

Unternehmensgründungen aus Hochschulen

Unternehmensgründungen durch Wissenschaftler und Studenten werden heutzutage als ein wesentlicher Kanal zur Kommerzialisierung akademischen Wissens angesehen. Die vorherrschende Meinung ist, dass Teile des an Universitäten und Fachhochschulen generierten Wissens nicht vollständig kodifizierbar sind und weitestgehend in Köpfen von Individuen, insbesondere in denen der Schöpfer und ihrer nächsten Umgebung, verbleiben. Dabei nimmt der Grad der Kodifizierung mit der Neuheit und der Komplexität des Wissens ab. Ironischerweise wird gleichzeitig angenommen, dass ausgerechnet Wissen mit solchen Charakteristika komparative Vorteile für Unternehmen schafft, ihre langfristige Wettbewerbsfähigkeit stärkt und somit eine der wesentlichen Determinanten nachhaltigen Wirtschaftswachstums darstellt.

Nähe und Kontakt

Grundsätzlich bedarf der Transfer solchen Wissens in die Privatwirtschaft langfristiger, persönlicher Beziehungen zwischen den involvierten Parteien. Jedoch bedarf es im Falle der Entwicklung vom Forschungslabor über den Prototyp zu einem marktfähigen Produkt des aktiven, persönlichen Engagements der jeweiligen Wissensschöpfer und -träger. Vor diesem Hintergrund stellen Unternehmensgründungen durch Wissenschaftler und Studenten in vielen Fällen die einzige Möglichkeit dar, die ökonomischen Potentiale solchen Wissens auszuschöpfen.

Universitäten und Fachhochschulen leisten mittels Unternehmensgründungen durch Wissenschaftler und Studenten einen signifikanten Beitrag zur nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung ihrer Heimatregion. Silicon Valley, der Biotechnologie Cluster in Boston, die Cambridge Technology Region sind nur einige prominente Beispiele für die Bedeutung von Unternehmensgründungen aus Hochschulen für die Regionalentwicklung.

Einerseits fördern die Nähe zur Heimathochschule und die persönlichen Kontakte zu früheren Kollegen den Zugang zu akademischem Wissen und FuE-Kooperationen, was wiederum notwendig zur Fertigstellung marktfähiger Produkte ist. Andererseits erleichtern sie den Zugang zu qualifizierten Arbeitskräften. Für kleine und finanziell schwache Unternehmen ist die Nähe zur Alma Mater insbesondere in der frühen Lebensphase von entscheidender Bedeutung.

Oft vernachlässigt werden Unternehmen, die durch Wissenschaftler und Studenten Jahre nachdem sie die Hochschule verlassen haben gegründet werden, sog. Alumni-Entrepreneurs. Dabei ist dieser Aspekt des Hochschulbeitrags wichtig. Zum einen sind höhere Bildungsabschlüsse heutzutage un-

erlässlich, insbesondere in wachstumstragenden Branchen wie Biotechnologie, ICT, Pharma, Chemie. Zum anderen kann der Beitrag von solchen Unternehmen signifikant sein, wie etwa das Beispiel des Massachusetts Institute of Technology zeigt. Die Zahl der durch Alumni-Entrepreneurs vom MIT generierten Arbeitsplätze wird auf 3,3 Mio. geschätzt, der jährliche weltweite Umsatz auf \$ 2 Billionen; eine der weltweit elft stärksten Volkswirtschaft entsprechende Wirtschaftsleistung.

In der Tat, nur ganz wenige Unternehmensgründungen erfolgen während der Beschäftigung an der Hochschule bzw. des Studiums, wohingegen die Gründungsneigung am höchsten ist bei hochqualifizierten Personen im mittleren Alter zwischen 35 und 40 Jahren. Leider sind späte Unternehmensgründer mit akademischem Background nur schwer erfassbar und die Dunkelziffer solcher Unternehmen ist unbekannt.

Risiken und Chancen

Längst nicht alle Hochschulen sind gleichermaßen geeignet als Stätten von (zukünftigen) Unternehmensgründern. Während der überwiegende Teil der Hochschulen keine oder nur wenige Unternehmensgründer hervorbringt, schaffen es nur einzelne Hochschulen, das Unternehmertum zu fördern. Zudem wagen, trotz ihres hohen Potentials, viele der potentiellen Gründer aus Hochschulen den Schritt in die Selbständigkeit nicht oder scheitern als Unternehmer:

- Auf der einen Seite implizieren die neuartigen, jedoch embryonischen Ideen, auf denen Unternehmensgründungen aus Hochschulen basieren, hohen Entwicklungsaufwand bis zur Marktreife.
- Auf der anderen Seite fehlt es den meisten Gründern an Management- und Marketingerfahrung, was die Vermarktung der Produkte und die externe Finanzierung des Unternehmens erschwert.

Die möglichen Ansatzpunkte zur Förderung von Unternehmensgründungen aus Hochschulen sind vielfältig:

- Zuerst kann das Angebot an Entrepreneurship-Kursen und -Coaching die Fähigkeiten stärken, ein Unternehmen erfolgreich zu gründen und zu führen. Auch indirektere, institutionelle Faktoren können die Gründungsrate an Hochschulen beeinflussen.
- Stärke und Anwendungsbezug der Forschung sowie formelle und informelle Beziehungen und Kooperationen mit der Industrie stimulieren die marktnahe Forschung und Entwicklung neuartiger Produkte.
- Die Ausgestaltung der geistigen Eigentumsrechte sowie das Vorhandensein, die Ausstattung und die Erfahrung einer Technologietransferstelle können eine entscheidende Rolle bei der Beratung hinsichtlich rechtli-

cher Aspekte sowie bei der Akquise von externem Kapital, insbesondere Venture Capital, spielen.

- Nicht zuletzt bestimmt der rechtliche und institutionelle Rahmen die Möglichkeiten für direkte und indirekte Förderung und Beteiligung an Unternehmen durch die Hochschulen.

Insgesamt bedarf das Schaffen einer nachhaltigen, unternehmerfreundlichen Kultur an Hochschulen, eines langfristigen und institutionalisierten Engagements, welches ein Set dezidierter und aufeinander abgestimmter Instrumente beinhaltet.

Viktor Slavtchev