

Studie: Migration macht unternehmerisch



Ein aktuelles WU-Forschungsprojekt untersuchte die kognitiven Folgen des Wechsels aus einem kulturellen Kontext in einen anderen. Das Ergebnis ist eindeutig: interkulturelle Erfahrungen steigern die Fähigkeit, unternehmerische Gelegenheiten zu entdecken, signifikant. Wer innovative Unternehmensgründungen fördern möchte, sollte also internationale Mobilität unterstützen. Dies gilt für temporäre Migration (z.B. Auslandssemester oder befristete berufliche Wechsel) und permanente Migration (z.B. Immigration).

Es gibt viele Beispiele von erfolgreichen Innovator/inn/en und Entrepreneuren mit Migrationshintergrund wie Andrew Carnegie, Sergey Brin (Google) oder Attila Doğudan. Die bestehende Forschung führt dies vor allem auf Selektionseffekte zurück. Wer emigriert und sich auf ein neues Leben einlässt, der ist auch sonst eher bereit, unternehmerische Risiken einzugehen.

Im Projekt von Peter Vandor, Leiter des Social Entrepreneurship Centers am WU-Kompetenzzentrum für Nonprofit-Organisationen und Social Entrepreneurship, und WU-Professor Nikolaus Franke, Leiter des Instituts für Entrepreneurship und Innovation, wurde eine andere Erklärung geprüft. Sie vermuteten, dass die interkulturelle Erfahrung selbst eine Wirkung auf kognitive Fähigkeiten hat. Wer mehr unterschiedliche Kontexte erlebt, reichert auf diese Weise seinen Wissenspool an. Dieser wiederum ist die wichtigste Basis für die Fähigkeit, unternehmerische Gelegenheiten zu finden.

Erfolgsbringerin interkulturelle Erfahrung

Um ihre Hypothese zu prüfen, entwickelten die WU-Forscher ein eigenes Testverfahren und maßen die unternehmerischen Fähigkeiten von WU-Studierenden vor und nach einem Auslandssemester. Im Zuge des standardisierten Tests mussten die Studierenden eine Aufgabenstellung lösen und Entrepreneurship-Ideen entwickeln. Die Ergebnisse wurden dann von Expert/inn/en aus dem Bereich Venture Capital im Blindverfahren bewertet.

Mehr als die Hälfte der Studierenden verbringt im Rahmen ihres Studiums ein Semester im Ausland, organisiert durch das Zentrum für Auslandsstudien der WU. Vandor und Franke verglichen die Veränderung mit einer Stichprobe, die im gleichen Zeitraum daheim geblieben war. Der Unterschied ist eindeutig: die erste Gruppe steigerte ihre unternehmerischen Fähigkeiten um 17 Prozent. Die Vergleichsgruppe veränderte sich sogar leicht negativ.

Um mehr über die genauen Gründe des Zuwachses zu erfahren, führten sie eine zweite Studie, ein sogenanntes „Priming“-Experiment mit Immigrant/inn/en durch. Dabei riefen sie in der Versuchsgruppe die Erinnerung an ihren interkulturellen Hintergrund durch eine kleine Aufgabe aktiv ins Gedächtnis zurück. Bei der Kontrollgruppe wurde dies unterlassen. Der Unterschied in der Fähigkeit, unternehmerische Gelegenheiten zu finden, war mit 26 Prozent sogar noch größer als in der ersten Studie. Vor allem aber wurden die Erklärungshypothesen bestätigt. „Zwei Effekte erklären die Wirkung von interkultureller Erfahrung: Erstens kann man bestehende, aber daheim noch nicht genutzte Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle aus dem Ausland übertragen. Und zweitens verfügt man über mehr ‚Erfahrungsbausteine‘, die man für kreative Neukombinationen, also Schumpeter’sche Innovationen nutzen kann“, erklärt Nikolaus Franke.

Ergebnisse praktisch umsetzen

Die Folgerungen liegen auf der Hand: Soll das Niveau an Innovation und Unternehmensgründungen in Österreich zukünftig angehoben werden, ist die Erhöhung der internationalen Mobilität ein besonders effektiver Ansatzpunkt. „Natürlich bietet es sich auch an, die interkulturellen Erfahrungen derjenigen zu nutzen, die ohnehin zu uns kommen“, ergänzt Peter Vandor. „So können beispielsweise auch Migrant/inn/en eine wichtige Quelle für mehr Entrepreneurship sein.“

Das Forschungsprojekt „See Paris and...found a business? The impact of cross-cultural experience on opportunity recognition capabilities“ wird demnächst im Journal of Business Venturing erscheinen, der weltweit führenden wissenschaftlichen Zeitschrift im Bereich Entrepreneurship.

Dr. Peter Vandor ist Leiter des Social Entrepreneurship Centers am Kompetenzzentrum für NPOs und Social Entrepreneurship. Er ist zudem Gründer des Social Impact Award, einer Initiative für junge Sozialunternehmer in 10 Ländern.

Univ. Prof. Dr. Nikolaus Franke ist Leiter des Instituts für Entrepreneurship und Innovation sowie akademischer Direktor des MBA zu Entrepreneurship & Innovation von WU und TU und ist wissenschaftlicher Leiter des WU Gründungszentrums.

Rückfragehinweis:

Anna Maria Schwendinger, Bakk.

Presse-Referentin

Tel: + 43-1-31336-5478

E-Mail: anna.schwendinger@wu.ac.at