




Global Entrepreneurship Monitor Schweiz 



Unternehmertum und Shutdown 2020



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg



Switzerland

Unternehmertum und Shutdown 2020

Impressum

Baldegger, R., Wild P., Gaudart, R., Simonet, G. (2021).

Unternehmertum und Shutdown 2020,
Hochschule für Wirtschaft Freiburg (HSW-FR), Freiburg. i. Ue.

März 2021

Hochschule für Wirtschaft Freiburg (HSW-FR); www.heg-fr.ch
Fachhochschule Westschweiz (HES-SO)
Chemin du Musée 4, 1700 Fribourg

... Abstract

Die Auswirkungen des Shutdowns vom Frühjahr/Sommer 2020 auf das Gründungsverhalten waren insofern spürbar, als die Gründerinnen und Gründer weniger Geschäftsgelegenheiten erkannten und weniger unternehmerische Vorhaben umsetzen mochten. Dies ging einher mit einer insgesamt gesteigerten Angst davor zu scheitern. Ausserdem verfolgen bereits bestehende Jungunternehmen weniger ambitionierte Wachstumsziele im Vergleich zum Vorjahr.

Es zeigt sich aber auch, dass die Krise als Opportunität wahrgenommen wurde. Die Gründungsquote, die «Total Entrepreneurial Activity» (TEA), ist mit 9.24% im Vergleich zu 2019 (9.77%) nur geringfügig geringer ausgefallen.

Die Experten stellten der Anpassungsfähigkeit der Unternehmerinnen und Unternehmer ein gutes Zeugnis aus. Überdies hebt sich die Zusammenarbeit zwischen neuen und wachsenden Unternehmen mit etablierten Unternehmen im internationalen Vergleich ebenso positiv ab¹, wie die Regierungsmassnahmen im Vergleich zu anderen Ländern als gut beurteilt, wobei Letztere im Fokus auf einzelne Aspekte noch besser abschneiden.

¹ Im dritten und vierten Quartal 2020 konnte in der Schweiz auch mehr Gründungen verzeichnet werden.





1. Einführung

Mitte März 2020 erklärte der Bundesrat aufgrund der steigenden Zahl der am Coronavirus erkrankten Personen in der Schweiz die «ausserordentliche Lage». Als Mitte Juni die ausserordentliche Lage aufgehoben wurde und die Grenzen wieder vollständig geöffnet waren, mussten alle öffentlich zugänglichen Orte und Geschäfte über Schutzkonzepte verfügen. Grossveranstaltungen blieben weiterhin verboten. Die negativen Folgen für die Wirtschaft waren bereits spürbar.

In der Zeit der landesweiten Lockerungen von Mitte Juni bis Mitte Juli 2020 wurde in der Schweiz zum dreizehnten Mal in Folge die Befragung der Bevölkerung (mind. 2000 Personen) und die Expertenbefragung zum unternehmerischen Verhalten im Rahmen des Global Entrepreneurship Monitors (GEM; www.gemconsortium.org) durchgeführt. Es wurde u. a. untersucht, inwiefern sich die erste Covid-19-Welle und der Shutdown auf das Gründungsverhalten auswirkten.



... 2. Veränderung auf das unternehmerische Verhalten: Bevölkerungsbefragung ²

Obschon sich die unternehmerischen Aktivitäten in der Bevölkerung mit Blick auf das Vorjahr nicht wesentlich veränderten, haben sich drei Monate nach Beginn der Pandemie in der Schweiz mehrere Messgrößen zur Haltung gegenüber dem Unternehmertum und dessen Wahrnehmung in der Bevölkerung wesentlich verändert. Das Erkennen von Geschäftsoportunitäten («Opportunity Recognition»), d. h., die Ansicht, ob die befragten Individuen an ihrem Wohnort eine gute Geschäftsgelegenheit wahrnehmen und in den nächsten sechs Monaten auch umsetzen könnten, hat sich von 40.6% 2019 auf 26.7% 2020 verkleinert. Dies ist als umso dramatischer zu beurteilen, da sich dieser Wert in der Regel zwischen 35% und knapp unter 50% befindet. Seit 2011 ist die Opportunity Recognition nicht mehr unter 40% gefallen. Rund ein Drittel (33.4%) derjenigen, die Geschäftsoportunitäten zu erkennen angaben, hält die Angst zu scheitern davon ab, diese Opportunität auch tatsächlich umzusetzen.

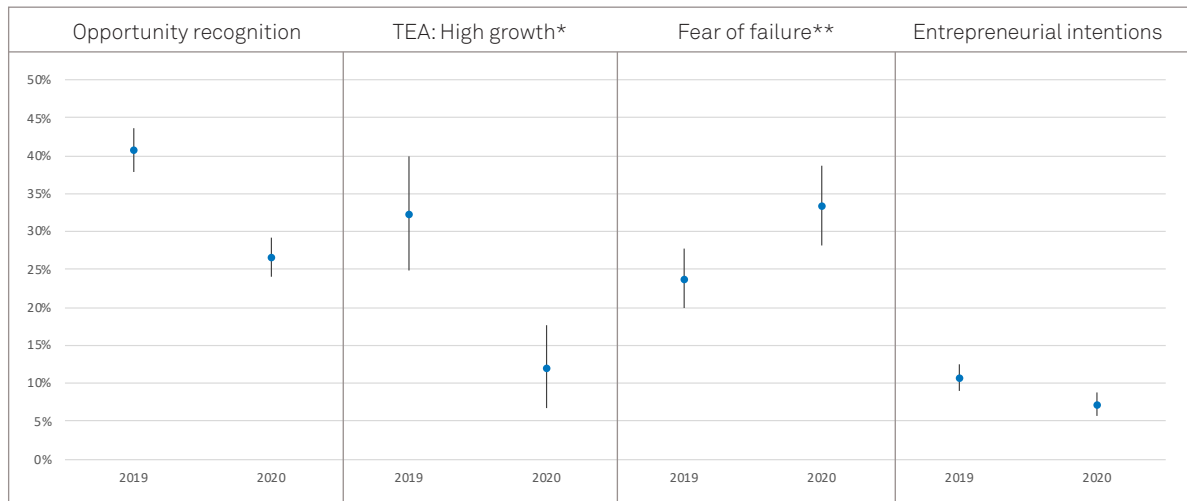
Die sogenannte «Fear of Failure» schwankt zwar von Jahr zu Jahr stark, befand sich jedoch noch im Vorjahr auf einem historischen Tiefststand von 23.8%. Auf die Frage, ob eine Unternehmensgründung in der Schweiz einfach umzusetzen sei, antworteten noch 55.5% der Befragten mit Ja, 9% weniger als 2019. Trotz der Coronakrise hegen noch immer 7.3% der befragten Erwachsenenbevölkerung im arbeitsfähigen Alter die Absicht, innerhalb der nächsten drei Jahren ein unternehmerisches Vorhaben zu realisieren (siehe Abbildung 1: Entrepreneurial Intentions), 2019 waren es hingegen 10.7%.

² Die Bevölkerungsumfrage des GEM Adult Population Survey (APS) 2020, Befragung von 2008 Personen





Abbildung 1: Mittelwertvergleiche GEM 2019 und GEM 2020 mit 95% Konfidenzintervall auf erste Linie



*Anteil der TEA (Total Entrepreneurial Activity) Stichprobe, die in den kommenden 5 Jahren mehr als 19 Arbeitsstellen schaffen wollen.

**Fear of Failure bzw. Die Angst zu scheitern unter denjenigen, die Geschäftsoportunitäten wahrnehmen.

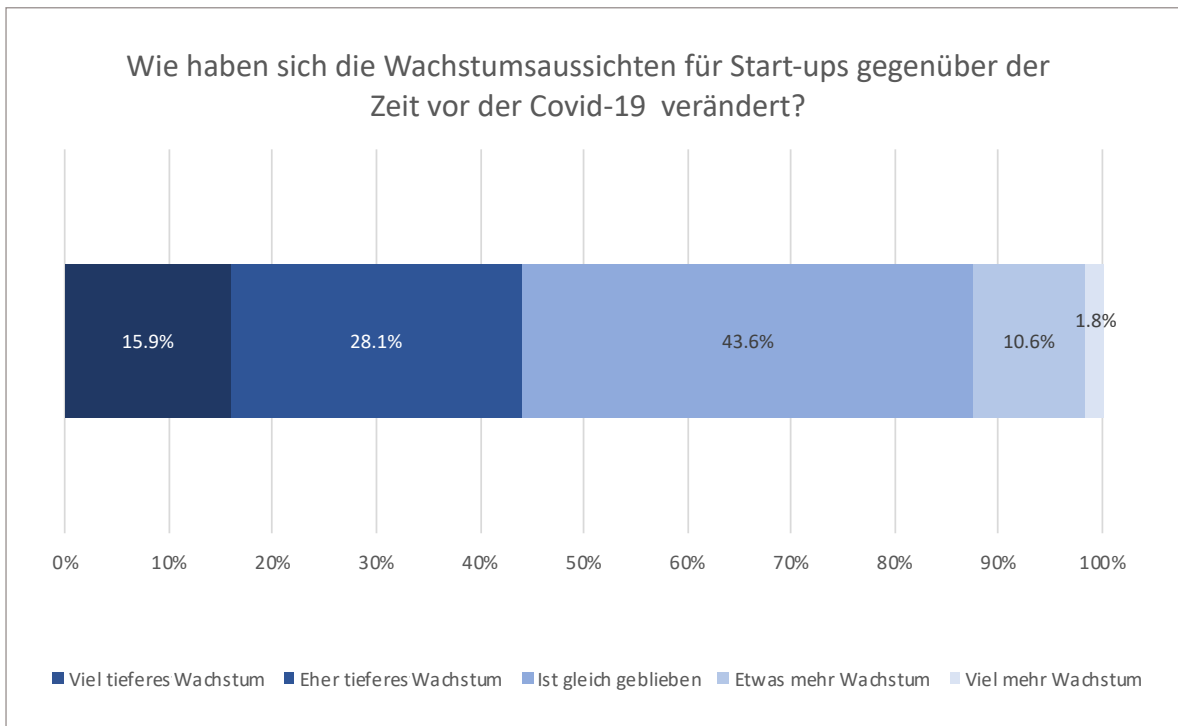
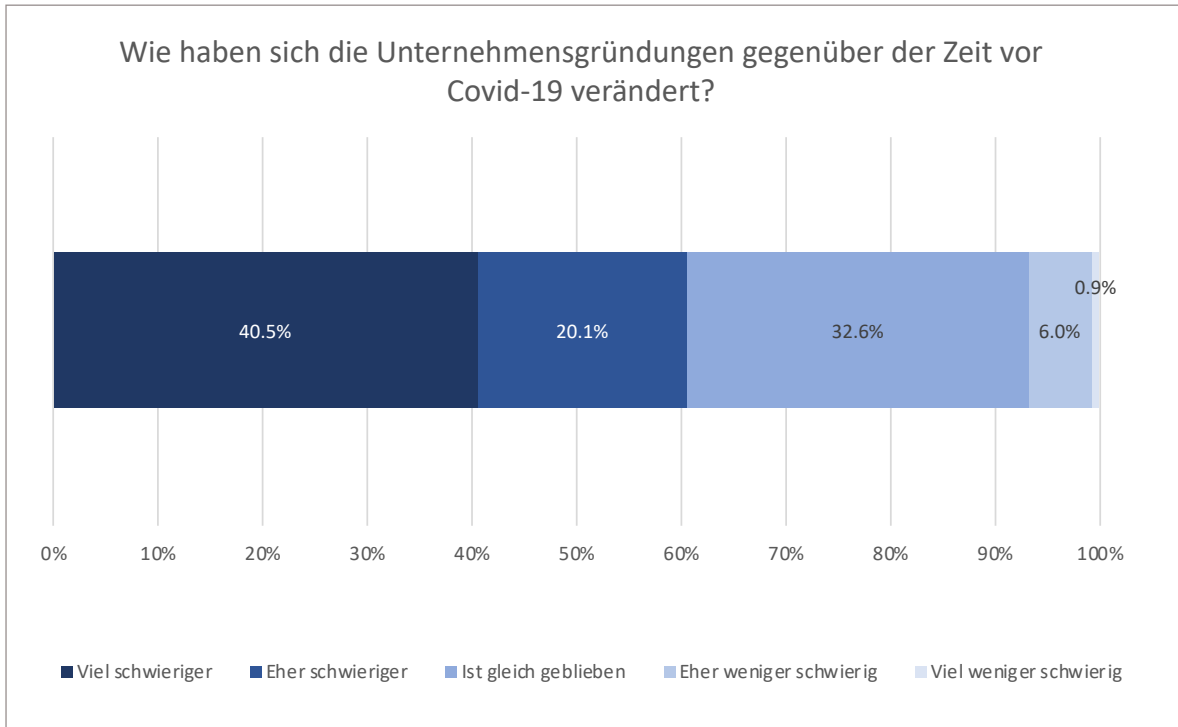
Die bereits gegründeten Jungunternehmen haben die Auswirkungen der Coronakrise selbstredend gespürt. Gerade der Anteil der Jungunternehmen mit schnellen und hohen Wachstumsaussichten hat sich drastisch vermindert. Bei der Befragung 2019 hatte noch fast ein Drittel der Jungunternehmen, deren Unternehmen nicht älter als 42 Monate sind, in den nächsten fünf Jahren mit mehr als 19 neu geschaffenen Arbeitsstellen gerechnet. Im Frühsommer 2020 kalkulierte allein eines von acht Startups (d. h. 12%) damit.

Generell rechnen 44% der Jungunternehmer aufgrund der Covid-19-Pandemie mit tieferen Wachstumsaussichten, 15.9% mit viel tieferem Wachstum. 40.5% der Jungunternehmer sind der Ansicht, dass Unternehmensgründungen aufgrund der Pandemie und deren wirtschaftlicher Folgen viel schwieriger geworden sind. Weitere 20.1% schätzen es als «eher schwieriger» ein, in der aktuellen Krise ein neues Unternehmen zu gründen.





Abbildungen 2 und 3: Angaben der Jungunternehmer (TEA)³ zu Veränderungen durch Covid-19 auf erster Linie



³ Total Entrepreneurial Activity (TEA): An der Gründung eines Unternehmens beteiligt oder Inhaber/Manager eines neuen Unternehmens gegründet in den letzten 3,5 Jahren.





Immerhin meinen mit 24.2% (8.42% voll und ganz, 15.8% eher) fast ein Viertel der befragten Jungunternehmer (TEA), dass die Coronakrise zu neuen Geschäftsgelegenheiten für ihr Unternehmen geführt hat, und sie wollen sie in den kommenden Monaten auch nutzen.

Für den Bundesrat erfreulich ist zudem, dass mit 56.3% der befragten Jungunternehmer im Frühsommer 2020 etwas mehr als die Hälfte der Ansicht waren, dass die Regierung effektiv auf die wirtschaftlichen Folgen der Pandemiekrise reagierte.





Abbildung 4: Geschäftsoportunitäten durch die Covid-19-Pandemie.

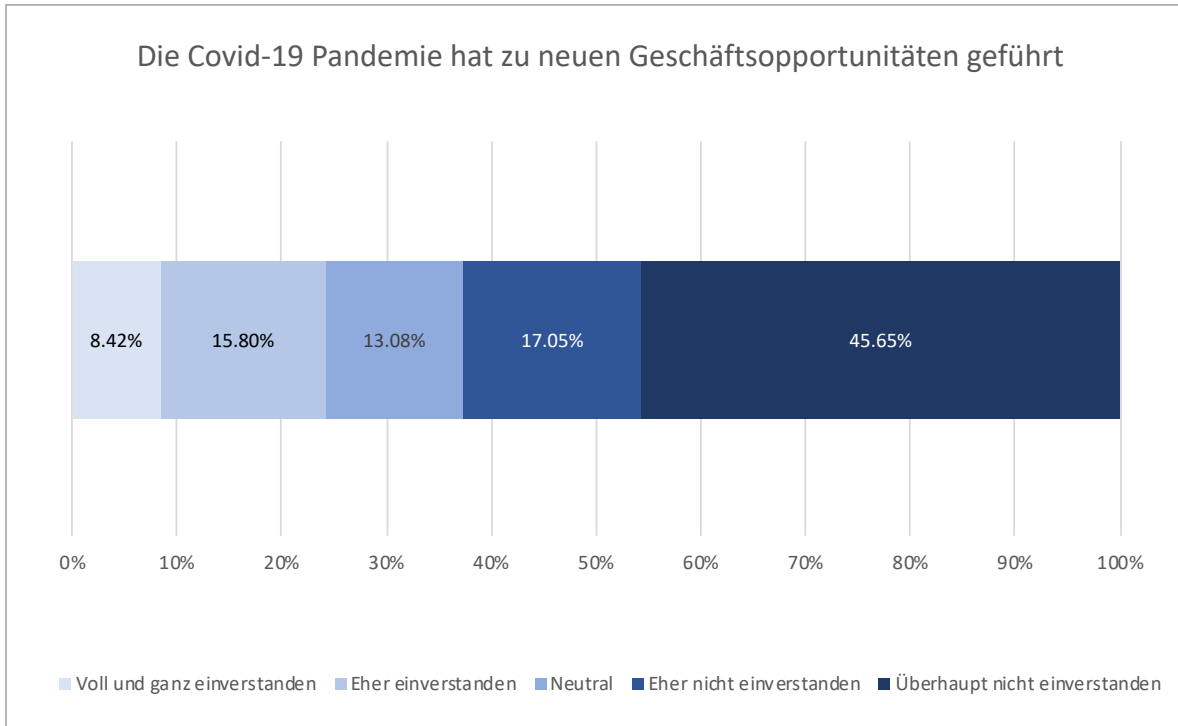
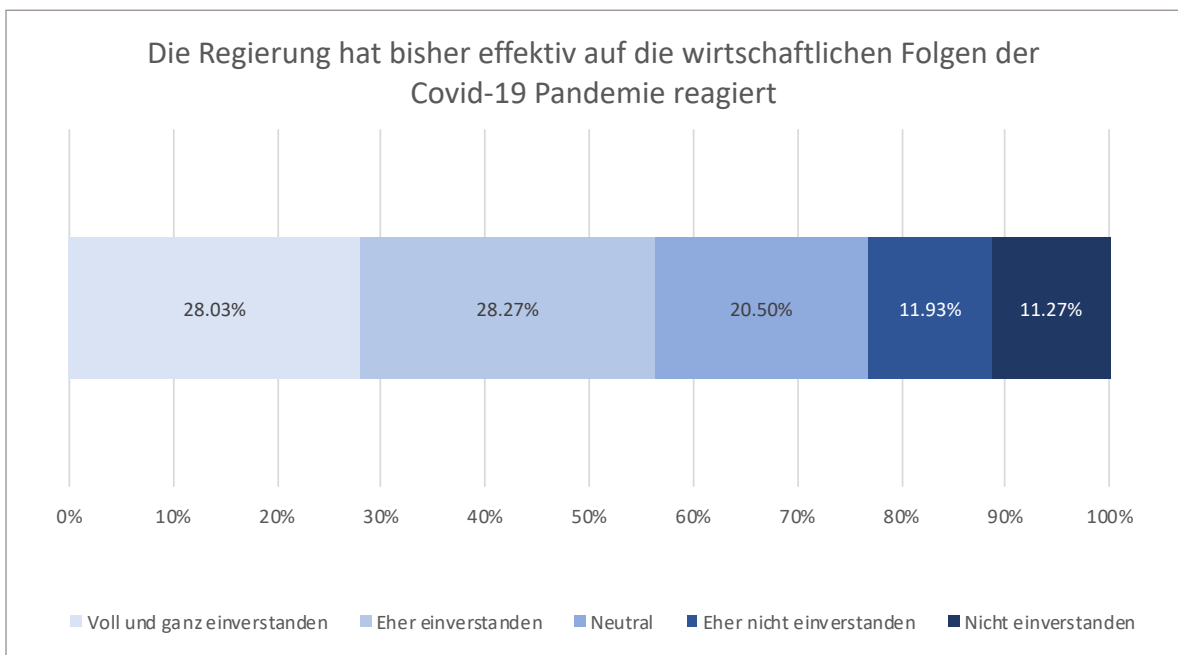


Abbildung 5: Reaktion der Regierung auf die wirtschaftlichen Folgen der Covid-19 Pandemie



..... 3. Experteneinschätzung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Shutdowns im Frühjahr/Sommer 2020

3.1 Adaptionfähigkeit neuer und wachsenden Unternehmen

Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen waren die Unternehmerinnen und Unternehmer von neuen und wachsenden Unternehmen im letzten Jahr in ihrer Anpassungsfähigkeit stark gefordert. Mithin ist interessant zu eruieren, wie die Experten in den jeweiligen Ländern diese Fähigkeit einschätzen. Beurteilt werden fünf Themenbereiche. Die folgende Zusammenstellung präsentiert den Wert für die Schweiz und den Durchschnittswert der ausgewählten Vergleichsländer⁴:

- Anwendung neuer Geschäftsvorgehen von neuen und wachsenden Unternehmen aufgrund der Covid-19-Pandemie an
– CH 7.03; Durchschnitt ausgewählter Länder 6.97
- Anpassungen in neuen und wachsenden Unternehmen von bestehenden Produkten und Dienstleistungen aufgrund der Covid-19-Pandemie
– CH 7.03; Durchschnitt ausgewählter Länder 7.22

- Erkennen vieler neue Geschäftgelegenheiten aufgrund der Covid-19-Pandemie.
– CH 6.50; Durchschnitt ausgewählter Länder 6.38
- Zusammenarbeit zwischen neuen und wachsenden Unternehmen mit etablierten Unternehmen aufgrund der Pandemie.
– CH 6.39; Durchschnitt ausgewählter Länder 5.56
- Neue und wachsende Unternehmen arbeiten aufgrund von Covid-19 zusammen an globalen sozialen Aktivitäten und stellen sich gemeinsam Herausforderungen
– CH 5.92; Durchschnitt ausgewählter Länder 5.81

Die befragten Experten vertreten die Meinung, dass die in unternehmerische Aktivitäten involvierten Personen in der Schweiz grundsätzlich erfreulich auf die Covid-19-Pandemie reagiert haben. Die Werte mit je 7.03 (auf einer Skala von 1-10) waren für die Schweiz am besten hinsichtlich **neuer Wege des Wirtschaftens**



sowie der **Anpassung der Produkte und Dienstleistungen** an die neue Situation. Die Werte differieren nicht wesentlich vom Durchschnitt der ausgewählten Vergleichsländer. Zu bemerken gilt jedoch, dass die Unterschiede innerhalb der einzelnen Länder teilweise erheblich sind und sich Nationen mit klar besserer Adaptionsfähigkeit eruieren lassen.

Im Vergleich mit den ausgewählten Ländern ist eine Divergenz markant: Die Experten in der Schweiz sehen eine **stärkere Zusammenarbeit von neuen und wachsenden Firmen mit etablierten Unternehmen** aufgrund der Covid-19-Pandemie. Für die Schweiz wird ein Wert von 6.39 verzeichnet, der klar über dem Durchschnitt (5.56) der ausgewählten Länder liegt. Die gemeinsame Krisenbewältigung beweist Solidarität unter Start-ups, KMUs und Grossbetrieben. Es bestätigt die These, dass in der Schweiz die Bedeutung eines unternehmerischen Ökosystems der Schlüssel für Erfolg und stetiges Wachstum sein kann.

Leicht über dem Ländervergleichsdurchschnitt von 6.38 etabliert sich die Schweiz mit einem Wert von 6.50 bei der Frage, **ob neue und wachsende Unternehmen aufgrund etlicher neuen Opportunitäten** erkennen. Die Identifizierung von Chancen ist während einer Pandemie eine Herausforderung, aber die Vergangenheit hat gelehrt, dass eine Krise stets Chancen birgt.

In der Frage der Zusammenarbeit bei globalen und sozialen Aktivitäten sowie Herausforderungen und Vorschlägen aufgrund der Gesundheitskrise schliesst die Schweiz gemäss Experten neuerlich mittelmässig ab. Mit einem Wert von 5.92 platziert sie sich knapp über dem Durchschnittswert von 5.81, aber dennoch liegt sie weit hinter den Top-Ländern. Obwohl sich diverse Tendenzen in Bezug auf Nachhaltigkeit und globale Herausforderungen immer stärker manifestieren, scheinen die befragten KMUs dies entweder noch nicht korrekt zu realisieren oder zu ignorieren.

⁴ Deutschland, Israel, Italien, Lettland, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, Slowenien, Spanien, USA, Vereinigtes Königreich





3.2 Beurteilung der unternehmerischen Rahmenbedingungen

Die national ergriffenen gänzlich differierenden Massnahmen der Regierungen standen seit Ausbruch der Pandemie in allen Ländern im Fokus des Interesses. Die Experten der einzelnen Länder beurteilten die Regierungsmassnahmen auf der Basis von vier Themenbereichen:

- Die Regierung hat Aktionen zum Schutz der Mitarbeitenden und Kunden von neuen und wachsenden Unternehmen dekretiert.
– CH 6.5; Durchschnitt ausgewählter Länder 5.47
- Effektive Massnahmen der Regierung, damit sich neue und wachsende Unternehmen der wirtschaftlichen Realität anpassen können.
– CH 6.11; Durchschnitt ausgewählter Länder 4.90

- Regierungsmassnahmen, die helfen, aufgrund von Covid-19 drohende massive Verluste bei neuen und wachsenden Unternehmen zu vermeiden.
– CH 5.67; Durchschnitt ausgewählter Länder 4.75

- Als Ergebnis der Covid-19-Pandemie, hat die Regierung die Digitalisierung von Reglementierungen für neue und wachsende Firmen substantiell erhöht.
– CH 5.36; Durchschnitt ausgewählter Länder 5.21

Die Expertenbeurteilung betreffend der Regierungsmassnahmen wurden in den verschiedenen Ländern sehr unterschiedlich beurteilt, wobei die Differenzen teilweise eklatant sind. Generell liegt der Wert für die Schweiz über dem Durchschnitt der Vergleichsländer, nichtsdestoweniger ist die kritischere Beurteilung der Regierungsmassnahmen im Vergleich auf die führenden Länder teilweise beachtlich.





Betrachtet man die Werte für die Schweiz (6.5) und der Vergleichsländer (5.47), betrafen die am meisten geschätzten Massnahmen der Regierungen **den Schutz von Arbeitnehmern und Kunden**. Dies ist insofern erstaunlich, als im Frühjahr 2020 keine Maskenpflicht verordnet und zunächst sogar deren Wirksamkeit in Frage gestellt wurde.

Bezugnehmend auf der Fragestellung, ob die Regierung wirksame Massnahmen für neue und wachsende Unternehmen ergriffen hat, um sich der von der COVID-19-Pandemie bedingten veränderten **wirtschaftlichen Realität** anzupassen, haben die Experten die Schweiz über dem Durchschnitt eingestuft. Mit einem Wert von 6.11 positioniert klar über dem Durchschnittswert der vergleichbaren Länder (4.90). Die Experten in den Vergleichsländern stellten den Regierungen mitunter ein viel schlechteres Zeugnis aus. Die schrittweise Salami-taktik fand bei vielen keine Zustimmung resp. monierten sie, dass gewisse Massnahmen im Vergleich zu

anderen Ländern spät und nicht konsequent umgesetzt wurden.

Anderen Regierungen erhielten deutlich bessere Zensuren.

Noch negativer wurden im Durchschnitt der Vergleichsländer die Aktivitäten zur **Vermeidung massiver Verluste** für neue und wachsende Unternehmen aufgrund der COVID-19-Pandemie wahrgenommen.

Ob die Regierung aufgrund der Pandemie die **digitale bzw. Online-Bereitstellung** für neue und wachsende Unternehmen deutlich ausgeweitet hat, sehen die Experten eher skeptisch. Das kann daran liegen, dass einerseits viele Regelungen, Weisungen, Dokumente und Informationen bereits digital verfügbar sind. Andererseits liegt die Schweiz betreffend Digitalisierung im Vergleich zu führenden Ländern im Hintertreffen. In jedem Fall befindet sich die Schweiz mit einem Score von 5,36 Prozentpunkten nur knapp über dem Durchschnitt von 5.21.



..... Appendix GEM Framework

The GEM Project

Since its beginning, one of GEM's core principles has been to explore and assess the role of entrepreneurship in national economic growth. This scope is aligned with the "Schumpeterian" view that entrepreneurs are ambitious and spur innovation, speed up structural changes in the economy, introduce new competition and contribute to productivity, job creation, and national competitiveness. However, entrepreneurship has many faces and includes initiatives that are accompanied by less ambitious business activities leading to limited or no growth.

GEM contributes to the understanding of the role played by new and small businesses in the economy by focusing on the following objectives :

- to allow for comparisons with regard to the level and characteristics of entrepreneurial activity among different economies;
- to determine the extent to which entrepreneurial activity influences economic growth within individual economies;
- to identify factors which encourage and/or hinder entrepreneurial activity;

- to guide the formulation of effective and targeted policies aimed at stimulating entrepreneurship.

GEM provides a comprehensive view of entrepreneurship across the globe by measuring the attitudes of a population, and the activities and characteristics of individuals involved in various phases and types of entrepreneurial activity.

High Income Countries 2020

Austria, Chile, Croatia, Cyprus, Germany, Greece, Israel, Italy, Latvia, Luxembourg, Netherlands, Norway, Oman, Panama, Poland, Puerto Rico, Qatar, Saudi Arabia, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Taiwan, United Arab Emirates, United Kingdom, United States, Uruguay.

How GEM Measures Entrepreneurship

GEM's focus is on individuals as units of observation: men and women who are involved in different stages of entrepreneurial dynamics. Entrepreneurship is a process comprising different phases, from intending to start, to just starting, to running new or established enterprises and even discontinuing a business.



Given that the context and conditions that affect entrepreneurship in different economies are diverse and complex, it is not possible to conclude that one phase inevitably leads to the next. The entrepreneurship process and GEM's operational definitions are illustrated in the following Figure. GEM's conceptualization of entrepreneurship as a multiphase process is useful for assessing the state of entrepreneurship at different points. This process starts with the involvement of potential entrepreneurs - those individuals who believe they possess the capabilities to start businesses, who see opportunities for entrepreneurship, and who would not be dissuaded from doing so for fear of failing. For some potential entrepreneurs, their intentions to start businesses are underpinned by the perceptions society holds of entrepreneurs, the status these individuals enjoy in their society and whether the media positively represents entrepreneurs.

The next phase is nascent entrepreneurial activity - i.e., those starting new enterprises less than three months old. Given the challenges associated with starting a new business, many fledgling businesses fail

in the first few months, hence not all nascent entrepreneurs progress to the next stage. New business owners are defined as those former nascent entrepreneurs who have been in business for more than three months, but less than three and a half years. Nascent and new business owners together account for the total early-stage entrepreneurial activity (TEA) in an economy, a key measure of GEM.

Established businesses are those that have been in existence for more than three and a half years. It is important to consider both established business owners as well as entrepreneurs who have discontinued or exited businesses because these two categories represent a key resource for other entrepreneurs (for example, by providing financing, mentorship, advice or other types of support). In addition, former entrepreneurs may re-enter entrepreneurship (serving as serial entrepreneurs) or they may join established companies and enact their entrepreneurial ambitions as employees.



Abbildung 6: GEM model of business phases and entrepreneurship characteristics

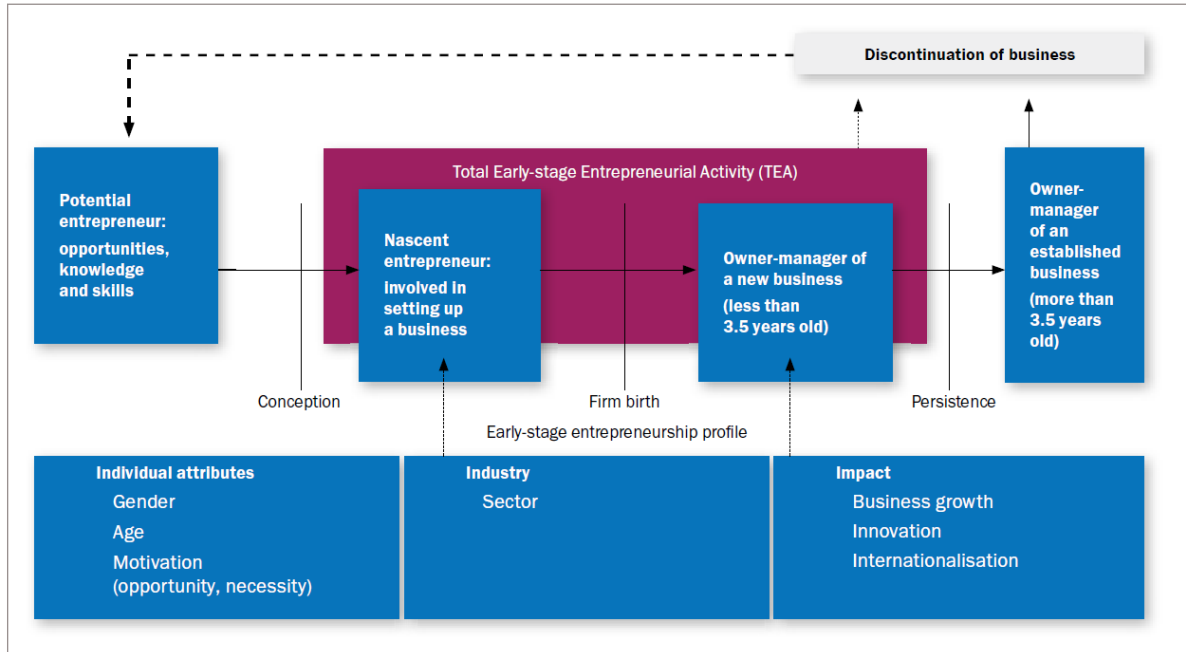
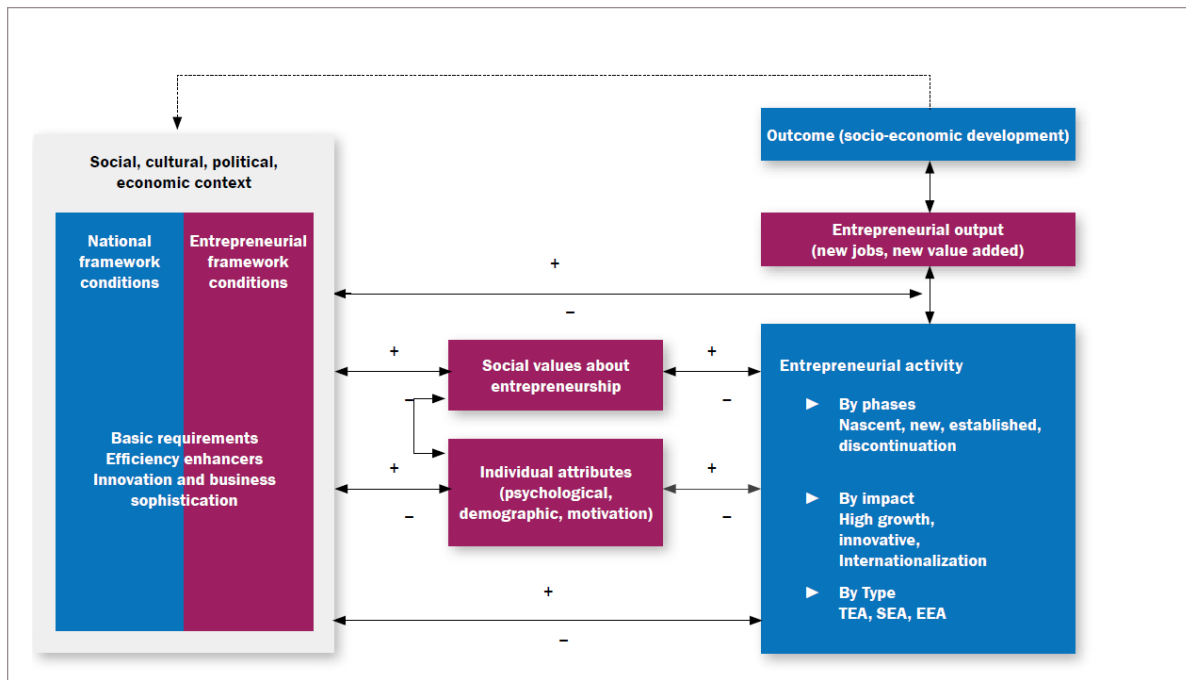


Abbildung 7: GEM Conceptual Framework and Methodology





The framework incorporates the three main components that capture the multi-faceted nature of entrepreneurship: entrepreneurial attitudes, entrepreneurial activity, and entrepreneurial aspirations. These are included as components of a «black box» that produce innovation, economic growth and job creation, without spelling out in detail how they affect and reinforce each other. Figure 7 also shows how GEM measures different components, such as entrepreneurial framework conditions using the National Experts Survey, and the entrepreneurship profiles, encompassing entrepreneurial attitudes, activity and aspirations using the adult population survey.

Adult Population Survey (APS)

Each participating economy conducts a survey of a random representative sample of at least 2,000 adults (aged 18 years and older). The surveys are conducted at the same time of year (generally between April and July) using a standardized questionnaire developed by the GEM consortium.

National Experts Survey (NES)

The NES provides insights into the entrepreneurial start-up environment in each economy with regard to the nine entrepreneurial framework conditions, namely:

- Entrepreneurial finance
- Government policies: support and relevance
- Government policies: taxes and bureaucracy
- Government entrepreneurship programs
- Entrepreneurial education at school stage
- Entrepreneurial education at post school stage
- R&D Transfer
- Commercial and legal infrastructure
- Internal market dynamics

The NES sample comprises a minimum of 36 respondents, with four experts drawn from each of the entrepreneurial framework condition categories. Out of this sample, a minimum of 25% must be entrepreneurs or business owners, and 50% must be professionals.





Additional aspects, such as geographical distribution, gender, the public versus private sector, and level of experience, are also taken into account in selecting the sample.

In addition to the APS and NES, GEM reports also make use of standardized national data from international data sources, such as the World Bank, the International Monetary Fund, and the United Nations. This information is used to add context to the report, and to explain the relationship between entrepreneurial activity and national economic growth.

The GEM conceptual framework opens the «black box» of an Entrepreneurship Profile and tests the characteristics of the assumed relationships between social values, personal attributes and forms of entrepreneurial activity.

The **social values towards entrepreneurship** include the social status of entrepreneurs, how society values entrepreneurship as a good career choice and how media attention to entrepreneurship has an impact on the development of a national entre-

preneurial culture. Individual attributes cover demographic factors (gender, age and geographic location), psychological factors (perceived capabilities and opportunities, fear of failure) and motivational aspects (necessity-based versus opportunity-based venturing). Entrepreneurial Activity defines the venture's lifecycle phases, the types of activity and the sector of the activity.

