

# ***Unternehmerische Tätigkeit von Absolventinnen und Absolventen der Hochschule Harz – eine qualitative Analyse öffentlicher Datenquellen***

---

*Kathleen Vogel, Thomas Lohr, Christian Reinboth  
Hochschule Harz, Stabsstelle Forschung*

## **1. Einführung**

Der Gründung von Start-Ups durch Hochschulabsolvent\*innen wird in der Diskussion um die gesamtwirtschaftlichen Effekte von Hochschulen erhebliche Bedeutung beigemessen.<sup>1</sup> Im Berichtswesen vieler Hochschulen werden Gründungen jedoch nur erfasst, wenn sie durch die Hochschule (z.B. im Kontext einer Ausgründungsförderung) begleitet wurden. Im Rahmen eines Eigenprojekts der Stabsstelle Forschung der Hochschule Harz soll der Frage nachgegangen werden, in welchem Umfang es zu nachgelagerten Unternehmensgründungen durch Absolvent\*innen kommt, die keinen Eingang in die entsprechenden Statistiken finden.

## **2. Datenerhebung**

Als Teil einer Voruntersuchung erfolgte am 17.01.2019 eine Datenerhebung über die Suchfunktion des sozialen Netzwerks XING<sup>2</sup>. Zu diesem Zeitpunkt waren ca. 7.000 ehemalige Studierende (mit und ohne Abschluss, seit Gründung der Hochschule wurden etwa 9.700 Abschlüsse vergeben) der Hochschule bei XING registriert (die genaue Anzahl ist aufgrund der Mehrfach-Verwendung verschiedener Hochschulbezeichnungen nicht bestimmbar). In 110 Alumni-Profilen war die derzeitige oder vorherige berufliche Position als Inhaber/Inhaberin, Unternehmer/Unternehmerin oder Gründer/Gründerin angegeben, 89 dieser Profile enthielten vollständige Angaben zu Jahr und Art des zuletzt erworbenen Abschlusses sowie zum Jahr der ersten Unternehmensgründung und wur-

den (anonymisiert) aus-gewertet.

Diese Auswertung stellt lediglich eine Vorstudie zur Relevanz der Thematik dar und ist an vielen Stellen methodisch unzureichend. So wurde beispielsweise die wechselnde Zuordnung von Studiengängen zu Fachbereichen nicht beachtet, auch fanden Angaben wie „Geschäftsführer“ oder „Gesellschafter“, die auf eine Gründertätigkeit hinweisen können, aber nicht müssen, keine Berücksichtigung. Zudem wurde darauf verzichtet, unvollständige Profilingaben aus anderen Quellen zu ergänzen sowie zwischen haupt- und nebenberuflichen oder erfolgreichen und gescheiterten Gründungen zu differenzieren.

### **3. Erste Ergebnisse**

Die Auswertung zeigt, dass ein Großteil der auf diesem Wege erfassten Gründungen (67,4%) durch Absolvent\*innen des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften erfolgte, wo-bei die Studiengänge Betriebswirtschaftslehre (34,8%) und Tourismusmanagement/-wirtschaft (26,9%) hervorstechen. 11,2% der Gründer\*innen studierten Medieninformatik am Fachbereich Automatisierung und Informatik (insgesamt 24,9% der erfassten Gründungen). Der Großteil der Gründungen (52,8%) erfolgte in den ersten fünf Jahren nach Studienende, lediglich 7,9% der Unternehmen wurden direkt im Abschlussjahr gegründet.

	absolute Nennungen	anteilige Nennungen
Gründung vor oder im Studium	16	17,97%
Gründung im Jahr des Abschlusses	7	7,86%
Gründung 1-5 Jahre nach Abschluss	47	52,80%
Gründung 6-10 Jahre nach Abschluss	11	12,35%
Gründung über 10 Jahre nach Abschluss	8	8,98%

Tabelle 1: Zeitlicher Abstand zwischen Abschluss- und Gründungsjahr

### **4. Ausblick**

Bereits die cursorische Auswertung der über XING verfügbaren Daten – mit allen aufgezeigten methodischen Schwächen – zeigt, dass die Hoch-

schule Absolvent\*innen hervor-bringt, die unmittelbar nach Studienende sowie in den Folgejahren eigene Unternehmen gründen. Da ein Großteil dieser Gründungen ohne Hochschulbegleitung erfolgt, findet lediglich ein Bruchteil Eingang in die diesbezüglichen Statistiken, die somit das unternehmerische Potential der Absolvent\*innen unzureichend widerspiegeln. Eine umfassendere Erhebung, die viele der angeführten Schwächen korrigiert und die zudem mit LinkedIn ein zweites karrierebezogenes soziales Netzwerk umfasst, wird bis Mitte 2019 durchgeführt.

## ***Literatur***

Holtemöller, Oliver (2015): Wirtschaftspolitische Herausforderungen für Sachsen-Anhalt: Toleranz, Talente und Technologie, in: Wirtschaft im Wandel, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung, Halle, Volume 21, Issue 3, S. 48-51.

## ***Endnoten***

1 vgl. Holtemöller (2015), S. 51

2 <http://www.xing.de>