

## 9 Die Vermessung des „Start-Up-Effekts“: Wie viele Unternehmen gründen die Absolventinnen und Absolventen der Hochschule Harz?

An vielen Hochschulen sind Unternehmensgründerinnen und -gründer aus dem Kreis der „Ehemaligen“ als Redner, Gäste, Experten und Dozenten für Veranstaltungen, Seminare und Gründerabende stets gefragt – so auch an der Hochschule Harz. Sie vermitteln nicht nur wertvolle Praxiserfahrungen, sondern sind auch Vorbild und Inspiration für mögliche zukünftige Gründerinnen und Gründer in der Studierendenschaft. Im Rahmen der Planung einer Veranstaltung fiel Anfang 2019 in der Stabsstelle Forschung auf, dass es immer wieder das gleiche Dutzend an Unternehmerinnen und Unternehmern ist, das für solche Termine angefragt wird – sozusagen „alte Bekannte“, die bereits während des Studiums oder direkt nach dem Abschluss unternehmerisch tätig geworden sind, nicht selten unter direkter Einbindung von Professorinnen und Professoren in einer Mentorenrolle, der gemeinsamen Beantragung von Fördermitteln und späteren kollaborativen Forschungsprojekten.

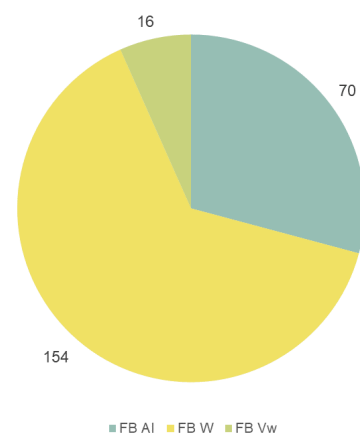
Gibt es außerhalb dieses Personenkreises denn nicht aber noch weitere erfolgreiche Gründerinnen und Gründer, die man perspektivisch für Veranstaltungen oder Projekte gewinnen könnte? Um diese Frage zu beantworten, führte das Team der Stabsstelle zunächst eine nur oberflächliche Recherche im Business-Netzwerk XING durch, mit der sich auf Anhieb 110 der Forschungsverwaltung bislang weitgehend unbekannte Alumni-Gründungen verschiedenster Größen und Branchen identifizieren ließen. Vor dem Hintergrund dieses überraschenden Ergebnisses wurde entschieden, die Suche noch einmal auf methodisch sauberer Basis zu wiederholen.

Diese erneute Recherche erbrachte dann sogar ganze 240 aktuell existierende und ehemalige Unternehmen, die von Absolventinnen und Absolventen der Hochschule Harz ins Leben gerufen wurden. Trotz der offensichtlichen Unzulänglichkeit dieser Form der Datenerhebung – schließlich sind längst nicht alle Alumni der Hochschule auf XING aktiv und längst nicht alle dortigen Profile vollständig – ließ sich im Ergebnis konstatieren, dass der „Start Up-Effekt“ der Hochschule deutlich größer als bislang bekannt ausfällt. Die in zwei Open Access-Veröffentlichungen publizierten Ergebnisse sollen nachfolgend – unter Verzicht auf theoretische Ausführungen zur Methodik der Datenerhebung – auch für den Forschungsbericht zusammengefasst werden.

Der Blick in die Verteilung der 240 Gründerinnen und Gründer auf die drei Fachbereiche zeigt erwartungsgemäß, dass der größte Fachbereich Wirtschaftswissenschaften mit etwa 56% aller Studierenden auch die meisten Ausgründungen (64,2%) hervorbringt. Einen überproportionalen Anteil hat mit 29,1% der Fachbereich Automatisierung und Informatik, während der Fachbereich Verwaltungswissenschaften mit 6,7% unterrepräsentiert ist, was mit Blick auf das dortige, auf die Belange des öffentlichen Dienstes ausgerichtete Studienangebot, jedoch nicht verwundert. Als gründungsstärkste Studiengänge stechen Tourismus (25,6% aller Gründungen), Betriebswirtschaftslehre (16,7% aller Gründungen) und Medieninfor-

matik (15,8% aller Gründungen) hervor. Mehr als zwei Drittel aller Gründungen (70,8%) erfolgen direkt im Hauptberuf, während 29,2% aller Gründerinnen und Gründer ihre Ideen erst einmal im Nebenberuf ausprobieren.

Die dargestellte Verteilung der Studiengänge spiegelt sich erkennbar in der Branchenverteilung der Gründungen wider: Während 14,6% der Gründungen im Bereich Tourismus und Freizeit angesiedelt sind, fallen 20,4% in den Bereich Medien und Kreativleistungen. Mit 29,6% aller Gründungen stellt der Bereich Consulting und Marktforschung als Domäne der klassischen BWL sowie der Wirtschaftspsychologie das wichtigste Betätigungsfeld für Gründerinnen und Gründer aus dem Kreis der Hochschulalumni dar. Zu den aus dem Erwartungsrahmen fallenden Gründungen gehören u.a. ein Erlebnisparscours für Baggerfahrten, eine Nähmaschinenwerkstatt, ein Anbieter für Outdoor Escape Games, ein Online-Handel für holländischen Kaffee und ein Hersteller von passivleuchtenden Wänden.



Verteilung der 240 Alumni-Gründerinnen und -Gründer auf die drei Fachbereiche.

BRANCHE	ANZAHL	ANTEIL
Tourismus / Freizeit / Gastronomie	35	14,6%
Versandhandel / Online-Handel	22	9,2%
Medien / Kreatives / Design	49	20,4%
Consulting / Schulungen	56	23,3%
Informatik / F&E	29	12,1%
Marketing / Marktforschung	15	6,2%
Sonstige Dienstleistungen	34	14,2%

Verteilung der Aktivitäten der Alumni-Gründerinnen und Gründern nach Branchen.

Besonders interessant gestaltete sich der Vergleich zwischen dem Jahr der Gründung und dem Jahr des jeweiligen Hochschulabschlusses der Gründerin bzw. des Gründers. Während in der öffentlichen Wahrnehmung des studentischen Start-Ups das Bild von schon während des Studiums besonders gründungsaffinen Menschen dominiert, die unmittelbar nach ihrem oder bereits im Studium unternehmerisch tätig werden (oder sogar das Studium abbrechen, nur um schneller gründen zu können), gilt für die aus der Hochschule Harz hervorgegangenen Gründungen, dass lediglich 12 von 207 Unternehmen, für die sich sowohl das Gründungs- als auch das Abschlussdatum der Gründerinnen und Gründer ermitteln ließen, direkt nach Studienende erfolgten. Ganze 44,3% der Gründungen erfolgten dagegen im Zeitraum von zwei bis fünf Jahren, weitere 33,5% im Zeitraum von sechs bis zehn Jahren nach der erfolgreichen Beendigung des Studiums. Sogar noch vor (15) oder während (25) des Studiums bzw. mehr als 10 Jahre nach dem Abschluss (25) kam es zu mehr Gründungen als direkt nach Studienende.

GRÜNDUNG	ANZAHL	ANTEIL
Vor dem Studium	15	7,2%
Während des Studiums	25	12,1%
Direkt mit Studienende	12	5,8%
1-5 Jahre nach Studienende	74	35,7%
6-10 Jahre nach Studienende	56	27,1%
11-15 Jahre nach Studienende	19	9,2%
Über 15 Jahre nach Studienende	6	2,9%

Verteilung der zeitlichen Abstände zwischen dem Studienabschluss und dem Zeitpunkt der Gründung.

Sind denn nun aber diese Gründungen in der Mehrzahl erfolgreich? Die Erhebung von Kennzahlen zu den gegründeten Unternehmen - wie etwa dem Jahresumsatz oder der Mitarbeiterzahl - wäre zwar durchaus spannend, zugleich aber nur mit sehr hohem Aufwand und mit Sicherheit nicht vollständig für alle 240 Gründungen möglich gewesen - insbesondere nicht für die bereits wieder aufgegebenen Unternehmen. Aussagen zum Erfolg der Gründungen sind daher nur indirekt über die Betrachtung ihrer Lebensdauer möglich. Gemessen daran, dass rund 80% aller deutschen Start-Ups in den ersten drei Jahren nach ihrer Gründung scheitern, schlagen sich die Gründungen der Hochschul-Alumni sehr gut: Von 218 Gründungen, für die Daten zum Gründungsjahr verfügbar sind, bestehen 163 (74,8%) bis heute fort - davon sind 124 (76,1%) bereits älter als drei Jahre. Und auch von den 55 inzwischen aufgegebenen Gründungen haben 26 (47,3%) länger als drei Jahre überdauert. Die aus dem Alumni-Kreis der Hochschule hervorgegangenen Gründungen weisen somit also eine überdurchschnittlich hohe Resilienz aus.

In jedem Fall zeigt der Blick in die Daten, dass es über Gründungen durch Alumni und Studierende noch viel zu erfahren gibt. Mit vermutlich deutlich mehr als 240 Unternehmensgründungen durch Alumni - immerhin rund 3% der bislang etwa 9.700 Absolventinnen und Absolventen - ist der "Gründungsimpact" der Hochschule Harz deutlich größer als bislang vermutet - auch, da mehr als jede fünfte Gründung in Sachsen-Anhalt bzw. direkt in der Harzregion behei-

matet ist und damit für Steuereinnahmen und Arbeitsplätze vor Ort sorgt. Dass ein Großteil der späteren Gründerinnen und Gründer erst etliche Jahre nach den Abschlussprüfungen unternehmerisch tätig wird, legt nahe, dass viele dieser Alumni sich zum Zeitpunkt ihres Studienendes noch nicht für diesen Weg entschieden hatten, sondern zunächst einige Jahre Erfahrungen in der Wirtschaft sammeln mussten, um sich über den nächsten Schritt klar zu werden. Dies wiederum impliziert, dass die Studierendenschaft der Hochschule Harz im Vergleich zu allen bisherigen Annahmen über ein deutlich größeres "Gründerpotential" verfolgt.

Dieses Potential zu heben ist Ziel des Mitte 2020 gestarteten und von Prof. Dr. Philipp David Schaller geleiteten ego.-KONZEPT-Projekts "gründerwald", das aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) finanziert wird. Im Rahmen dieses Vorhabens wird noch bis 2022 am Aufbau einer Anlaufstelle für gründungsinteressierte Studierende und Alumni gearbeitet - und daran, das Thema "Gründen" schon während des Studiums durch geeignete Lehrinhalte in den Bachelor- sowie in den Masterstudiengängen aller drei Fachbereiche präsenter werden zu lassen.

#### Publikationen zum Thema

C. Reinboth, K. Vogel & T. Lohr: [Entrepreneurial activity of graduates and students - what data is missing from university reporting?](#), in: Academia Letters, Article 698, 2021. [DOI: 10.20935/AL698]

S. Klein: [Existenzgründungsförderung durch Hochschulen](#), in: J. Stember, M. Vogelsang, P. Pongratz und A. Fink (Hrsg): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung, Verlag Springer Gabler, Wiesbaden, 2021. [DOI: 10.1007/978-3-658-33603-5\_55]

K. Vogel, T. Lohr & C. Reinboth: [Alumni-Gründungen auf der Spur](#), in: DUZ Wissenschaft und Management, Ausgabe 05/2020, S. 30-35, 2020. [DOI: 10.17613/p9td-5r75]

[Christian Reinboth]