

Abstract

Der Wirtschaftsstandort Schweiz bietet Unternehmerinnen und Unternehmern im internationalen Vergleich hervorragende Rahmenbedingungen. Trotzdem überstehen rund 50% der Jungunternehmen die ersten fünf Jahre nicht. Für die Dynamik einer florierenden Volkswirtschaft kommt der Gründung und der Entwicklung von erfolgreichen Unternehmen eine wichtige Bedeutung zu. Aus volkswirtschaftlicher Sicht stehen dabei eine möglichst hohe Wertschöpfung und die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen im Vordergrund. Die Zahlen aus dem Jahr 2012 des BfS belegen die Wichtigkeit der Jungunternehmen. So schufen neu gegründete Jungunternehmen insgesamt 13'604 Vollzeit- und 7398 Teilzeitstellen und trugen 2012 massgeblich zur hohen Beschäftigung in der Schweiz und damit auch zur Stärkung der Schweizer Volkswirtschaft bei. Aufgrund der hohen Zahl der Jungunternehmen, die die ersten fünf Jahre nicht überstehen, stellt sich zwangsläufig die Fragen nach dem wieso.

In der Wissenschaft existieren bereits Quellen, welche die Erfolgs- und Misserfolgskriterien von Jungunternehmern darlegen. Diese Master Thesis untersucht die bestehenden Faktoren und vergleicht sie, anhand von Interviews mit Experten und erfolgreichen Jungunternehmern, mit der Praxis.

Bei dieser Untersuchung zeigte sich (vgl. Abb. rechts), dass die Literatur wohl die wichtigen Themenfelder gut abdeckt, sich allerdings die entscheidenden Erfolgs- und Misserfolgskriterien auf einzelne der genannten Themenfelder beschränken.

Entscheidend sind gemäss der Untersuchung in der Praxis die Gründerperson bzw. Gründerpersonen, die Gründungsidee bzw.

das Geschäftsmodell, der Businessplan, der Verkauf, das Angebot und das Timing.

Neben der Berücksichtigung dieser kritischen Erfolgs- und Misserfolgskriterien empfiehlt der Autor dieser Master Thesis aber trotzdem noch weitere Punkte mit äusserster Achtsamkeit zu beachten. Dabei handelt es sich um die Finanzierung, das gesamte Marketing, die Wahl der Rechtsform und die Wahl der richtigen Partner und Berater.

Erfolgsfaktoren	Literatur	Praxis
Gründerperson		
Persönlichkeitsmerkmale		
Humankapital		
Gründungsmotiv		
Gründungs idee		
Strategie		
Vision		
Businessmodell		
Businessplan		
Marketing		
Markt- und Konkurrenzanalyse		
Segmentierung		
Marketinginstrumente		
Kommunikation		
Verkauf		
Finanzierung		
Finanzen		
Berater		
Timing		
Angebot		

Legende	
	Erfolgsfaktor
	wichtig, aber kein Erfolgsfaktor
	keine Nennung