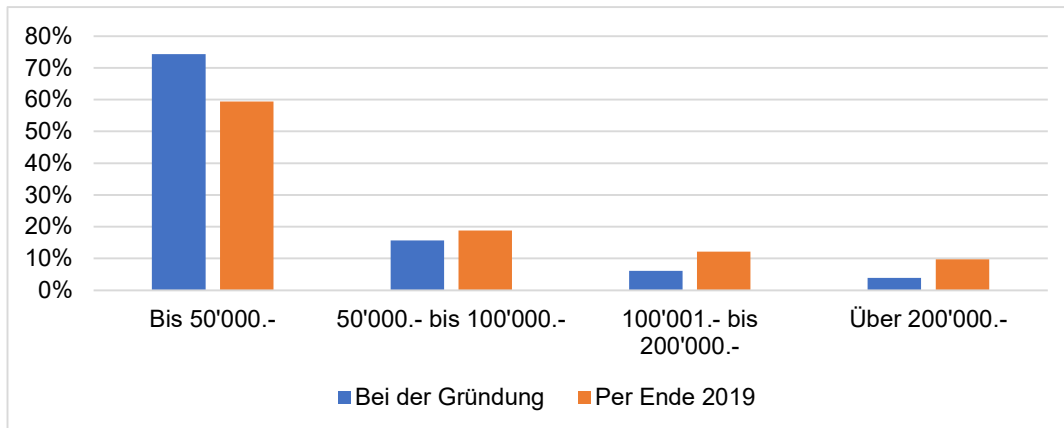
Abb. 22: Anzahl Angestellte bei der Gründung per Ende 2019



- Kapital bei Gründung und heute

Beim eingesetzten Kapital (Fremd- und Eigenkapital) zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei den Angestellten. Heute haben bei der Gründung 74 % der Unternehmen weniger als 50'000 Startkapital (2009: 60 %, 1999: 54 %) und auch per Ende 2019 sind immer noch 59 % in der gleichen Kategorie (2009: 36 %, 1999: 31 %). Auch diese Zahlen zeigen, dass die Unternehmen aktuell kleiner starten und weniger stark wachsen.

Abb. 23: Eingesetztes Kapital bei der Gründung und per Ende 2019



Das Kapital kommt zum grossen Teil von den Gründer*innen selbst. Bei der Gründung halten 75 % der Gründer das Kapital zu 100 % in den eigenen Händen, per Ende 2019 sinkt dieser Anteil nur leicht auf 72 %.

6.2.4 Schwierigkeiten und Lösungsansätze

- Schwierigkeiten

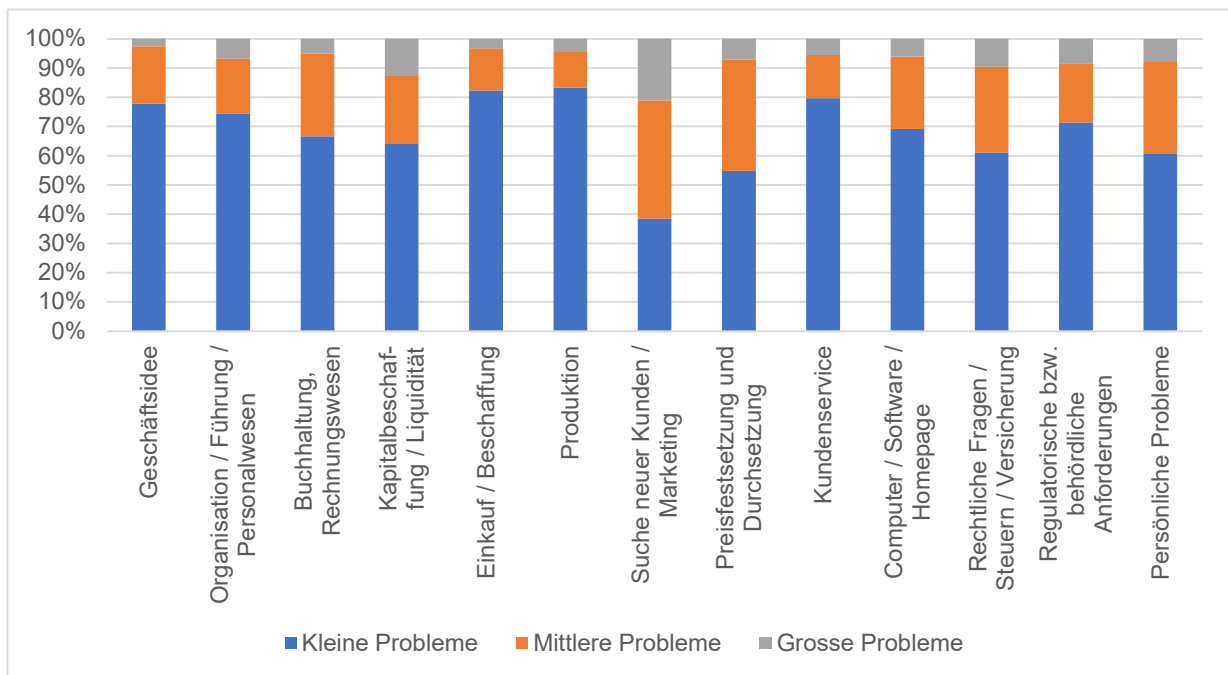
Jede*r Selbständige wird im Laufe der Geschäftstätigkeiten mit Schwierigkeiten konfrontiert werden in verschiedenen Bereichen. Die befragten Unternehmer*innen haben die grössten Probleme immer noch im Marketingbereich, in dem rund 61 % mittlere bis grosse Probleme haben (2019: 60 %, 1999: 61 %). Der zweite grosse Problembereich ist die Preisfest und -durchsetzung. Die Zahl der Befragten mit Problemen in diesem Thema ist jedoch gesunken und ist heute bei 45 % (2009: 50 %, 1999: 42 %).

Um die 40 % der Selbständigen haben mittlere bis grosse Probleme im Bereich der rechtlichen Fragen (2009: 38 %, 1999: 35 %) und bei persönlichen Fragen, wie Motivation, Familie oder einer Doppelbelastung (2009: 37 %, 1999: 43 %).

Am stärksten gestiegen sind die Probleme mit der Buchhaltung von 24% im Jahr 2009 auf 33 % im Jahr 2020 (1999: 30 %).

Kaum Schwierigkeiten gibt es im Einkauf und der Produktion. Weniger als 20 % geben diese Themen als schwierig an.

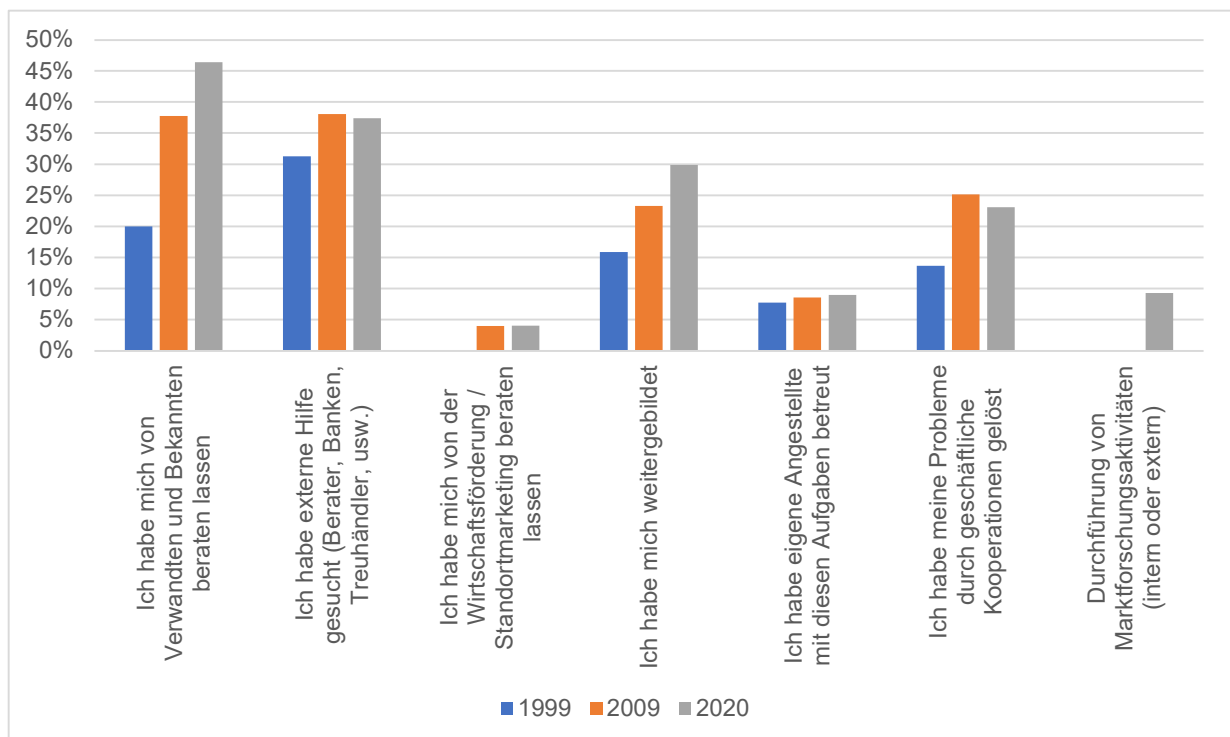
Abb. 24: Auftretende Schwierigkeiten 2020



- Wie wurden Lösungen gefunden?

Um die auftretenden Schwierigkeiten zu lösen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Die neuen Selbständigen suchen sich tendenziell mehr Unterstützung als in den vergangenen Jahren. Am wichtigsten ist die Unterstützung durch Verwandte und Bekannte, an zweiter Stelle kommt externe Hilfe durch Berater oder Banken. Weiterbildungen und Kooperationen werden ebenfalls häufig verwendet. Am Schluss steht die Hilfe durch Wirtschaftsförderungen respektive Standortmarketing. Wie bereits bei der Unterstützung bei der Gründung, werden die staatlichen Stellen auch bei Schwierigkeiten kaum konsultiert.

Abb. 25: Lösung der Schwierigkeiten 1999, 2009 und 2020



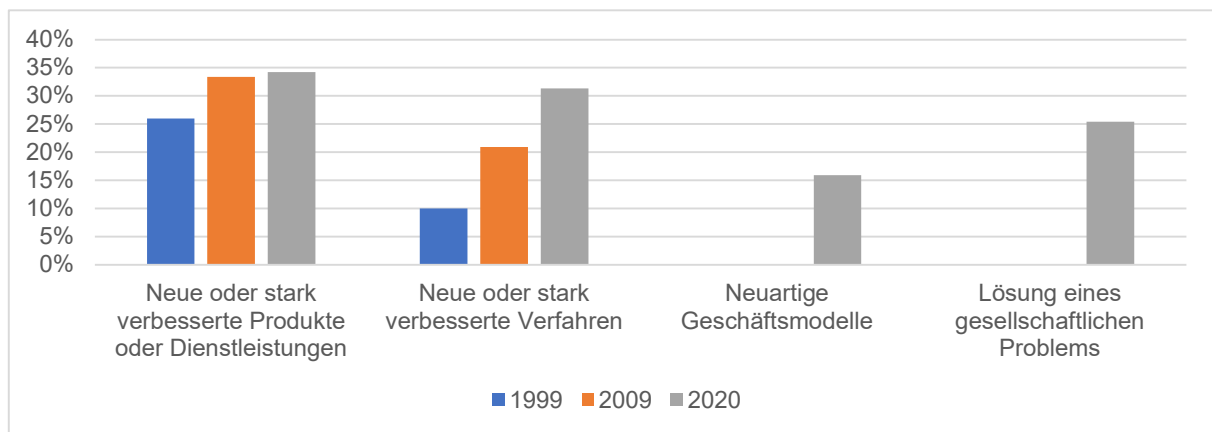
6.2.5 Innovationen

Die neuen Selbständigen sind in den vergangenen Jahren nochmals innovativer geworden. Über ein Drittel hat neue oder stark verbesserte Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt gebracht. Im Vergleich mit 1999 hat sich der Anteil der Unternehmer*innen, die neue Verfahren entwickelt haben, sogar verdreifacht.

In der aktuellen Umfrage wurde erstmals auch gefragt, ob neuartige Geschäftsmodelle entwickelt wurden und ob die Lösung eines gesellschaftlichen Problems angestrebt wird. Etwa jedes sechste neue Unternehmen hat ein neuartiges Geschäftsmodell entwickelt. Dies ist umso erfreulicher, da dies gemäss einer Studie der Berner Fachhochschule zu einem deutlich höheren Wachstum führt als reine Produkt- oder Verfahrensinnovationen. (Jungmeister, 2018)

Rund ein Viertel der neuen Selbständigen kann – gemäss dieser Selbstdeklaration – als sogenannte Social oder Sustainable Start-up angesehen werden. Denn bei ihnen steht die Lösung oder Verringerung eines gesellschaftlichen Problems im Vordergrund und nicht primär rein kommerzielle Interessen.

Abb. 26: Innovationen der neuen Unternehmen 1999, 2009 und 2020



6.3 Erfolg

6.3.1 Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit

Die neuen Selbständigen schätzen sich über alle Erfolgskriterien als erfolgreich ein. Insgesamt geben 83 % der Befragten an erfolgreich zu sein (2009: 82 %, 1999: 83 %). Gemäss dem Bundesamt für Statistik sind nach vier Jahren noch rund 59% der Firmen am Markt (Bundesamt für Statistik, 2019b). Unsere Umfrage hat aber natürlich die Einschränkung, dass vermutlich nur bestehende Unternehmen geantwortet haben und dadurch die Erfolgsquote höher ausfällt.

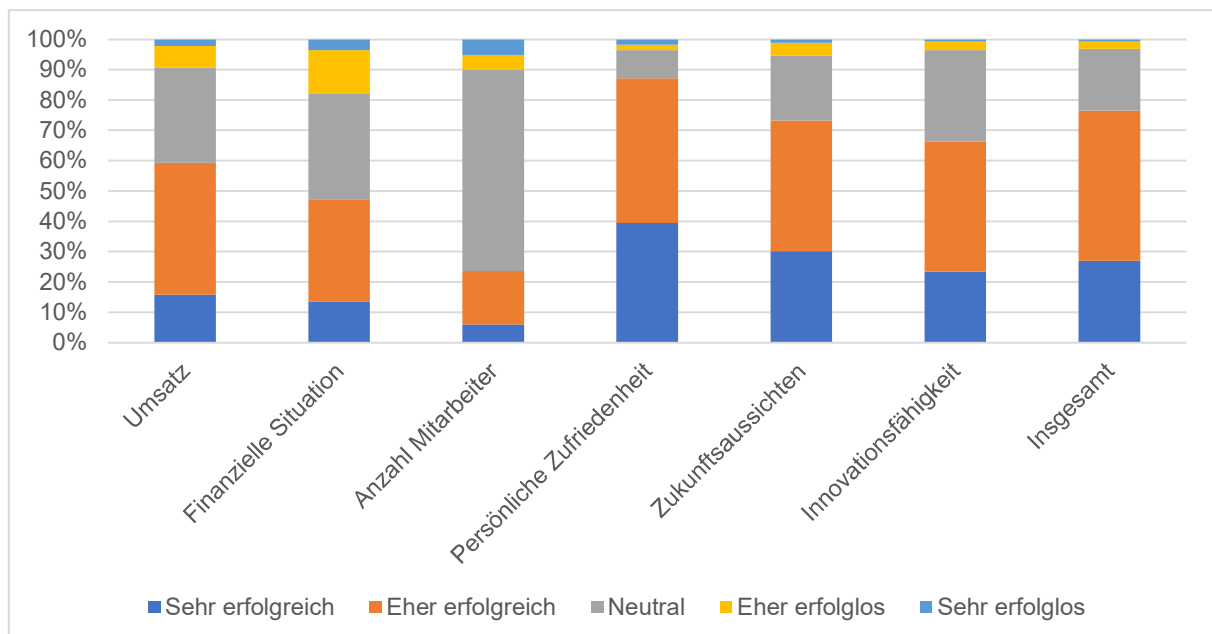
In allen Bereich sind die Zahlen über die letzten 10 Jahre gesunken. Die Zufriedenheit bezüglich des Umsatzes mit 59 % (2009: 67 %, 1999: 67 %), wie auch die Zufriedenheit mit der allgemeinen finanziellen Situation mit 47 % (2009: 57 %, 1999: 57 %) ist deutlich zurück gegangen. Die persönliche Zufriedenheit ist mit 87 % immer noch sehr hoch (2009: 90 %, 1999: 85 %), während 73 % auch die Zukunftsaussichten positiv bewerten (2009: 78 %, 1999: 79 %).

Bei der diesjährigen Umfrage wurde zum ersten Mal die Innovationsfähigkeit abgefragt, welche ebenfalls von zwei Dritteln als erfolgreich bewertet wird.

Am wenigsten erfolgreich wird mit 24 % die Entwicklung in Bezug auf die Anzahl der Mitarbeitenden angeschaut (2009: 29 %, 1999: 32 %). Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass rund zwei Drittel der Befragten neutral sind.

Dies passt auch zur Anzahl der Mitarbeitenden, da die meisten Unternehmen klein starten, klein bleiben und es daher bei vielen weder eine positive noch negative Entwicklung gibt.

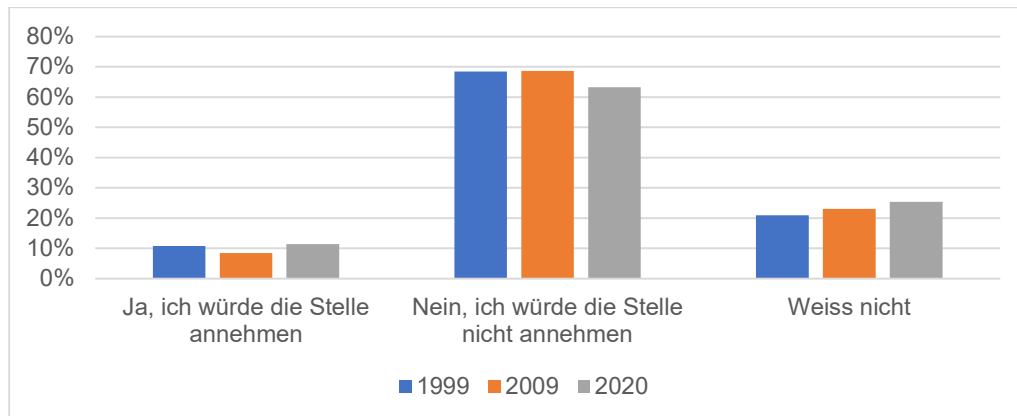
Abb. 27: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit 2020



6.3.2 Aufgabe der Selbständigkeit bei Angebot aus der Wirtschaft?

Die grosse Zufriedenheit zeigt sich auch bei der Frage, ob ein gutes Jobangebot angenommen werden würde oder nicht. Auch wenn die Zahl derer, die das Angebot annehmen würden beziehungsweise unschlüssig sind, leicht gestiegen ist, würden immer noch fast zwei Drittel die Selbständigkeit nicht aufgeben.

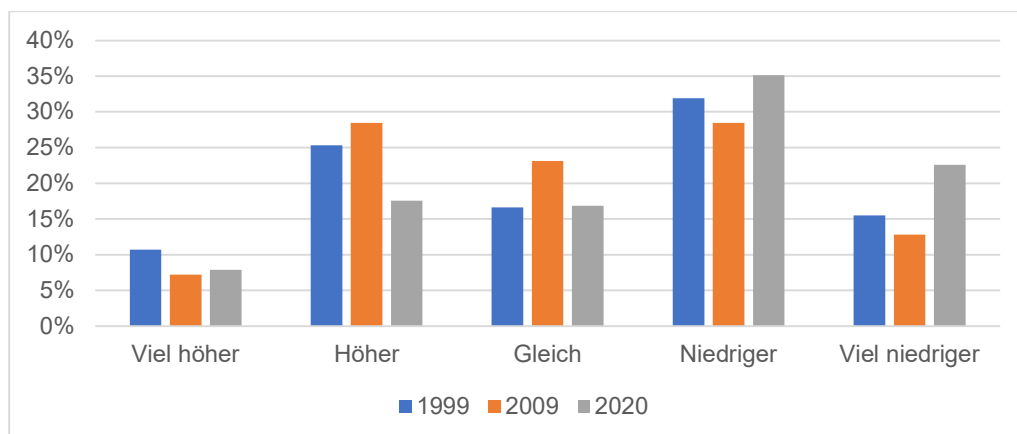
Abb. 28: Aufgabe der Selbständigkeit bei attraktivem Angebot aus der Wirtschaft 1999, 2009 und 2020



6.3.3 Verdienst verglichen mit Angestelltenlohn

Der Verdienst der Jungunternehmer ist im Durchschnitt niedriger als in einem ähnlichen Angestelltenverhältnis und wird tiefer bewertet als noch vor 10 Jahren. Heute geben knapp 58 % der Befragten an, einen niedrigeren oder viel niedrigeren Lohn zu haben (2009: 41 %, 1999: 47 %) und nur ein Viertel verdient ein höheres oder viel höheres Einkommen (2009: 36 %, 1999: 36 %). Auch der Anteil der Personen, welche gleich viel verdienen würden, ist stark gesunken.

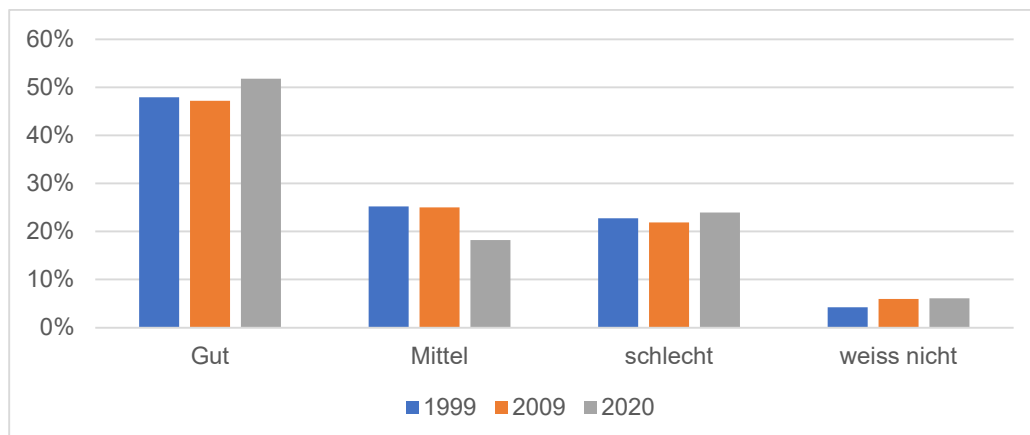
Abb. 29: Vergleich des Salärs durch die Selbständigkeit mit dem Salär in einem ähnlichen Angestelltenverhältnis 1999, 2009, 2020



6.3.4 Chancen auf dem Arbeitsmarkt

Die neuen Selbständigen sehen für sich immer noch gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt – über 50 % der Befragten geben dies an. Nur knapp ein Viertel sieht es als schwierig an, einen Job in der Wirtschaft zu finden, während 18 % die Chancen als mittel ansehen.

Abb. 30: Einschätzung der Chancen auf dem Arbeitsmarkt 1999, 2009 und 2020



6.4 Entwicklungsperspektiven

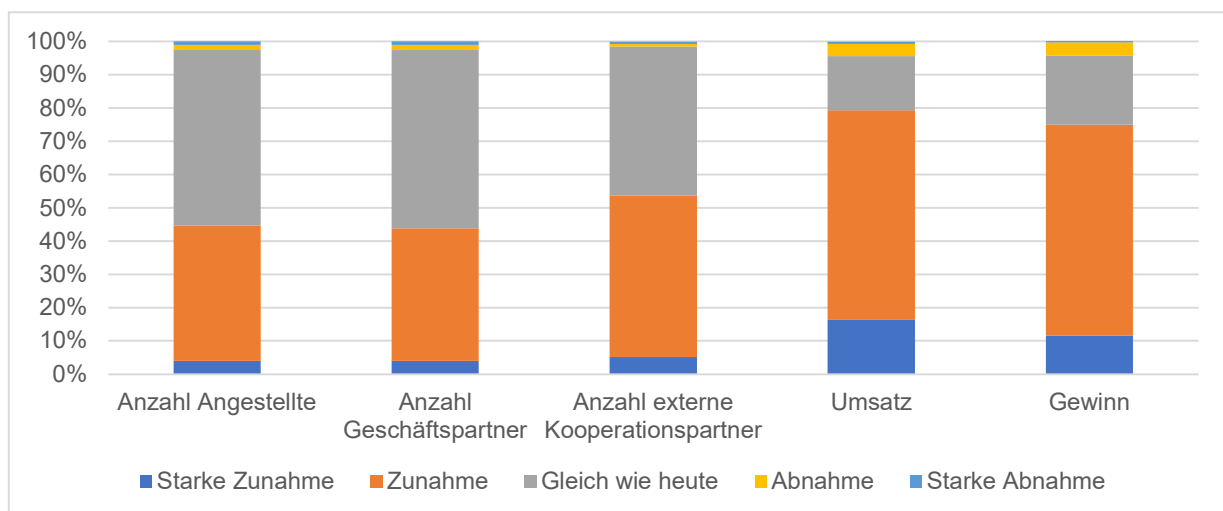
6.4.1 Entwicklungsperspektiven der Unternehmen

Die Zukunftsaussichten für die nächsten zwei Jahre schätzen die neuen Selbständigen als sehr positiv ein. In vier von fünf Bereichen beurteilen sie die weitere Entwicklung besser als bei der letzten Befragung vor 10 Jahren. Vor allem im finanziellen Bereich wird ein starker Zuwachs erwartet. Rund 79 % der Befragten erwarten eine Zunahme im Umsatz (2009: 71 %, 1999: 80 %) und 75 % im Gewinn (2009: 66 %, 1999: 76 %). Diese Zahlen sind umso bemerkenswerter, da die Umfrage während der Corona-Krise durchgeführt wurde, die allerdings zum Umfragezeitpunkt scheinbar noch wenig Einfluss auf den erwarteten Geschäftsgang gehabt hat.

Auch im Bereich der Angestellten und externen Kooperationspartner ist die Anzahl derer, die ein Wachstum erwarten, stark gestiegen. 45 % denken, dass sie mehr Angestellte haben werden in den nächsten zwei Jahren (2009: 38 %, 1999: 43 %), 53 %, dass sie mehr externe Kooperationspartner haben (2009: 46 %, 1999: 44 %). Im Bereich der Geschäftspartner gab es nur eine leichte Verschiebung mit 44 %, die eine Zunahme erwarten (2009: 46 %, 1999: 36 %). In allen drei Bereichen ist jedoch der Anteil, die weder eine positive noch eine negative Entwicklung erwarten, sehr hoch.

Dies dürfte auch wieder auf die Unternehmensgrösse der neuen Selbständigen zurückzuführen sein. Da die meisten mit 0-2 Angestellten starten und auch klein bleiben, wird hier keine starke Zunahme erwartet.

Abb. 31: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren, 2020

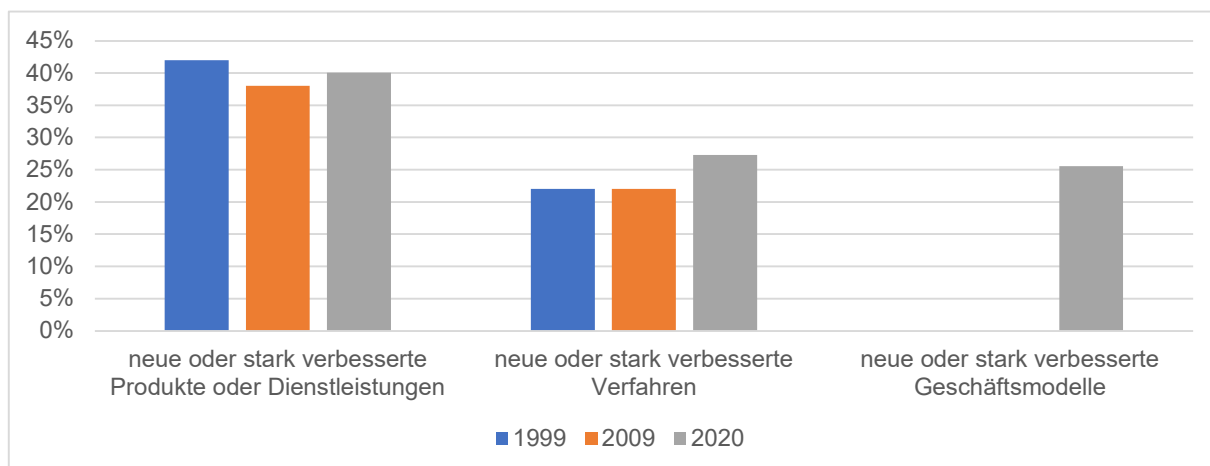


- Zukünftig geplante Innovationen

Die Jungunternehmer*innen planen, weiter innovativ zu sein. Knapp 40 % planen neue Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt zu bringen oder ihre bestehenden stark zu verbessern. Über ein Viertel will neue oder stark verbesserte Verfahren implementieren, was ein starker Anstieg im Vergleich zu den letzten beiden Umfragen ist.

Zum ersten Mal wurde auch die Erwartung von Geschäftsmodell-Innovationen in die Umfrage aufgenommen. Ein Viertel der Befragten plant, ihr Geschäftsmodell stark zu verbessern oder zu erneuern.

Abb. 32: Erwartung von Innovationen in den nächsten zwei Jahren, Vergleich 1999, 2009 und 2020

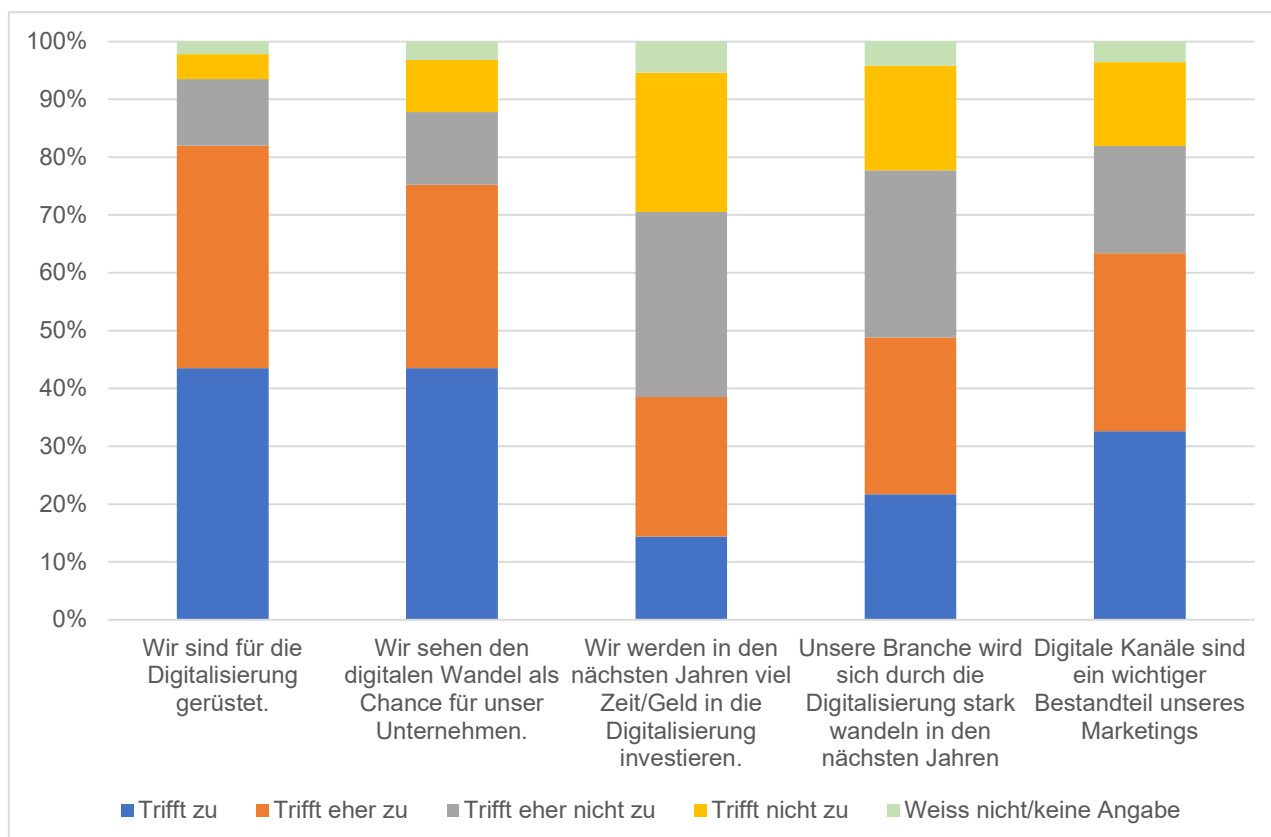


6.4.2 Digitalisierung

Die Digitalisierung ist eines der grossen Themen in der Unternehmenswelt – nicht erst seit der Covid-19-Krise. Die neuen Selbständigen stehen der Digitalisierung sehr positiv gegenüber. So sehen sich über 80 % zumindest teilweise für dafür gerüstet und 75 % sehen den Wandel als Chance. Interessanterweise werden aber wenige Firmen in nächsten Jahren viel Zeit oder Geld in die Digitalisierung investieren. Ebenfalls rechnet nur knapp die Hälfte der Befragten mit einem starken Wandel durch die Digitalisierung.

Für über 60 % der Unternehmen sind die digitalen Kanäle mindestens schon ein Teil der Marketingstrategie, für ein Drittel sind sie wichtig.

Abb. 33: Einstellung gegenüber der Digitalisierung 2020



7. Empfehlungen

Unsere Empfehlungen anhand der wichtigsten Erkenntnisse:

Die **Frauenquote** bei den Gründungspersonen hat sich in den letzten zehn Jahren um 50 % gesteigert und sich im Vergleich zu 1999 sogar verdoppelt. Aktuell beträgt sie 31.6 %. Diese Entwicklung ist sehr erfreulich. Dennoch sind die Frauen in der Schweiz immer noch in der klaren Minderheit in der Start-up Szene.

Um den Frauenanteil weiter zu erhöhen, sollten vermehrt weibliche Vorbilder promotet werden. Gründerinnen sollten vermehrt bei Veranstaltungen, Case Studies, Medienberichten und anderen Aktivitäten zur Selbständigkeit im Vordergrund stehen. Angesprochen sind hier insbesondere Hochschulen, Inkubatoren und andere Förderinstitutionen sowie die Medien.

Das Durchschnittsalter der Gründungspersonen beträgt gut 40 Jahre. Für Frauen bedeutet dies oft, dass sie zu einem guten Teil mit familiären Aufgaben und Verpflichtungen beschäftigt sind. Einen weiteren Ausbau der Familien entlastenden Betreuungsangebote für Kinder (Mittagstisch, Tagesschulen, Krippen und ähnliches) erleichtert den Frauen, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen.

Die durchschnittliche Gründungsperson in der Schweiz besitzt einen akademischen Abschluss. Fast alle Schweizer **Hochschulen** haben in den letzten 20 Jahren zahlreiche curriculare und aussercurriculare Angebote für (potenzielle) Gründungspersonen aufgebaut. Sie dürfen sich dabei jedoch nicht entmutigen lassen, wenn die Zahl der direkten Start-ups aus dem Studium nicht so stark ansteigt. Vielmehr gilt es, für die unternehmerische Selbständigkeit zu sensibilisieren, das unternehmerische «Virus» zu kultivieren und zu verbreiten, die notwendigen Kompetenzen zu vermitteln und zu üben. Idealerweise bleiben sie mit ihren Alumni in Kontakt und bieten auch (Jahre) nach Studienabschluss Unterstützungsangebote an.

Die **Gründungspersonen** verfügen in den meisten Bereichen über gute Vorkenntnisse. Als problematisch werden die drei Bereiche Kapitalbeschaffung, Kundenakquisition und Marketing sowie die Buchhaltung genannt.

Während die Buchhaltung relativ einfach ausgelagert oder delegiert werden kann, ist dies bei der Akquisition sowie der Kapitalbeschaffung kaum möglich. Diesen Themen soll in Gründerkursen verstärkte Aufmerksamkeit gegeben werden. Ferner sollten die Gründungspersonen noch vermehrt sensibilisiert werden, möglichst früh mit potentiellen Kund*innen in Kontakt zu treten, um deren Bedürfnisse und Ansprüche möglichst genau zu kennen und berücksichtigen zu können.

Die wichtigsten Bezugspersonen im Aufbau und im Führen des Unternehmens sind Familie, Verwandte und Bekannte und das frühere geschäftliche Umfeld. **Staatliche Stellen wie Wirtschaftsförderungen** werden von den wenigsten Gründer*innen in Anspruch genommen, weder bei der Vorbereitung der Gründung noch bei auftretenden Schwierigkeiten. Wir sehen zwei mögliche Gründe – die Angebote sind nicht bekannt oder sie passen nicht auf die Bedürfnisse der neuen Selbständigen. Hier gibt es sicherlich Potential für die bessere Vermarktung dieser Angebote.

Je länger je mehr Gründungspersonen (total rund 30 %) gehen noch einer **Nebenbeschäftigung** nach – oder betreiben die Selbständigkeit als Nebenbeschäftigung. Dies kann gewollt und sinnvoll sein – aber teilweise auch Ausdruck einer fehlenden Fokussierung. Viele Start-ups können ihr Potenzial nicht erreichen, weil schlicht zu wenig Manpower investiert wird.

Die neuen Selbständigen **gründen immer kleinere Unternehmen**. Die Anzahl der Angestellten bei der Gründung, deren Wachstum in den ersten 3.5 Jahren sowie das eingesetzte Kapital sind viel niedriger als noch vor 10 Jahren. Das heisst, es gibt viel mehr Ein-Personen-Unternehmen, die entweder nicht nach Wachstum streben oder diesen nicht erreichen. Aus volkswirtschaftlicher Sicht wäre es wünschenswert, wenn mehr Start-ups nach Wachstum streben und dies auch erreichen würden.

Ein grosser Teil der Befragten will auch in Zukunft innovativ sein und strebt nach Produkt-, Verfahrens- und **Geschäftsmodell-Innovationen**. Die Weiterbildungsanbieter können diesem Wunsch durch das vermehrte Anbieten von Kursen im Bereich Innovation und Geschäftsmodell-Innovation entsprechen. Dasselbe gilt für Coaching respektive Beratungsangebote für Start-ups.

8. Ausblick

In den nächsten Monaten werden wir weitere Ergebnisse zu folgenden Bereichen veröffentlichen:

Erfolgsfaktoren der neuen Selbständigen.

Welche Eigenschaften respektive Tätigkeiten sind förderlich beziehungsweise hinderlich fürs Überleben der neuen Unternehmen?

Frauen-Power unter der Lupe.

Worin bestehen die Unterschiede der Unternehmen, welche von Frauen gegründet werden, gegenüber jenen Unternehmen, hinter denen Männer stehen?

Prime-Age Start-ups.

Immer mehr Personen im Alter von 50+ wagen den Schritt in die Selbständigkeit. Was führt diese Personen in die Selbständigkeit? Wie schaffen es deren Unternehmen, eine deutlich höhere Überlebenschance zu haben als Firmen, die von jüngeren Personen gegründet wurden?

Social respective sustainable Start-ups.

Ein immer grösserer Teil der neuen Selbständigen verfolgt weniger kommerzielle Ziele, sondern orientieren sich am Gemeinwohl. Was steht hinter diesem Trend und wohin wird er uns führen?

Migrant Entrepreneurship

Worin bestehen die Besonderheiten der jungen Unternehmen, die von Personen mit einem Migrationshintergrund gegründet wurden?

9. Literaturverzeichnis

- Baldegger, R.J., Merkle, R.J., Wild, P. (2019). *Swiss International Entrepreneurship Survey (SIES) 2019: Studienergebnisse zum Internationalisierungsverhalten von Schweizer KMU*. Fribourg: Hochschule für Wirtschaft.
- Bollinger, L. /Hope, K/Utterback, J. M. (1983). *A Review of Literature on Hypotheses on New Technology-Based Firms*. in: Research Policy, 12, 1-14.
- Bundesamt für Statistik. (2019a). *Neu gegründete Unternehmen 2013-2017*. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/10687118/master> [abgerufen 12. Oktober 2020].
- Bundesamt für Statistik. (2019b). *7,1% der im Jahr 2017 in der Schweiz aktiven Unternehmen waren Neugründungen*. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/10687739/master> [abgerufen 12. Oktober 2020].
- Bundesamt für Statistik. (2020a). *Abschlüsse der Fachhochschulen (inkl. PH): Basistabellen*. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bildung-wissenschaft/bildungsabschluesse.assetdetail.13307152.html> [abgerufen 24. August 2020].
- Bundesamt für Statistik. (2020b) *Tertiärstufe, universitäre Hochschulen: Bildungsabschlüsse nach Hochschule und Fachbereich*. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bildung-wissenschaft/bildungsabschluesse.assetdetail.13307149.html> [abgerufen 24. August 2020].
- Bundesamt für Statistik (2020c): *Panorama Industrie und Dienstleistungen*, Bundesamt für Statistik, März 2020. Neuenburg.
- Dietrich, A., Amrein, S. (2020) *Crowdfunding Monitor Switzerland 2020*. Rotkreuz: Lucerne School of Business.
- Global Entrepreneurship Research Association. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report*. URL: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443> [abgerufen 31. August 2020].
- Graf, S., Henneberger, F., Schmid, H., Dorn, D. (2001). *Neugründungen von innovativen Kleinstunternehmen: Probleme ihrer Realisierung*. Bern: Haupt.
- Jungmeister, A. (2018). *Strategieparadigmen und neuere Ansätze*. Bern: Berner Fachhochschule.
- Meyer, R. (2000). *Die neuen Selbständigen: Forschungsbericht*. Olten: Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz
- Meyer, R., Sidler, A.U. (2009). *Die neuen Selbständigen 2009: Forschungsbericht*. Windisch: Fachhochschule Nordwestschweiz.
- Meyer, R., Sidler, A.U. (2010a). *Erfolgsfaktoren junger Unternehmen: Empirische Studie zur Situation junger Unternehmen in der Schweiz*. Basel: edition gesowip.
- Meyer, R., Sidler, A.U. (2010b). *Frauen-Power unter der Lupe 2009: Empirische Studie zu den Unterschieden zwischen Unternehmensgründerinnen und -gründern in der Schweiz*. Basel: edition gesowip.
- Meyer, R., Sidler, A.U., Verkuil, A.H. (2010). *Die Rolle des betrieblichen Gesundheitsmanagements bei Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer: Ergebnisse einer empirischen Studie für die Schweiz*. Basel: edition gesowip.
- Meyer, R., Zahno, C. (2020). *Supporting Female Entrepreneurship in Switzerland*. Baar: Verlag Quergründer.
- Sieger, P., Baldegger, R., Fueglistaller, U. (2019a). *Studentisches Unternehmertum in der Schweiz 2018*. St.Gallen/Bern/Freiburg: KMU-HSG/IMU/HSW.

Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., Braun, I. (2019b). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights from 54 countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.

Startupticker.ch. (2020a). *Swiss Startup Radar 2019/2020 – Focus on exits*. Luzern: JNB Journalistenbüro GmbH.

Startupticker.ch. (2020b). *Swiss Venture Capital Report 2020: Update*. Luzern: JNB Journalistenbüro GmbH.

Szyperski, N., Nathasius, K. (1977). *Probleme der Unternehmensgründung. Eine betriebswirtschaftliche Analyse unternehmerischer Startbedingungen*. Stuttgart: Poeschel.

Unterkofler, G. (1989). *Erfolgsfaktoren innovativer Unternehmungsgründungen*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Venturelab. (2020). *Top 100 Swiss Startup Award*. URL: <https://www.top100startups.swiss/> [abgerufen 8. Oktober 2020].

10. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Unternehmenslebenszyklus.....	9
Abb. 2: Anzahl neuer Unternehmen und geschaffener Stellen 2013-2017.....	12
Abb. 3: Motivation der Gründer*innen in der Schweiz	13
Abb. 4: Altersstruktur der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020	18
Abb. 5: Geschlechterstruktur 1999, 2009 und 2020.....	18
Abb. 6: Anzahl Kinder der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020.....	19
Abb. 7: Ausbildungsstand der Gründer*innen in Prozent 1999, 2009 und 2020	20
Abb. 8: Managementausbildungen der Gründer*innen 2020.....	21
Abb. 9: Funktionsstufe der Gründer*innen vor der Gründung 2020	21
Abb. 10: Tätigkeit vor der Selbständigkeit 1999, 2009 und 2020.....	21
Abb. 11: Wissen über die Selbständigkeit vor der Gründung 2009 und 2020	22
Abb. 12: Know-How bei der Gründung in % 2020	22
Abb. 13: Motive für die Selbständigkeit 2020	23
Abb. 14: Weg in die Selbständigkeit 2020.....	24
Abb. 15: Rechtsform bei der Gründung 1999, 2009 und 2020	24
Abb. 16: Rechtsform Ende 2019 der neuen Unternehmen.....	25
Abb. 17: Unterstützung durch Anspruchsgruppen 2020	26
Abb. 18: Mit welchen Themen sich Gründer*innen in der Vorbereitung beschäftigt haben 2020	27
Abb. 19: Aufteilung der Kundengruppen in % 1999, 2009 und 2020.....	28
Abb. 20: Räumliche Ausdehnung des Marktes 2020	28
Abb. 21: Arbeitszeit der Gründerpersonen bei der Gründung und heute in Stunden pro Woche 1999, 2009 und 2020.....	29
Abb. 22: Anzahl Angestellte bei der Gründung per Ende 2019	29
Abb. 23: Eingesetztes Kapital bei der Gründung und per Ende 2019	30
Abb. 24: Auftretende Schwierigkeiten 2020	31
Abb. 25: Lösung der Schwierigkeiten 1999, 2009 und 2020.....	31
Abb. 26: Innovationen der neuen Unternehmen 1999, 2009 und 2020	32
Abb. 27: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit 2020	33
Abb. 28: Aufgabe der Selbständigkeit bei attraktivem Angebot aus der Wirtschaft 1999, 2009 und 2020.....	34
Abb. 29: Vergleich des Salärs durch die Selbständigkeit mit dem Salär in einem ähnlichen Angestelltenverhältnis 1999, 2009, 2020	34
Abb. 30: Einschätzung der Chancen auf dem Arbeitsmarkt 1999, 2009 und 2020	34
Abb. 31: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren, 2020.....	35
Abb. 32: Erwartung von Innovationen in den nächsten zwei Jahren, Vergleich 1999, 2009 und 2020	36
Abb. 33: Einstellung gegenüber der Digitalisierung 2020	36

11. Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Gründungsformen nach Szyperski/Nathusius (1977)	10
Tab. 2: Übersicht Rücklauf «Die neuen Selbständigen 2020»	17
Tab. 3: Nationalität der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020	19
Tab. 4: Berufserfahrung der Gründer*innen 1999, 2009 und 2020	20
Tab. 5: Anzahl Monate zwischen Idee und Entscheid zur Selbständigkeit und Entscheid bis zur Geschäftsaufnahme	26

12. Anhang

12.1 Begleitbrief

«Firma»
«Vorname» «Nachname»
«Strasse» «Nummer»
«PLZ» «Stadt»

Windisch, 26. Mai 2020

Studie «Die neuen Selbständigen 2020»

Liebe Unternehmerinnen und Unternehmer

Im Wissen, dass Sie einen wichtigen Beitrag zur Volkswirtschaft der Schweiz leisten, erlauben wir uns, Sie anzuschreiben. Da wir uns mit dem Thema «Selbständigkeit und Unternehmertum» seit über 20 Jahren intensiv auseinandersetzen, wollen wir die Situation der *neuen Unternehmen* in der Schweiz aufs Neue analysieren. Damit wir die oben erwähnte Studie erfolgreich durchführen können, sind wir auf Ihre wertvolle Unterstützung angewiesen.

Generelles Ziel ist es, den neuen Selbständigen und jenen, die es beabsichtigen zu werden, Entscheidungsgrundlagen für das erfolgreiche Führen ihrer Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Politikerinnen und Politikern, Kompetenzzentren für Fragen der Wirtschaftspolitik und Berufs- und Branchenverbänden werden ebenfalls Empfehlungen und Entscheidungshilfen geboten.

Aus umwelttechnischen Überlegungen haben wir uns entschieden, den Fragebogen in diesem Jahr nur online anzubieten. Sie können ihn über untenstehenden Link oder den QR-Code aufrufen.

Link: <http://bit.ly/FHNWumfrage>



Wir bedanken uns recht herzlich für die Zeit und die Aufmerksamkeit, mit welcher Sie die Umfrage ausfüllen. Stellen sich Ihrerseits Fragen zum Inhalt oder den Zielsetzungen unseres Projektes, steht Ihnen Dario Meyer (056 202 85 03) gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

Rolf Meyer

Prof. Dr. Rolf Meyer
Dozent, Institut für Unternehmensführung

Dario Meyer

Dario Meyer
Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für
Unternehmensführung

Institut für Unternehmensführung

Bahnhofstrasse 6
5210 Windisch

T +41 56 202 85 03

dario.meyer@fhnw.ch
www.fhnw.ch

12.2 Fragebogen

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Sprache:
S'il vous plaît veuillez choisir votre langue préférée:
Per favore scegli la sua lingua preferita:

☐ Deutsch

☒ Français

☐ Italiano

Die neuen Selbständigen 2020
Wer sind sie? Wie schaffen sie es, ein Wirtschaftsfaktor zu werden?

Willkommen zur Umfrage zu den neuen Selbständigen 2020. Wir von der FHNW beschäftigen uns seit über 20 Jahren intensiv mit dem Thema Selbständigkeit und Unternehmertum. Damit wir diese Studie erfolgreich durchführen können, sind wir auf Ihre wertvolle Mithilfe angewiesen.

Das Ziel ist es, den neuen Selbständigen und denen, die es beabsichtigen zu werden, Entscheidungsgrundlagen für das erfolgreiche Führen ihrer Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Politikerinnen und Politikern, Kompetenzzentren für Fragen der Wirtschaftspolitik und Berufs- und Branchenverbänden werden ebenfalls Empfehlungen und Entscheidungshilfen geboten.

Inhalt des Fragebogens:

1. Sie als Gründungsperson
2. Ihr neues Unternehmen
3. Der Erfolg Ihrer unternehmerischen Selbständigkeit
4. Entwicklungsperspektiven Ihres Unternehmens
5. Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung
6. Statistische Angaben

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!
Die Umfrage wird vom Institut für Unternehmensführung der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) durchgeführt.
Zur Beantwortung der Umfrage benötigen Sie etwa 15 Minuten. Die Umfrage ist anonym und es sind keine Rückschlüsse auf die Teilnehmer möglich.

Diese Befragung richtet sich an Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich in den Jahren 2014 — 2019 selbständig gemacht haben. Bitte kreuzen Sie die für Sie zutreffende Aussage an.

☐ Ja, ich habe dieses Unternehmen in den Jahren 2014-2019 gegründet. Gerne nehme ich an der Befragung teil.

☒ Dieses Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft/Zweigstelle einer bestehenden Unternehmung.

☐ Dieses Unternehmen wurde bereits früher gegründet. In den Jahren 2014 — 2019 erfolgte z.B. ein Namenswechsel oder die Rechtsform wurde geändert, was in der Statistik des Handelsregisters zu einem Neueintrag führt.

☒ Dieses Unternehmen ist nicht aktiv.

+

+

Ich bin an den Resultaten dieser Studie interessiert. Bitte informieren Sie mich laufend über die Ergebnisse.

|

Teil 1: Sie als Gründungsperson

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit Ihren Erfahrungen und Motiven, sich selbständig zu machen.

Was ist Ihr Geschlecht?

- ☐ Mann
- ☒ Frau
- ☐ Andere

Ich bin...

- ☐ Alleinstehend
- ☒ Lebe in fester Partnerschaft

Was ist Ihr Alter?

|

Wie viele Kinder unter 18 Jahren leben in Ihrem Haushalt?

|

Welches ist Ihre höchste Ausbildung/Ihr höchster Abschluss?

- ☐ Primarschule/Realschule/ Sekundarschule
- ☒ Berufsschule, KV
- ☐ Verkehrsschule, Handelsschule
- ☒ Matura / Berufsmatura
- ☐ Eidgenössische Berufsprüfung, Meisterprüfung
- ☒ Höhere Fachschule, HFP
- ☐ Bachelor / Master (Universität / Fachhochschule)
- ☒ PhD
- ☐ Andere

+

2

+

+

+

Verfügen Sie über eine Managementausbildung?

- ☐ Ja, ich habe ein abgeschlossenes MBA Studium
- ☐ Ja, ich habe ein Nachdiplomstudium mit Schwerpunkt Management absolviert
- ☐ Ja, ich habe Weiterbildungskurse zu Managementthemen besucht
- ☐ Nein, ich habe keine managementspezifischen Kurse/Weiterbildungen besucht

Haben Sie vor Ihrer Selbständigkeit Berufserfahrung gesammelt?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

Teil 1: Sie als Gründungsperson (Fortsetzung)

Falls Sie bereits vor der Selbständigkeit berufstätig waren, in welcher Funktionsstufe waren Sie zuletzt tätig?

- ☐ Funktion ausschliesslich mit Fachverantwortung
- ☐ Unteres Kader
- ☐ Mittleres Kader
- ☐ Oberes Kader

Was war Ihre Situation im letzten Jahr vor der neuen Selbständigkeit?

- ☐ Anstellung in derselben Branche
- ☐ Anstellung in fremder Branche
- ☐ Selbständigkeit in derselben Branche
- ☐ Selbständigkeit in fremder Branche
- ☐ Haushalt/Kinder (ohne Nebenbeschäftigung)
- ☐ Haushalt/Kinder (mit Nebenbeschäftigung)
- ☐ Berufliche Aus- und Weiterbildung
- ☐ Arbeitslosigkeit
- ☐ Soziales Engagement (Pflege, Ehrenamtliche Tätigkeit...)
- ☐ Anderes

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse, Erfahrungen und Fähigkeiten zum Zeitpunkt der Gründung bezüglich der folgenden Bereiche ein?

	Gut	Mittel	Schlecht
Organisation	☐	☐	☐
Führung	☐	☐	☐
Zeitmanagement / Selbstmanagement	☐	☐	☐

+

3

+

+

+

Schaffung eines gesellschaftlichen Mehrwertes
(Anstoss zum sozialen, ökologischen und
gesellschaftlichen Wandel)

☐☐☐

Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit

☐☐☐

Teil 2: Ihr neues Unternehmen

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit der Gründung und
Entwicklung Ihres Unternehmens.

Wie haben Sie sich selbständig gemacht?

- ☐ Unternehmen alleine neu gegründet
- ☐ Unternehmen mit anderen zusammen neu gegründet
- ☐ Bestehendes Unternehmen gekauft
- ☐ Unternehmen geerbt
- ☐ Teil eines bestehenden Unternehmens übernommen (infolge von Outsourcing)
- ☐ Unternehmen, das ich zuvor geleitet habe, erworben (Management by out)
- ☐ Franchise-Nehmer (z.B. Lizenznehmer von McDonalds, Subway, Vom Fass...)
- ☐ Als Partner oder Partnerin eingestiegen in ein bestehendes Unternehmen
- ☐ Andere |

In welchem Jahr haben Sie sich selbständig gemacht?

|

Haben die folgenden Personen bzw. Institutionen Ihren Entscheid zur Selbständigkeit unterstützt?

	Ja, finanziell	Ja, ideell, Know-how	Nein
Familie und/oder PartnerIn	☐	☐	☐
Bekannte / Verwandte	☐	☐	☐
Ehemaliges Arbeitsumfeld (z.B. Arbeitskollegen, Chef, ...)	☐	☐	☐
Umfeld aus Schule oder Studium (z.B. Dozierende)	☐	☐	☐
Banken / Versicherungen	☐	☐	☐
Risikokapitalgeber (Privatinvestoren, Business Angels, Venture Capital Fonds)	☐	☐	☐
Staatliche und kantonale Stellen (inkl. Wirtschaftsförderung / Standortmarketing, RAV, ...)	☐	☐	☐
Gönner/ Sympathisanten (Bsp. mittels Spenden)	☐	☐	☐

+

5

+

+

+

Andere (bitte nähere Angaben)

○

○

○

Haben Sie Angebote von einem Gründerzentrum in Anspruch genommen? (z.B. Technopark, Impact Hub...)

☐ Nein

☐ Ja, ich habe/hatte einen Arbeitsplatz in einem Gründerzentrum/Co-Working

☐ Ja, ich habe an Aktivitäten teilgenommen (z.B. Vorträge, Brown Bag Lunches, Hackathons)

☐ Ja, ich habe von Beratungs- oder ähnlichen Dienstleistungen profitiert

Im Vorfeld der Unternehmensgründung können verschiedene Vorbereitungsarbeiten geleistet werden (z.B. Business Plan). Wie intensiv haben Sie sich mit folgenden Tätigkeiten beschäftigt?

	Intensiv	Weniger intensiv	Gar nicht
Entwicklung der Geschäftsidee	○	○	○
Entwicklung Produkt / Verfahren / Dienstleistung	○	○	○
Kundenakquisition	○	○	○
Analyse der Kundenbedürfnisse	○	○	○
Analyse der Konkurrenz	○	○	○
Investitionsplanung (Aufstellung der Kosten aller Anschaffungen)	○	○	○
Finanz- und Liquiditätsplanung	○	○	○
Abklärungen über die Wahl der Rechtsform	○	○	○
Evaluation und Beschaffung der Waren und Produktionsmittel	○	○	○
Organisation / Produktion / Vertrieb	○	○	○
Aufbau des Teams / Personalfragen	○	○	○

In allen Unternehmen tauchen immer wieder Schwierigkeiten auf. Falls Sie gegenwärtig in den folgenden Bereichen mit Schwierigkeiten konfrontiert sind, wie gross sind diese?

	Kleine Probleme	Mittlere Probleme	Grosse Probleme
Geschäftsidee	○	○	○
Organisation / Führung / Personalwesen	○	○	○
Buchhaltung, Rechnungswesen	○	○	○
Kapitalbeschaffung / Liquidität (z.B. Zahlungsschwierigkeiten)	○	○	○
Einkauf / Beschaffung	○	○	○
Produktion	○	○	○

+

6

+

+

+

Suche neuer Kunden / Marketing	☐	☐	☐
Preisfestsetzung und Durchsetzung	☐	☐	☐
Kundenservice	☐	☐	☐
Computer / Software / Homepage	☐	☐	☐
Rechtliche Fragen / Steuern / Versicherung	☐	☐	☐
Regulatorische bzw. behördliche Anforderungen an die erstellten Produkte / Dienstleistungen	☐	☐	☐
Persönliche Probleme (z.B. Familie, Motivation, Doppelbelastung)	☐	☐	☐

Wie haben Sie versucht, die auftauchenden Schwierigkeiten zu lösen?

- ☐ Ich habe mich von Verwandten und Bekannten beraten lassen
- ☐ Ich habe externe Hilfe gesucht (Berater, Banken, Treuhänder, usw.)
- ☐ Ich habe mich von der Wirtschaftsförderung / Standortmarketing beraten lassen
- ☐ Ich habe mich weitergebildet
- ☐ Ich habe diese Aufgaben an meine Mitarbeitenden delegiert
- ☐ Ich habe meine Probleme durch geschäftliche Kooperationen gelöst
- ☐ Durchführung von Marktforschungsaktivitäten (intern oder extern)

In welcher Postleitzahl befindet sich Ihr Firmensitz?

|

Teil 2: Ihr neues Unternehmen (Fortsetzung)

Welches sind hauptsächlich Ihre Kunden?

- ☐ Privatpersonen
- ☐ Klein- und Mittelunternehmen (bis 250 Mitarbeiter)
- ☐ Grossunternehmen (über 250 Mitarbeiter)
- ☐ Nonprofit-Organisationen
- ☐ Gemeinden, Kantone oder Bund
- ☐ Andere

+

7

+



Woher kommen Ihre Kunden hauptsächlich?

- ☐ Anwohner
☐ Aus der näheren Umgebung (innerhalb Gemeinde / Stadt)
☐ Aus dem ganzen Kanton
☐ Aus mehreren Kantonen
☐ Aus der ganzen Schweiz
☐ Aus der ganzen Schweiz und dem angrenzenden Ausland
☐ Weltweit

Haben Sie einen Teil ihrer Wertschöpfungskette im Ausland? Falls ja, welchen?

- ☐ Nein
☐ Ja, und zwar:

Treffen für Sie folgende Aussagen zu?

- ☐ Ich habe neue oder stark verbesserte Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt gebracht
☐ Ich habe neue oder stark verbesserte Verfahren (zur Produktion oder zur Erbringung meiner Dienstleistung) in meinem Unternehmen eingeführt
☐ Ich habe neuartige Geschäftsmodelle eingeführt
☐ Meine Produkte oder Dienstleistungen liefern Möglichkeiten zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems

Nehmen Sie bitte Stellung zu folgenden Aussagen zu Innovationen:

	Stimme zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
Innovationen sind für meine Geschäftstätigkeit sehr wichtig	☐	☐	☐	☐
Das Know-how für Innovationen ist in meinem Unternehmen vorhanden	☐	☐	☐	☐
Das Generieren von Ideen bereitet in unserem Unternehmen keine Mühe	☐	☐	☐	☐
Das Weiterentwickeln der Ideen, bis zur eigentlichen Innovation bereitet in unserem Unternehmen keine Mühe	☐	☐	☐	☐
Die Einführung innovativer Produkte / Dienstleistungen auf dem Markt bereitet unserem Unternehmen keine Mühe	☐	☐	☐	☐
Die Finanzierung von Innovationen ist für uns unproblematisch	☐	☐	☐	☐
Es bestehen Beziehungen/Partnerschaften zu Hochschulen für den Wissenstransfer	☐	☐	☐	☐





Gibt es in Ihrem Unternehmen Bereiche oder Produkte/ Dienstleistungen, die dringend nach Innovation verlangen? Wenn ja, welche?

☐ Nein

☐ Ja, welche Produkte / Dienstleistungen sind betroffen?

Treffen für Sie folgende Aussagen zur Internationalisierung zu?

☐ Mein Unternehmen ist und bleibt auf die Schweiz fokussiert

☐ Mein Unternehmen war von Beginn an international tätig (born global)

☐ Mein Unternehmen ist im ersten Jahr international tätig geworden

☐ Mein Unternehmen hat sich nach dem ersten Betriebsjahr internationalisiert

☐ Wir planen eine Internationalisierung in den nächsten zwei Jahren

☐ Wir fokussieren uns in der Internationalisierung auf die Märkte der Nachbarländer

Bitte kreuzen Sie an inwieweit die jeweiligen Aussagen auf Sie zutreffen:

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Weiss nicht / keine Angabe
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, fühle ich mich deutlich öfter gestresst	☐	☐	☐	☐	☐
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, habe ich mehr gesundheitliche Probleme	☐	☐	☐	☐	☐
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, schlafe ich deutlich schlechter	☐	☐	☐	☐	☐
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, habe ich immer wieder das Gefühl der Überforderung	☐	☐	☐	☐	☐
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, fühle ich mich ausgeglichener und bin zufriedener und glücklicher (psychisch geht es mir besser)	☐	☐	☐	☐	☐
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, geniesse ich ein höheres Ansehen und bin unabhängiger	☐	☐	☐	☐	☐
Gesundheitliche Probleme sind für unseren Betrieb ein grosses Problem (Krankheit/Unfälle, Fehlzeiten)	☐	☐	☐	☐	☐
Falls Sie Mitarbeitende beschäftigen: Ich habe das Bedürfnis, die Gesundheit meiner Mitarbeitenden in Zukunft aktiver zu managen (im Sinne eines betrieblichen Gesundheitsmanagements)	☐	☐	☐	☐	☐

Teil 3: Der Erfolg Ihrer unternehmerischen Selbständigkeit





Anzahl Geschäftspartner	☐	☐	☐	☐	☐
Anzahl externe Kooperationspartner	☐	☐	☐	☐	☐
Umsatz	☐	☐	☐	☐	☐
Gewinn	☐	☐	☐	☐	☐

Planen Sie, in den nächsten 2 Jahren...

- ☐ ... neue oder stark verbesserte Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt zu bringen?
- ☐ ... neue oder stark verbesserte Verfahren (zur Produktion oder zur Erbringung Ihrer Dienstleistung) einzuführen?
- ☐ ... neue oder stark verbesserte Geschäftsmodelle einzuführen?

Bitte kreuzen Sie an, inwieweit die jeweiligen Aussagen zur Digitalisierung auf Sie zutreffen?

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Weiss nicht/ keine Angabe
Wir sind für die Digitalisierung gerüstet.	☐	☐	☐	☐	☐
Wir sehen den digitalen Wandel als Chance für unser Unternehmen.	☐	☐	☐	☐	☐
Wir werden in den nächsten Jahren viel Zeit/Geld in die Digitalisierung investieren.	☐	☐	☐	☐	☐
Unsere Branche wird sich durch die Digitalisierung stark wandeln in den nächsten Jahren	☐	☐	☐	☐	☐
Digitale Kanäle sind ein wichtiger Bestandteil unseres Marketings	☐	☐	☐	☐	☐

Teil 5: Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit der gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung, die das Unternehmen übernimmt.

Bei meinem Unternehmen stehen folgende Ziele im Vordergrund:

- ☐ Bei dem Unternehmen handelt es sich um ein kommerziell orientiertes Unternehmen; finanzielle Ziele stehen klar im Vordergrund (Fokus auf Profit-Maximierung).
- ☐ Das Unternehmen übernimmt gesellschaftliche Verantwortung ausserhalb des Kerngeschäfts. Bsp. Spendenaktionen, Sponsoring-Aktivitäten, Freiwilligen Programme usw.
- ☐ Das Unternehmen integriert gesellschaftliche Aspekte ins Kerngeschäft. Bsp. Vertrieb von Bioprodukten, Verzicht auf Tierversuche, Einsatz umweltverträglicher Rohmaterialien usw.
- ☐ Bei dem Unternehmen stehen gesellschaftliche Ziele im Vordergrund; Einnahmen sind Mittel zum Zweck und garantieren lediglich die finanzielle Unabhängigkeit

Falls Ihr Unternehmen sich für die Erreichung gesellschaftlicher Ziele einsetzt, für welche?



+

+

- ☐ Armut beenden, Schutz vor Armut für alle, Zugang zu Ressourcen für alle
- ☐ Hunger beenden, gesunde Ernährung für alle, Zukunft der Landwirtschaft sichern
- ☐ Gesundes Leben für alle, Aufklärung über Gesundheitsvorsorge
- ☐ Zugang zu Bildung für alle, gleiche Aufstiegschancen für Mädchen und Buben
- ☐ Gleichberechtigung für Frauen und Männer, Förderung der Chancen für Frauen
- ☐ Sauberes Wasser für alle, freier Zugang zu Trinkwasser
- ☐ Erneuerbare Energie fördern, Zugang zu Energie für alle sichern
- ☐ Nachhaltiges Wirtschaftswachstum fördern, Arbeit für alle sichern
- ☐ Zugang zu Infrastruktur für alle fördern und sichern
- ☐ Ungleichheiten zwischen Staaten verringern, Entwicklungsländer fördern
- ☐ Städte lebenswert erhalten, Zugang zu bezahlbarem Wohnraum sichern
- ☐ Ressourcen nachhaltig nutzen, nachhaltig produzieren und konsumieren
- ☐ Klimawandel einschränken, Lebensbedingungen für alle erhalten
- ☐ Meere und Meeresressourcen schützen und erhalten, Verschmutzung verringern
- ☐ Landökosysteme schützen und wiederherstellen, Artenvielfalt erhalten
- ☐ Frieden schaffen, Rechtsstaatlichkeit gewährleisten, Gewalt verringern
- ☐ Bildung von Partnerschaften, um gesellschaftliche Ziele zu erreichen

Teil 6: Statistische Angaben

Was ist Ihr Aufenthalts-Status in der Schweiz?

- ☐ Schweizerin / Schweizer
- ☐ Aufenthaltsbewilligung B
- ☐ Aufenthaltsbewilligung C
- ☐ Anderes

Haben Sie einen Migrationshintergrund?

- ☐ Nein
- ☐ Ja, in der Schweiz geboren
- ☐ 1. Generation
- ☐ 2. Generation

+

12

+



Gehen Sie neben der selbständigen Tätigkeit zusätzlich noch einer unselbständigen, bezahlten Beschäftigung nach?

☐ Nein

☒ 80

☐ 100

☒ 40

☐ 60

☒ 20

☐ Ja, ungefähr ein Pensum von (in %):

Fall Sie im Zusammenhang mit den behandelten Themen Bemerkungen haben, benutzen Sie bitte das folgende Feld.

Vielen Dank für die Beantwortung unserer Umfrage. Sie leisten damit einen

wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Unternehmertums in der Schweiz!

