5 Forschungsbereiche

5.1 Mindset im Silicon Valley

5.1.1 Zielsetzung

Ziel der Untersuchung ist herauszufinden, welche Einstellung die im Silicon Valley lebenden Personen zu ihrem Job und der Arbeitswelt haben. Konkret sollen dabei folgende Fragestellungen beantwortet werden:

(1) Es soll herausgefunden werden, welche Bedeutung die nicht erfolgreiche Umsetzung einer neuen Start-Up-Idee für einen Entrepreneur hat bzw. wie dies gesellschaftlich gesehen wird. Hierbei ist vor allem interessant, ob das „Scheitern" als notwendig für eine erfolgreiche Karriere angesehen wird oder ob die Akzeptanz zum Scheitern kaum bis gar nicht vorhanden ist.

(2) Es soll untersucht werden, inwiefern Mitarbeiter eines Unternehmens eine Bindung zu ihrem Unternehmen wahrnehmen oder ob sie keine Bindung zu ihrem Unternehmen spüren und somit auch zu einem anderen Unternehmen wechseln würden.

(3) In Anlehnung an das Zitat von Warren Buffett mit „They say in the stock market, buy into a business that's doing so well an idiot could run it, because sooner or later, one will.", soll überprüft werden, ob die vor Ort lebende Bevölkerung der Aussage zustimmt, dass es Unternehmen gibt, die von jeder Person, unabhängig davon welche Vorkenntnisse sie mitbringt, geleitet werden kann.

(4) Als letzten Punkt für dieses Kapitel soll noch herausgefunden werden, welche Faktoren für Unternehmer entscheidend sind im Silicon Valley ein neues Unternehmen zu eröffnen und auch welche Faktoren gegen eine Firmengründung im Silicon Valley sprechen. Ziel ist später außerdem einen Eindruck zu bekommen, ob im Silicon Valley eine Mehrzahl an Personen an einer eigenen Unternehmensgründung interessiert ist. Zusätzlich soll herausgefunden werden, warum Personen im Silicon Valley motivierter oder unmotivierter sind, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

5.1.2 Methodik

Um die oben genannten Zielsetzungen bzw. Fragestellungen zu beantworten, werden Befragungen durchgeführt. Befragt werden Personen, die im Silicon Valley und in der umliegenden Bay Area leben. Die Ergebnisse der Befragungen werden anschließend in die zu den Fragestellungen gehörenden Tabellen eingefügt, sodass am Ende fünf Tabellen mit den Ergebnissen zu den Fragestellungen entstehen, die anschließend hinsichtlich der Zielsetzungen ausgewertet werden.

5.1.2.1 Methodik zur Zielsetzung (1)

Bei dieser Fragestellung, welche sich auf das Scheitern einer neuen Geschäftsidee bezieht, sollen Bürger und Unternehmer des Silicon Valley befragt werden. Mit der Befragung soll der Umgang mit dem Scheitern beim Versuch des erfolgreichen Unternehmensaufbaus untersucht werden. Geklärt werden soll am

Ende, ob das Scheitern für die befragten Personen als ein harter Rückschlag angesehen wird und das Aufgeben eine Folge daraus ist oder, ob sie es eher als Ansporn sehen, ihre Idee noch einmal zu überdenken und vielleicht einen anderen Weg zur Erreichung ihres Ziels der erfolgreichen Umsetzung einer Start-Up-Idee einzuschlagen.
Zur Beantwortung der Fragestellung fragt das Team die vor Ort lebenden Bürger nach Aspekten, welche ihrer Meinung nach das Mindset im Silicon Valley ausmachen. Die Anzahl der Antworten, die jeder Befragte geben kann, wird auf zwei Antworten pro Person begrenzt. Die zugehörige Tabelle mit den erhobenen Daten soll wie folgt aufgebaut sein (siehe Tabelle 1): In der ersten Spalte wird jedem Befragten eine Nummer zugewiesen, die Antworten also durchnummeriert. In der zweiten Spalte wird das Datum der Befragung festgehalten, in der dritten Spalte wird der jeweilige Ort der Befragung eingetragen und in den Spalten vier und fünf wird die jeweilige Antwort der Befragten festgehalten.

Folgende Frage wird gestellt:

(1) Was denken Sie, welche Bedeutung hat das Scheitern für die Leute im Silicon Valley? Nennen Sie dazu maximal zwei Aspekte.
What do you think, what does failure mean to the people in the Silicon Valley? Name two aspects.

5.1.2.2 Methodik zur Zielsetzung (2)

Bei der zweiten Zielsetzung wird untersucht, welche Bindung zwischen Mitarbeitern und deren Arbeitgebern besteht, um Rückschlüsse ziehen zu können, wie groß die Identifikation und Begeisterung des Arbeitnehmers mit den Produkten des Arbeitgebers ist. Dazu werden die unten genannten Fragen gestellt, deren Antworten in einer Tabelle eingefügt werden, die wie folgt aufgebaut ist (siehe Tabelle 2 und Tabelle 3): In der ersten Spalte werden die Antworten durchnummeriert, in der zweiten Spalte wird das Datum der Befragung festgehalten, in der dritten Spalte der jeweilige Ort der Befragung und in der vierten Spalte die jeweilige Antwort des Befragten. Die erste Frage kann lediglich mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden, bei der zweiten Frage kann eine Motivation angegeben werden, die bei der Auswertung hinsichtlich Geld, Spaß, Selbstentwicklung, Veränderung und Sonstiges klassifitiert wird.

Folgende zwei Fragen werden gestellt:

(2) Können Sie sich vorstellen, zu einem Konkurrenzunternehmen zu wechseln?
Could you imagine to quit your job and work for an opponent company?

(3) Welche Motivation haben Sie in Ihrem Unternehmen zu arbeiten?
What is your motivation to work in your company?

5.1.2.3 Methodik zur Zielsetzung (3)

Die Frage (4) zur dritten Zielsetzung soll ermitteln, ob die Befragten meinen, dass jeder Mensch, egal welche Erfahrung er oder sie bereits gesammelt hat, in der Lage ist ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Daraus wird nachher gefolgert, ob nach Meinung der Befragten die Produktidee eines Unternehmens zählt oder ob der Chef für den Erfolg eines Unternehmens entscheidend ist. Dies ist gerade im Bereich

des Silicon Valley interessant, da hier eine große Anzahl an erfolgreichen Unternehmen sitzt und mit dieser Frage das Erfolgskonzept ein Stück weit untersucht werden kann. Zu dieser Frage werden auch Teile des Zitats von Warren Buffet mit „Buy into a business that's doing so well an idiot can run it, because sooner or later, one will", erwähnt. Dies soll als Aufhänger zur Beantwortung der unten genannten Frage dienen. Die Frage kann lediglich mit „Ja" oder „Nein" beantwortet werden. Die gegebenen Antworten werden anschließend in eine Tabelle mit folgenden Aufbau eingefügt (siehe Tabelle 4): In der ersten Spalte werden die Antworten durchnummeriert, in der zweiten Spalte wird das jeweilige Datum der Befragung festgehalten, in der dritten Spalte wird der jeweilige Ort der Befragung eingetragen und in der vierten Spalte wird die Antwort des Befragten notiert.

Folgende Frage wird gestellt.

(4) Denken Sie, dass jede Person ein erfolgreiches Unternehmen leiten kann, wenn die Idee dahinter einfach genug ist?
Do you think that any idiot can run a business, when the idea behind is simple enough?

5.1.2.4 Methodik zur Zielsetzung (4)

Frage (5) und (6) der vierten Zielsetzung zielen auf die Frage ab, ob sich die vor Ort lebenden Menschen bereits mit dem Gedanken der eigenen Unternehmensgründung im Silicon Valley und der Bay Area beschäftigt haben und welche Argumente ihrer Meinung nach für eine Unternehmensgründung in dem Gebiet sprechen und welche dagegen. Mit den gewonnenen Daten sollen anschließend Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Willens der Menschen ein Unternehmen zu gründen gezogen werden. Frage (5) ist auf die Antwortmöglichkeiten „Ja" und „Nein" beschränkt, während Frage (6) nur jeweils ein Pro- und ein Kontraargument zulässt, die anschließend nach den unten genannten Beantwortungsoptionen klassifiziert werden, um eine einfache Auswertung zu ermöglichen. Die gewonnenen Antworten werden in einer Tabelle gesammelt, die wie folgt aufgebaut ist (siehe Tabelle 5): In der ersten Spalte werden die Antworten auf die Frage (5) eingetragen, die zweite Spalte wird nochmals in zwei Unterspalten aufgegliedert, in die dann die Pro- und Kontraargumente eingetragen werden.

Folgende Fragen werden zur Beantwortung der Zielsetzungen verwendet:

(5) Sind Sie unternehmerisch aktiv, besaßen einst den Gedanken oder haben sich einiges Wissen zum Thema Unternehmungsgründung angeeignet?
Are you or have you ever thought of being an entrepreneur, and do you have any knowledge concerning the idea of founding a company?

(6) Können Sie uns ein Pro- bzw. ein Kontraargument zur Gründung eines Unternehmens im Silicon Valley nennen?
Could you please name up to two pro- and contra arguments concerning the idea of starting a business here in the Silicon Valley?

Die Antworten der zweiten Frage werden den folgenden Beantwortungsoptionen zugeordnet:

Für die Proargumente:

- innovative Umgebung
- fachlich gut ausgebildete Arbeitskräfte
- Venture Capital
- Freiheit
- gute Universitäten
- einfache Hilfestellung verfügbar

Für die Kontraargumente:

- teuer
- Bubble
- Übersättigung
- Risiko
- Konkurrenz

5.1.3 Datenerhebung

5.1.3.1 Daten zur Zielsetzung (1)

Nr.	Datum	Ort	Bedeutung des Scheiterns 1	Bedeutung des Scheiterns 2
1	04.06.18	Stanford	kein Durchhaltevermögen	
2	04.06.18	Stanford	Schicksal	Klausuren nicht bestehen
3	04.06.18	Stanford	fehlende Disziplin	dazu lernen
4	04.06.18	Stanford	Optimismus	Überschätzung
5	06.06.18	Apple	keine Definition für Scheitern	immer neue Möglichkeiten
6	06.06.18	Apple	Freunde	finanzielle Gründe
7	06.06.18	Apple	Geld	Umwelt
8	06.06.18	Santa Clara	Produkte werden nicht angenommen	
9	06.06.18	Santa Clara	keine Antwort	
10	06.06.18	Google	keine Antwort	
11	06.06.18	Google	man wächst an seinen Fehlern	
12	07.06.18	EXPE	Prozess des Entwickelns und Verbesserns	Teil des Lebens
13	07.06.18	EXPE	Atmosphäre von Stanford	
14	07.06.18	EXPE	Fortschritt	gibt die Möglichkeit, die Idee zu recyclen
15	07.06.18	EXPE	besser als zu viel Angst vor dem Versuch	kein komplettes Versagen
16	07.06.18	EXPE	normal	
17	08.06.18	EXPE	nichts Schlechtes	
18	08.06.18	Ebay	nächstes Mal härter arbeiten	bedeutet nicht viel
19	08.06.18	Ebay	nicht stark genug versucht	
20	08.06.18	Ebay	verlieren	demotivierend
21	08.06.18	Santa Clara	man verliert nie wirklich	
22	08.06.18	Santa Clara	können ihren Wunsch nicht erfüllen	
23	08.06.18	Santa Clara	können ihren Wunsch nicht erfüllen	
24	08.06.18	Santa Clara	Tod	
25	08.06.18	Santa Clara	Geld verlieren	
26	11.06.18	Berkeley	lernen	
27	11.06.18	Berkeley	lernen	
28	11.06.18	Berkeley	lernen	

29	11.06.18	Berkeley	man ist nicht der Beste	
30	11.06.18	Berkeley	lernen	
31	11.06.18	Berkeley	nicht stark genug versucht	
32	11.06.18	Berkeley	lernen	
33	11.06.18	Berkeley	man hat keinen Job	
34	11.06.18	Berkeley	kaputt	
35	11.06.18	Berkeley	pleite	
36	11.06.18	Berkeley	lernen	
37	11.06.18	Berkeley	kein Geld	
38	11.06.18	Berkeley	Geld verlieren	
39	11.06.18	Berkeley	Erfahrung	
40	11.06.18	Berkeley	lernen	
41	11.06.18	Berkeley	lernen	
42	11.06.18	Berkeley	lernen	
43	11.06.18	Berkeley	Geld verlieren	
44	11.06.18	Berkeley	Atmosphäre	
45	11.06.18	Berkeley	keine Definition für Scheitern	
46	11.06.18	Berkeley	lernen	
47	11.06.18	Berkeley	pleite	
48	11.06.18	Berkeley	besser versuchen als nichts tun	
49	11.06.18	Berkeley	man wächst an seinen Fehlern	
50	11.06.18	Berkeley	lernen	

Tabelle 1: Mindset – Datensätze zur Zielsetzung (1)

5.1.3.2 Daten zur Zielsetzung (2)

Nr.	Datum	Ort	Antwort
1	05.06.18	Palo Alto	Nein
2	05.06.18	Palo Alto	Ja
3	05.06.18	Palo Alto	Ja
4	05.06.18	Palo Alto	Ja
5	05.06.18	Palo Alto	Ja
6	05.06.18	Palo Alto	Nein
7	05.06.18	Palo Alto	Nein
8	05.06.18	Palo Alto	Nein
9	05.06.18	Palo Alto	Nein
10	05.06.18	Palo Alto	Nein
11	06.06.18	Apple	Nein
12	06.06.18	Apple	Nein
13	06.06.18	Santa Clara	Ja
14	06.06.18	Google	Ja
15	06.06.18	Google	Ja
16	07.06.18	EXPE	Nein
17	07.06.18	EXPE	Ja

Nr.	Datum	Ort	Antwort
26	08.06.18	Santa Clara	Ja
27	08.06.18	Santa Clara	Nein
28	11.06.18	Berkeley	Nein
29	11.06.18	Berkeley	Ja
30	11.06.18	Berkeley	Nein
31	11.06.18	Berkeley	Ja
32	11.06.18	Berkeley	Nein
33	11.06.18	Berkeley	Nein
34	11.06.18	Berkeley	Ja
35	11.06.18	Berkeley	Nein
36	11.06.18	Berkeley	Nein
37	11.06.18	Berkeley	Nein
38	11.06.18	Berkeley	Nein
39	11.06.18	Berkeley	Nein
40	11.06.18	Berkeley	Nein
41	11.06.18	Berkeley	Nein
42	11.06.18	Berkeley	Nein

18	07.06.18	EXPE	Nein
19	07.06.18	EXPE	Nein
20	07.06.18	EXPE	Ja
21	08.06.18	Ebay	Ja
22	08.06.18	Ebay	Nein
23	08.06.18	Ebay	Nein
24	08.06.18	Santa Clara	Ja
25	08.06.18	Santa Clara	Ja

43	11.06.18	Berkeley	Nein
44	11.06.18	Berkeley	Ja
45	11.06.18	Berkeley	Nein
46	11.06.18	Berkeley	Nein
47	11.06.18	Berkeley	Ja
48	11.06.18	Berkeley	Ja
49	11.06.18	Berkeley	Nein
50	11.06.18	Berkeley	Nein

Tabelle 2: Mindset – Datensätze zur ersten Frage der Zielsetzung (2)

Nr.	Datum	Ort	Grund
1	05.06.18	Palo Alto	Vorteile
2	05.06.18	Palo Alto	gute Bezahlung
3	05.06.18	Palo Alto	guter Boss
4	05.06.18	Palo Alto	Vertrauen
5	05.06.18	Palo Alto	Vorteile
6	05.06.18	Palo Alto	Student
7	05.06.18	Palo Alto	will etwas verändern
8	05.06.18	Palo Alto	guter Boss
9	05.06.18	Palo Alto	gute Kunden
10	05.06.18	Palo Alto	Spaß am Job
11	06.06.18	Apple	nette Arbeitskollegen
12	06.06.18	Apple	neue Horizonte
13	06.06.18	Google	Menschen helfen
14	06.06.18	Google	Geld
15	06.06.18	Google	coole Leute
16	07.06.18	EXPE	Selbstentwicklung
17	07.06.18	EXPE	Geld
18	07.06.18	EXPE	Spaß am Job
19	07.06.18	EXPE	nette Arbeitskollegen
20	07.06.18	EXPE	Geld
21	08.06.18	EXPE	keine Antwort
22	08.06.18	EBAY	offene Menschen
23	08.06.18	EBAY	Geld
24	08.06.18	EBAY	Wissen
25	08.06.18	EBAY	Firmenimage

Nr.	Datum	Ort	Grund
26	08.06.18	Santa Clara	Geld
27	08.06.18	Santa Clara	Geld
28	11.06.18	Santa Clara	coole Leute
29	11.06.18	Santa Clara	Geld
30	11.06.18	Berkeley	Spaß am Job
31	11.06.18	Berkeley	Geld
32	11.06.18	Berkeley	Geld
33	11.06.18	Berkeley	Spaß am Job
34	11.06.18	Berkeley	will etwas verändern
35	11.06.18	Berkeley	Spaß am Job
36	11.06.18	Berkeley	Menschen helfen
37	11.06.18	Berkeley	Geld
38	11.06.18	Berkeley	Spaß am Job
39	11.06.18	Berkeley	Spaß am Job
40	11.06.18	Berkeley	wissen
41	11.06.18	Berkeley	will etwas verändern
42	11.06.18	Berkeley	will etwas verändern
43	11.06.18	Berkeley	Geld
44	11.06.18	Berkeley	Wissen
45	11.06.18	Berkeley	Geld
46	11.06.18	Berkeley	will etwas verändern
47	11.06.18	Berkeley	Spaß am Job
48	11.06.18	Berkeley	Geld
49	11.06.18	Berkeley	will etwas verändern
50	11.06.18	Berkeley	guter Chef

Tabelle 3: Mindset – Datensätze zur zweiten Frage der Zielsetzung (2)

5.1.3.3 Daten zur Zielsetzung (3)

Nr.	Datum	Ort	Antwort
1	5.6.18	Stanford	Ja
2	5.6.18	Stanford	Nein
3	5.6.18	Stanford	Nein
4	5.6.18	Stanford	Ja
5	5.6.18	Palo Alto	Nein
6	5.6.18	Palo Alto	Nein
7	5.6.18	Palo Alto	Nein
8	5.6.18	Palo Alto	Ja
9	5.6.18	Palo Alto	Nein
10	5.6.18	Palo Alto	Nein
11	5.6.18	Palo Alto	Nein
12	5.6.18	Palo Alto	Nein
13	5.6.18	Palo Alto	Nein
14	6.6.18	Apple	Nein
15	6.6.18	Apple	Nein
16	6.6.18	Santa Clara	Nein
17	6.6.18	Google	Nein
18	6.6.18	Google	Nein
19	7.6.18	EXPE	Nein
20	7.6.18	EXPE	Nein
21	7.6.18	EXPE	Nein
22	7.6.18	EXPE	Ja
23	7.6.18	EXPE	Nein
24	8.6.18	Ebay	Nein
25	8.6.18	Ebay	Ja

Nr.	Datum	Ort	Antwort
26	08.06.18	Ebay	Ja
27	08.06.18	Santa Clara	Ja
28	08.06.18	Santa Clara	Ja
29	08.06.18	Santa Clara	Ja
30	11.06.18	Berkeley	Nein
31	11.06.18	Berkeley	Nein
32	11.06.18	Berkeley	Ja
33	11.06.18	Berkeley	Ja
34	11.06.18	Berkeley	Nein
35	11.06.18	Berkeley	Ja
36	11.06.18	Berkeley	Nein
37	11.06.18	Berkeley	Nein
38	11.06.18	Berkeley	Nein
39	11.06.18	Berkeley	Nein
40	11.06.18	Berkeley	Nein
41	11.06.18	Berkeley	Nein
42	11.06.18	Berkeley	Nein
43	11.06.18	Berkeley	Nein
44	11.06.18	Berkeley	Nein
45	11.06.18	Berkeley	Nein
46	11.06.18	Berkeley	Nein
47	11.06.18	Berkeley	Ja
48	11.06.18	Berkeley	Nein
49	11.06.18	Berkeley	Nein
50	11.06.18	Berkeley	Ja

Tabelle 4: Mindset - Datensätze zur Zielsetzung (3)

5.1.3.4 Daten zur Zielsetzung (4)

Nr.	Sind Sie unternehmerisch aktiv, besaßen einst den Gedanken oder haben sich einiges Wissen zum Thema Unternehmungsgründung angeeignet?	Können Sie ein Pro- und ein Kontraargumente zum Standpunkt Silicon Valley in Bezug auf eine Unternehmensgründung nennen?	
		Pro	Kontra
1	Nein	innovative Umgebung	teuer
2	Nein	fachlich gut ausgebildete Personen	Bubble
3	Nein	gute Universität	Bubble
4	Ja	innovative Umgebung	teuer
5	Ja	innovative Umgebung	teuer
6	Ja	innovative Umgebung	Übersättigung
7	Ja	innovative Umgebung	Übersättigung
8	Ja	Venture Capital	Risiko
9	Ja	innovative Umgebung	Übersättigung

10	Nein	innovative Umgebung	Risiko
11	Ja	Venture Capital	Übersättigung
12	Ja	innovative Umgebung	Konkurrenz
13	Ja	innovative Umgebung	Übersättigung
14	Ja	Freiheit	Risiko
15	Ja	innovative Umgebung	Risiko
16	Ja	Freiheit	Bubble
17	Nein	gute Universität	teuer
18	Ja	innovative Umgebung	teuer
19	Ja	einfache Hilfestellung verfügbar	Konkurrenz
20	Ja	innovative Umgebung	Teuer
21	Nein	gute Universität	Teuer
22	Ja	fachlich gut ausgebildete Personen	Bubble
23	Ja	Freiheit	Konkurrenz
24	Ja	Freiheit	Risiko
25	Ja	fachlich gut ausgebildete Personen	Bubble
26	Ja	Venture Capital	Konkurrenz
27	Nein	gute Universität	Konkurrenz
28	Nein	Venture Capital	Übersättigung
29	Nein	gute Universität	Teuer
30	Ja	gute Universität	Konkurrenz
31	Ja	innovative Umgebung	Übersättigung
32	Nein	einfache Hilfestellung verfügbar	Teuer
33	Ja	innovative Umgebung	Übersättigung
34	Ja	fachlich gut ausgebildete Personen	Konkurrenz
35	Nein	Venture Capital	Risiko
36	Nein	Venture Capital	Übersättigung
37	Ja	Venture Capital	teuer
38	Nein	einfache Hilfestellung verfügbar	teuer
39	Ja	Freiheit	teuer
40	Nein	Freiheit	Konkurrenz
41	Ja	gute Universität	Konkurrenz
42	Ja	gute Universität	Risiko
43	Ja	gute Universität	teuer
44	Nein	innovative Umgebung	teuer
45	Ja	gute Universität	Konkurrenz
46	Nein	gute Universität	Konkurrenz
47	Nein	fachlich gut ausgebildete Personen	Konkurrenz
48	Nein	einfache Hilfestellung verfügbar	teuer
49	Nein	Venture Capital	Risiko
50	Nein	innovative Umgebung	Risiko
51	Ja	Freiheit	Übersättigung
52	Ja	fachlich gut ausgebildete Personen	Übersättigung

53	Ja	innovative Umgebung	Konkurrenz
54	Nein	innovative Umgebung	Risiko
55	Ja	innovative Umgebung	teuer
56	Ja	Freiheit	teuer
57	Ja	gute Universität	teuer
58	Nein	gute Universität	Risiko
59	Ja	Venture Capital	Risiko
60	Ja	innovative Umgebung	Konkurrenz
61	Ja	Venture Capital	Konkurrenz
62	Ja	fachlich gut ausgebildete Personen	Übersättigung
63	Nein	Venture Capital	teuer
64	Ja	gute Universität	Bubble
65	Nein	einfache Hilfestellung verfügbar	Bubble
66	Ja	Freiheit	Übersättigung

Tabelle 5: Mindset - Datensätze zur Zielsetzung (4)

5.1.4 Auswertung und Bewertung

5.1.4.1 Auswertung und Bewertung zur Zielsetzung (1)

Festgestellt hat das Forscherteam, dass das Scheitern im Silicon Valley oft nicht als negativer Aspekt betrachtet wird, sondern eher als positiver Lernprozess oder als ein alltägliches Ereignis. Dies ist in der untenstehenden Untersuchung des Forscherteams in Abbildung 1 zu erkennen. Auch in Deutschland ist die Einstellung gegenüber dem Scheitern positiv wie Abbildung 2 zeigt. Jedoch hat das Forscherteam durch Recherchen herausgefunden, dass es in Deutschland je nach Bundesland unterschiedliche Ansichten gibt (siehe Abbildung 3) was den Vergleich mit dem Silicon Valley schwierig werden lässt. Auch das Alter und der Bildungsstand der befragten Person ist beim Umgang mit Scheitern entscheidend (siehe Abbildung 2 und Abbildung 4). So beurteilen jüngere Menschen Fehlschläge positiver als ältere, was vermutlich mit moderneren Denkweisen, welche sich erst vor kurzem etabliert haben, zurückzuführen ist.

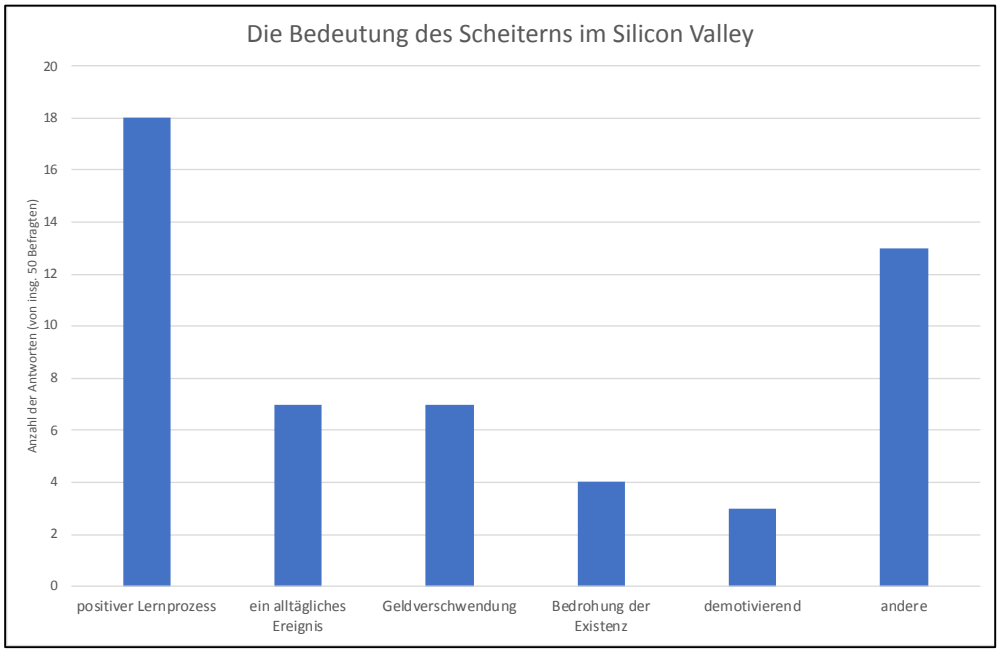

Abbildung 1: Bedeutung des Scheiterns im Silicon Valley

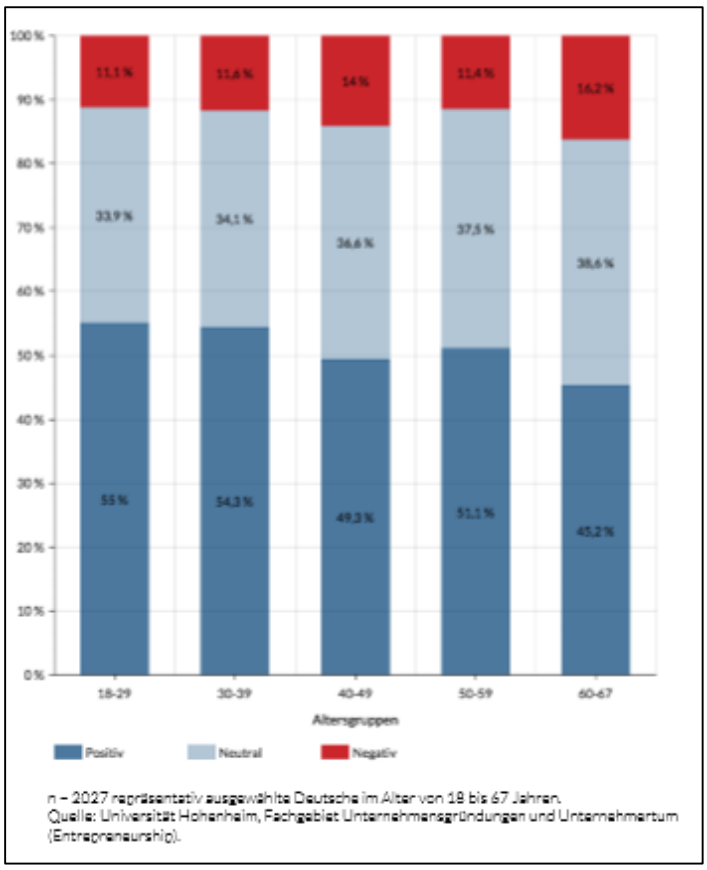

Abbildung 2: Einstellung zu unternehmerischen Fehlschlägen nach Altersgruppen in Deutschland[1]

[1] Untersuchung der Universität Hohenheim, http://www.neue-unternehmerkultur.de/, abgerufen am 12.06.2018.

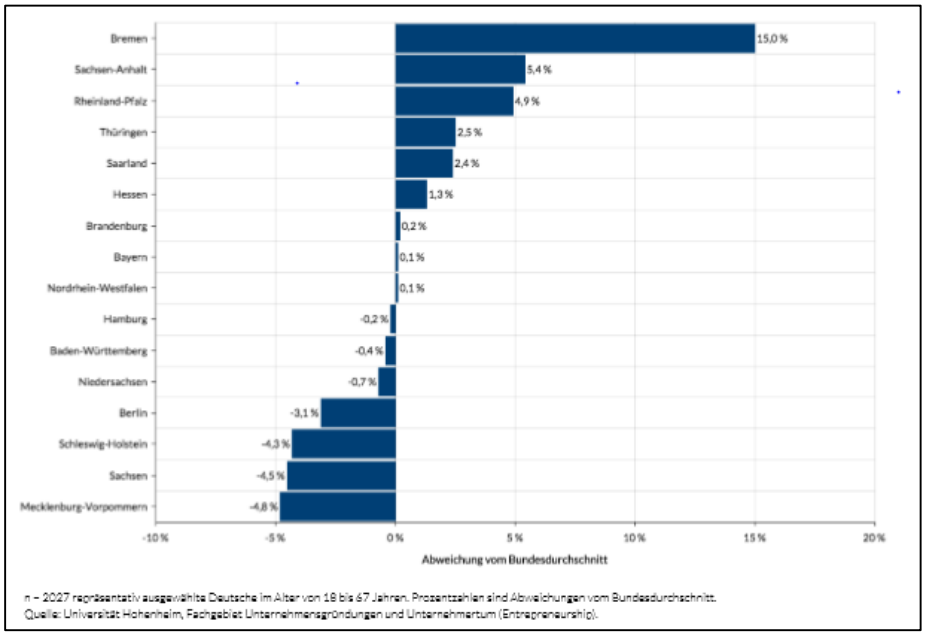

Abbildung 3: Einstellung zu unternehmerischen Fehlschlägen nach Bundesland in Deutschland[2]

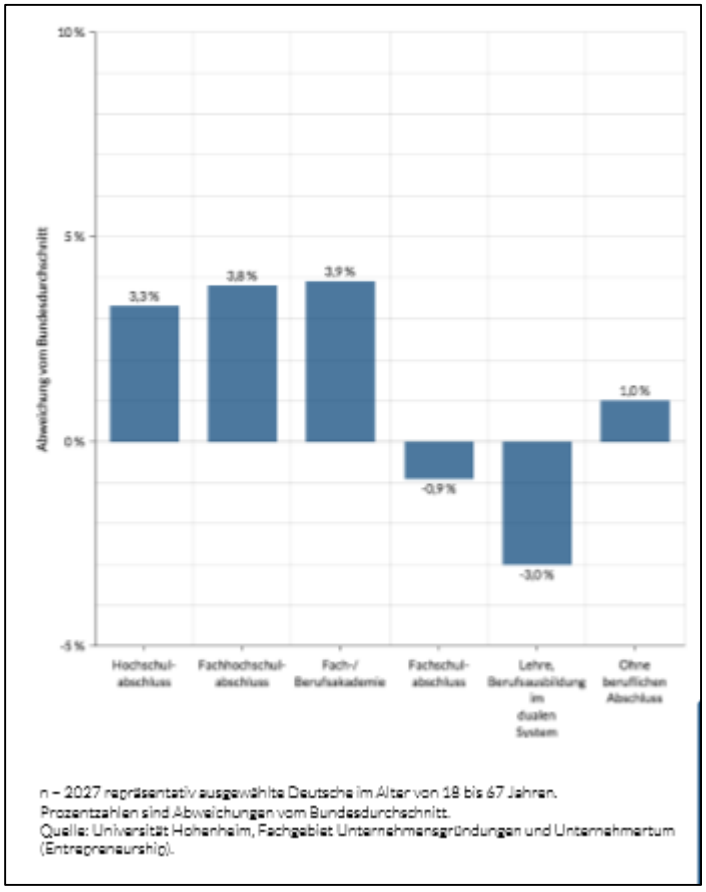

Abbildung 4: Einstellung zu unternehmerischen Fehlschlägen nach Bildungsstand in Deutschland[3]

[2] Untersuchung der Universität Hohenheim, http://www.neue-unternehmerkultur.de/, abgerufen am 12.06.2018.
[3] Untersuchung der Universität Hohenheim, http://www.neue-unternehmerkultur.de/, abgerufen am 12.06.2018.

Aus der Befragung (siehe Abbildung 1) ist ablesbar, dass nur 14 % der Befragten beim Scheitern an den Geldverlust dachten. Die Bedrohung der Existenz durch das Scheitern eines Start-Ups nannten nur 8 % der befragten Personen und als demotivierend bezeichneten es 6 %. Daraus schloss das Team, dass das Scheitern nicht, wie viele denken, immer negativ wahrgenommen wird, sondern dass Scheitern sogar notwendig und fördernd sein kann.

5.1.4.2 Auswertung und Bewertung zur Zielsetzung (2)

Wie in der folgenden Untersuchung des Forscherteams in Abbildung 5 zu erkennen ist, kann sich der Großteil der Befragten nicht vorstellen zu einem direkten Konkurrenzunternehmen zu wechseln. Hinsichtlich der zweiten Zielsetzung lässt sich ermitteln, dass die meisten Bürger im Silicon Valley eine persönliche Bindung zu ihrem Unternehmen spüren und deshalb nicht sofort wechseln würden. In Deutschland hingegen, wie im folgenden Auszug aus dem Engagement Index Deutschland (siehe Abbildung 6) zu sehen ist, gibt es kaum Arbeiter, die eine einigermaßen starke persönliche Bindung zu ihrem Unternehmen spüren.

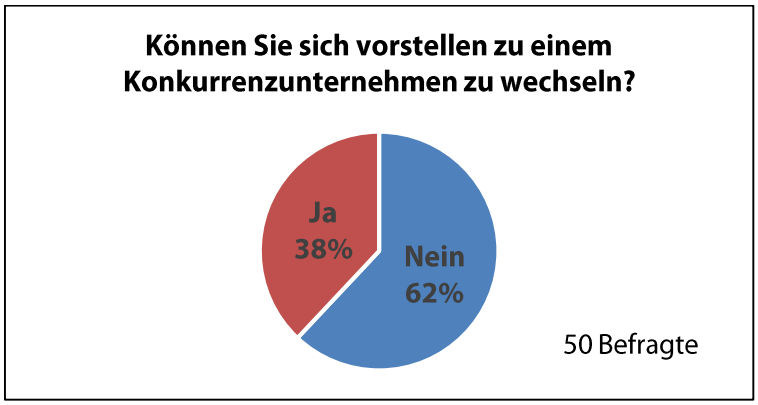

Abbildung 5: Arbeitgeberwechsel im Silicon Valley

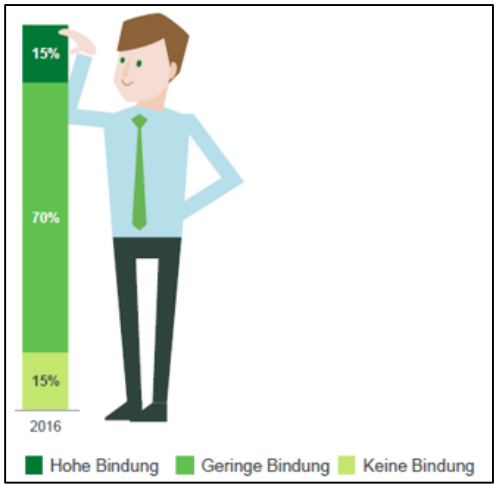

Abbildung 6: Mitarbeiterbindung in Deutschland[4]

[4] Engagement Index Deutschland, GALLUP, http://www.gallup.de/file/184010/Praesentation%20zum%20Gallup%20Engagment%20Index%202016.pdf?g_source=link_intdede&g_campaign=item_183104&g_medium=copy, abgerufen am 14.06.2018.

Darüber hinaus lässt sich vermuten, dass die daraus stärkere Bindung im Silicon Valley dafür sorgt, dass die Menschen effizienter arbeiten, weil sie sie stets miteinander und nicht gegeneinander arbeiten. Diese Vermutung wird unterstützt durch die Tatsache, dass Arbeitnehmer mit einer emotionalen Bindung zu ihrem Unternehmen motivierter bei der Arbeit sind, was sich auch aus dem folgenden Auszug aus dem Engagement Index Deutschland (siehe Abbildung 7) ablesen lässt.

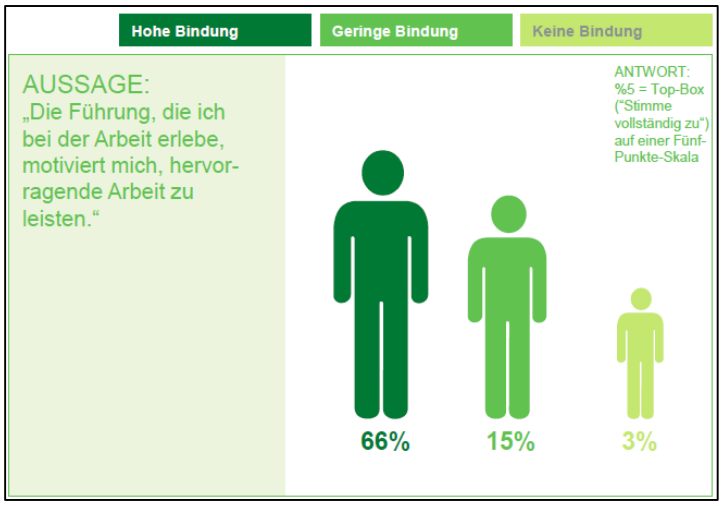

Abbildung 7: Motivation in Relation zur emotionalen Bindung zum Unternehmen in Deutschland[5]

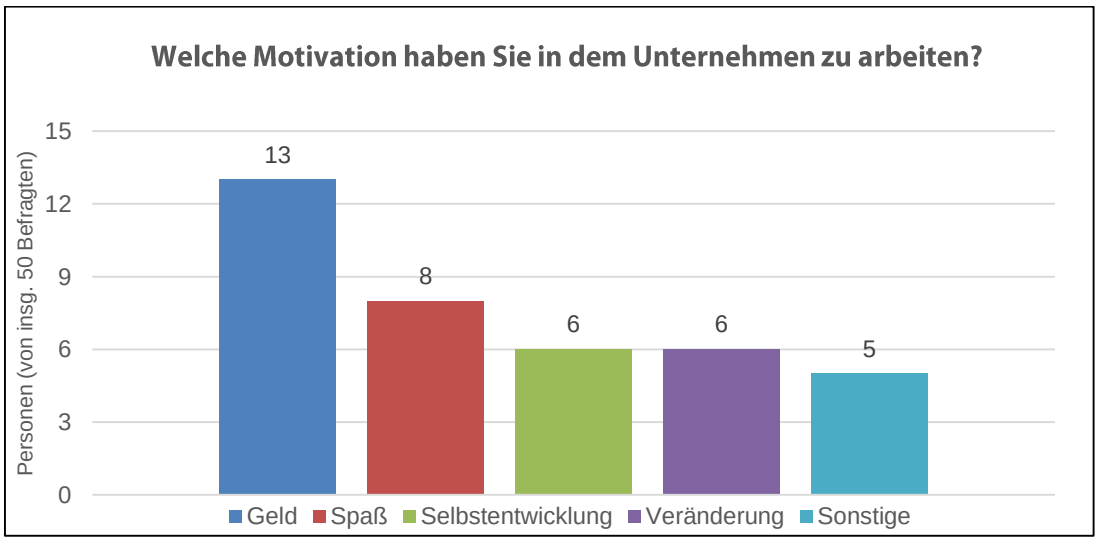

Abbildung 8: Arbeotsmotivation im Silicon Valley

Wie in der obenstehenden Untersuchung des Forscherteams (vgl. Abbildung 8) ersichtlich, ist für die Menschen im Silicon Valley das Geld, welches sie verdienen, die größte Motivation bei ihrer Firma zu arbeiten. Auffällig bei der Befragung war, dass besonders viele Studenten angaben, Geld sei ihre größte Motivation.

[5] Engagement Index Deutschland, GALLUP, http://www.gallup.de/file/184010/Praesentation%20zum%20Gallup%20Engagment%20Index%202016.pdf?g_source=link_intdede&g_campaign=item_183104&g_medium=copy, abgerufen am 14.06.2018.

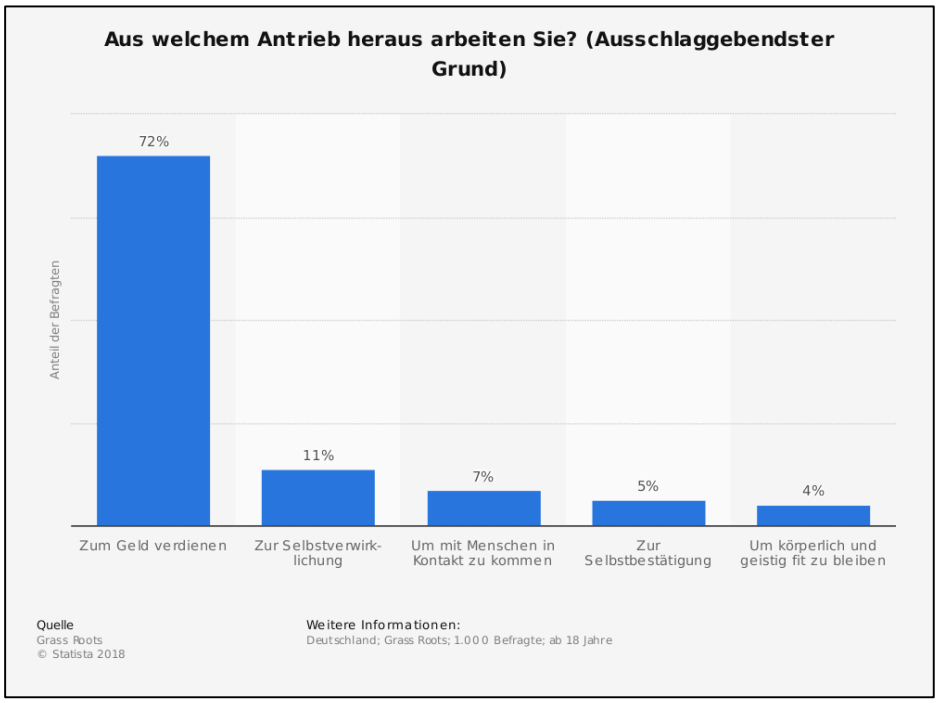

Abbildung 9: Arbeitsmotivation in Deutschland[6]

In der obenstehenden Untersuchung von Grass Roots (vgl. Abbildung 9) wird deutlich, dass Geld in Deutschland einen noch wichtigeren Aspekt der Arbeitsmotivation darstellt. Es lässt sich auch hier wieder vermuten, dass dies ein Grund dafür ist, dass die Effizienz im Silicon Valley höher zu sein scheint, da die meisten Arbeitnehmer ihren Lohn mehr oder weniger unabhängig von ihrer im Endeffekt erbrachten Leistung erhalten, sondern eher, weil sie interessiert sind am Thema zu arbeiten.

5.1.4.3 Auswertung und Bewertung zur Zielsetzung (3)

Aus der folgenden Untersuchung des Forscherteams in Abbildung 10 lässt sich ablesen, dass die Menschen im Silicon Valley nicht der Meinung sind, dass jeder Mensch ein erfolgreiches Unternehmen leiten kann. Daraus lässt sich folgern, dass die Menschen im Silicon Valley viel Wert auf Führungsqualitäten legen und diese auch als dementsprechend essentiell ansehen. Da sich diese Fragestellung als weitgehend unerforscht herausstellte, ist ein Vergleich zu Deutschland an dieser Stelle leider nicht möglich.

[6] Statista, Grass Roots, abgerufen am 14.06.2018.

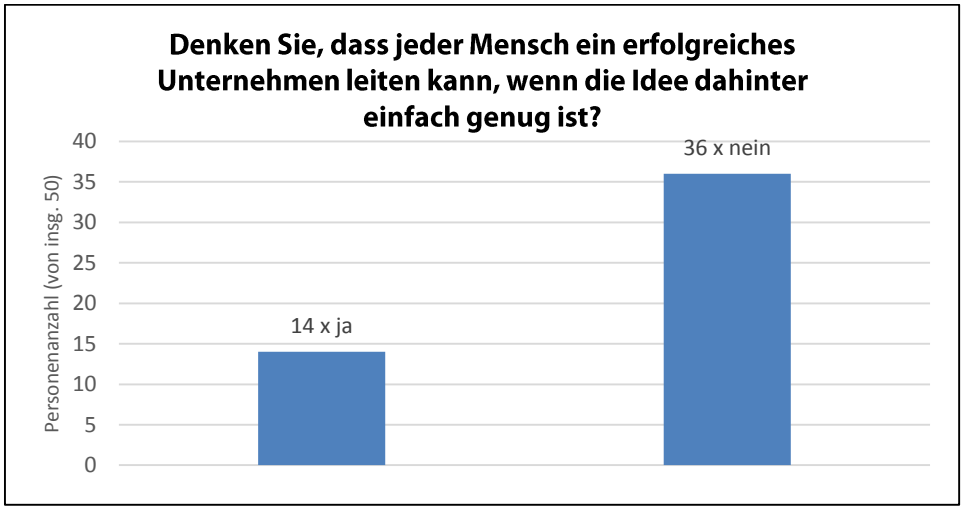

Abbildung 10: Ergebnisse zum Zitat von Buffett nach Befragung im Silicon Valley

5.1.4.4 Auswertung und Bewertung zur Zielsetzung (4)

Zu den Fragen (5) und (6) konnten folgende Ergebnisse ermittelt werden:
Bei Frage (5) stellten die meisten Personen dar, dass eine Unternehmensgründung im Silicon Valley vor allem durch die innovative Umgebung (30 %) sinnvoll und lohnenswert ist (siehe Abbildung 11)Abbildung 11: Proargumente zur Unternehmensgründung im Silicon Valley. Davon knapp gefolgt ist das Argument, dass in diesem Gebiet viele gute Universitäten (21 %) ansässig sind, die für die innovative Umgebung und das fachlich gut ausgebildete Personal (11 %) mitverantwortlich sind.
Ein weiterer Vorteil im Gebiet des Silicon Valley ist, dass dort genügend Investoren vorhanden sind, die auch bereit sind, in Risikoanlagen zu investieren (Venture Capital, 17 %). Dies ist gerade für Start-Up-Unternehmen sehr interessant und wichtig. So sind die weltweit größten Start-Up-Unternehmen amerikanische Unternehmen, die durch Venture Capital finanziert wurden[7].

Für die USA typisch ist die mit 14 % bewertete Freiheit, die im Silicon Valley laut der Umfrage auch vorhanden sei. Diese Freiheit ist wichtig, damit die Unternehmen sich frei entfalten können. Der Punkt, der laut der Statistik den geringsten Ausschlag für die Unternehmensgründung im Silicon Valley ausmacht, ist, dass es im Silicon Valley einfach ist an Hilfestellungen zu kommen (7 %). Trotzdem wird auch dieser Punkt mit immerhin sieben Prozent bewertet, sodass daraus geschlossen werden kann, dass die im Silicon Valley lebenden Menschen häufig sehr hilfsbereit sind. Diese Hilfsbereitschaft ist auch während der Besuche von „42 Silicon Valley“ und dem „Hanahaus“ erkennbar gewesen. Im Hanahaus, wo sich unteranderem viele Start-Up-Gründer und andere Geschäftsleute zum Arbeiten treffen, ist die Hilfestellung besonders dadurch erkennbar, dass hauptsächlich in einem großen Raum gearbeitet wird, wo über Ideen z. T. auch in kleinen Teams diskutiert wird. Die Teammitglieder kennen sich dabei vorher nicht immer und helfen sich somit „einfach so“. Auch die weltweit renommierten Universitäten Berkeley und Stanford konnten während der Expedition besichtigt werden und es entstand auch bei den Forscherteams der

[7] Vgl. Statista, https://de.statista.com/infografik/2041/die-wertvollsten-startups-der-welt/, abgerufen am 13.06.2018

Eindruck, dass diese von hoher Qualität zeugen. Somit entsteht insgesamt also eine Umgebung, in der sich die Menschen gegenseitig unterstützen, in der genügend Kapital für die Umsetzung neuer Ideen bereitsteht und in der eine gute Ausbildung ermöglicht wird. Alle diese Faktoren sind wichtig für eine Unternehmensgründung, weshalb im Silicon Valley (verbunden mit der politischen Freiheit) vermutlich so viele erfolgreiche und international tätige Unternehmen angesiedelt sind.

Allerdings gibt es für den Standort Silicon Valley auch negative Argumente, die gegen eine Unternehmensgründung sprechen (siehe Abbildung 12). So bestätigten 29 % der befragten Personen, dass das Silicon Valley ein teurer Standort für die Unternehmensgründung ist. Dies ist ein entscheidendes Kontraargument, wobei es eigentlich im Widerspruch zu dem Vorteil, dass in diesem Gebiet viel Geld vorhanden ist, steht. Dies lässt sich aber dadurch erklären, dass es für Neuunternehmer oft schwierig ist, erstmal in diesen Gesellschaftskreis integriert zu werden. Solange diese Integration noch nicht stattgefunden hat, kann ein Unternehmer nur sehr schwer von den Vorteilen des Standorts profitieren. Das zweitgrößte Kontraargument ist, dass es im Silicon Valley eine hohe Konkurrenzdichte gibt (23 %). Während der Expedition konnte auch dies beobachtet werden. So haben wir uns beispielsweise die großen weltweit aktiven Unternehmen und Konkurrenten Apple, Google und SAP angeschaut, die alle mit vielen Mitarbeitern an einer schnellen Entwicklung arbeiten. Die Konkurrenz ist durch die großen Unternehmen also bereits vorhanden, was es für kleine Unternehmen und Start-Up-Unternehmen entsprechend schwierig macht, eine Entwicklung zu betreiben, die über die Entwicklungsarbeit von den genannten Unternehmen hinausgeht. Der mit 18 % bewertete Punkt der Übersättigung unterstützt diese These. Somit wird insgesamt auch das Risiko für Start-Up-Gründer groß, ein weiteres Unternehmen zu gründen. Deshalb ist ein großes Kontraargument auch das mit 20 % bewertete Risiko. Zum Schluss gibt es noch die Befürchtung der Bubble. Dies kennzeichnet die Befürchtung, dass der Standort Silicon Valley in Zukunft unattraktiv wird, da nach der derzeitigen Konjunktur möglicherweise eine Phase der Stagnation kommen könnte. Dieses Risiko haben allerdings nur zehn Prozent der Befragten angegeben.

Als letzte Frage (6) wurde unter dieser Zielsetzung noch untersucht, wie viele Personen sich bereits mit einer Unternehmensgründung auseinandergesetzt haben (siehe Abbildung 13). Hierbei gaben 64 % der Befragten an, dass sie an einer Unternehmensgründung interessiert sind. Dies kennzeichnet eine deutliche Mehrheit, weshalb geschlussfolgert werden kann, dass die im Silicon Valley lebenden Menschen sich sehr stark für diesen Bereich interessieren. Dies ist auch ein Faktor für die hohe Unternehmensdichte im Silicon Valley[8]. Aus den gestellten Fragen kann also insgesamt abgeleitet werden, dass sich die vor Ort lebenden Menschen sehr stark für die Wirtschaft interessieren und die Standortbedingungen für die Unternehmensgründung im Silicon Valley sehr gut sind. Das größte Kontraargument ist allerdings der Preis, der in dieser Gegend zu bezahlen ist.

[8] Vgl. Hemer Joachim, Berteit Herbert, Walter Gerd, Göhner Maximilian: Erfolgsfaktoren für Unternehmensgründungen aus der Wirtschaft. Berlin, 2006.

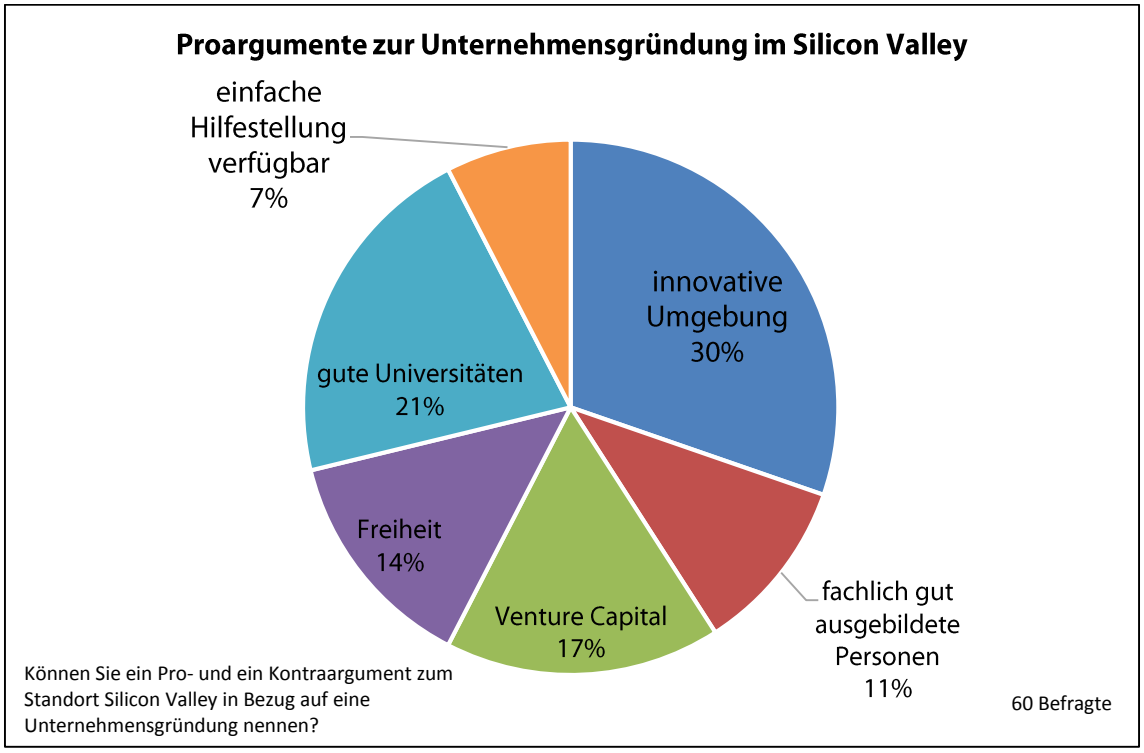

Abbildung 11: Proargumente zur Unternehmensgründung im Silicon Valley

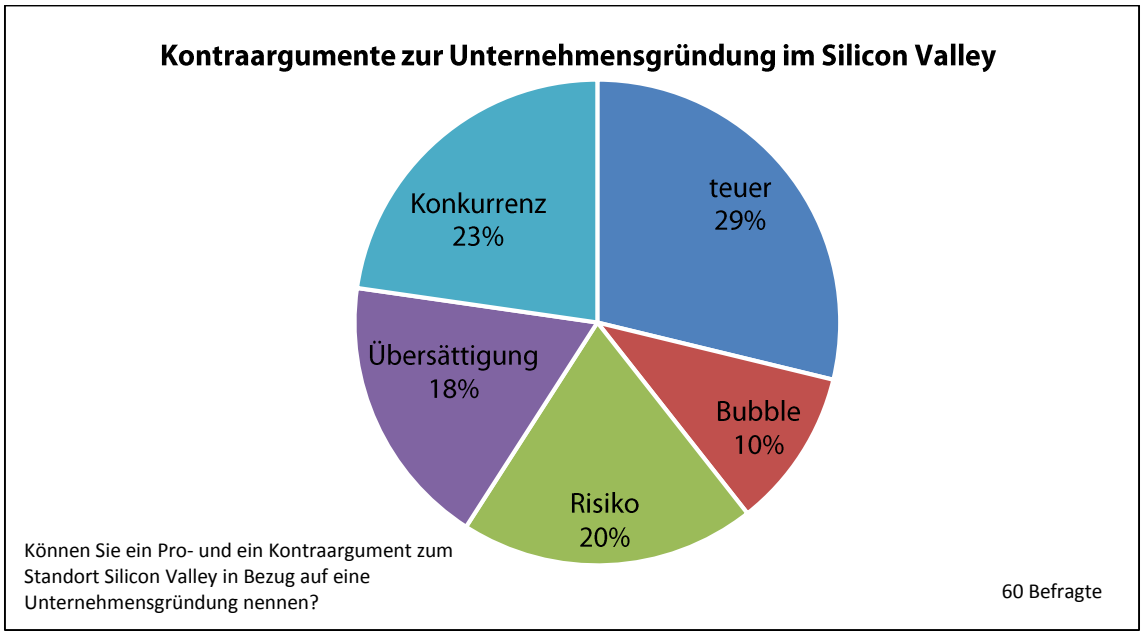

Abbildung 12: Kontraargumente zur Unternehmensgründung im Silicon Valley

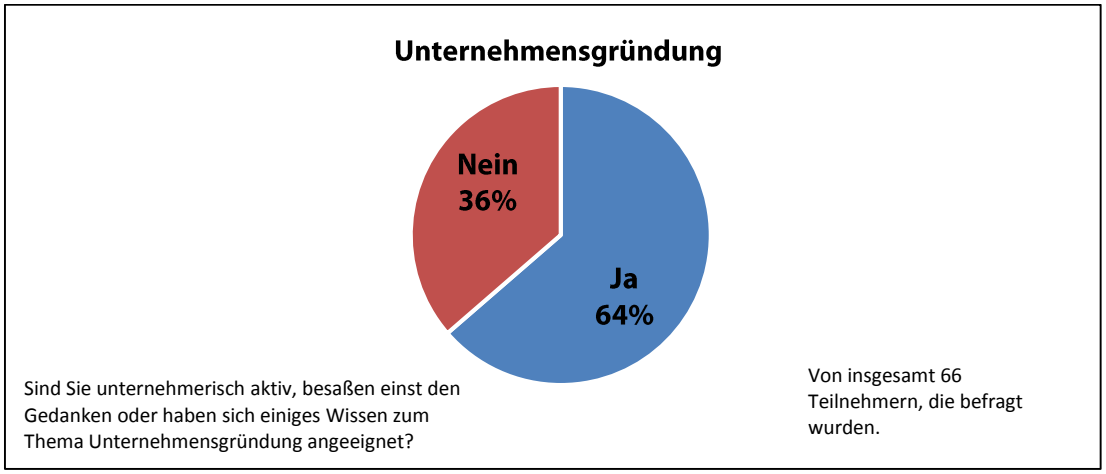

Abbildung 13: Auseinandersetzung mit einer Unternehmensgründung im Silicon Valley

5.1.5 Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass zwar einige Probleme bei der Forschungsarbeit auftraten, sich diese jedoch als nicht so schwerwiegend herausstellten wie anfangs vermutet. Da die erste Frage offen gestellt wurde, bekam das Forscherteam sehr viele verschiedene Antworten. Aus diesem Grund wurde die Anzahl der Antworten pro Person auf zwei beschränkt und die Datensätze zusammengefasst, um sie grafisch darstellen und auswerten zu können. Zudem wurde das englische Wort „failure" manchmal falsch verstanden, weshalb es in diesen Fällen durch „failing" ersetzt wurde. Außerdem interpretierten die Befragten die Fragen unterschiedlich, was dazu führte, dass das Forscherteam zum einen Antworten zum Umgang mit dem Scheitern und zum anderen Antworten zu den Ursachen des Scheiterns erhielten. Gefragt war aber nach der Bedeutung. Bezüglich der Befragung zur Mitarbeiterbindung traten keine Probleme auf. Zwar lehnten in den ersten Tagen viele Passanten die Befragung im Ganzen ab, dies änderte sich jedoch im Laufe der Zeit deutlich. Das ist vermutlich damit zu erklären, dass sich die die Art und Weise, wie wir eine Befragung beginnen mit der bereits gesammelten Erfahrung deutlich verbessert hat. Am letzten Tag der Befragung kamen so 19 Datensätze zusammen. Die Fragen wurden dennoch schnell verstanden und eindeutig beantwortet. Somit konnte eine einfache Auswertung durchgeführt werden.

Anfangs vermutete das Forschungsteam, dass Befragte, falls sie eine hohe Motivation haben, für ihren Arbeitgeber zu arbeiten, äußern würden nicht zu einem direkten Konkurrenten zu wechseln. Jedoch erwies sich diese Annahme als falsch, da die meisten beides bejahten. Interessant wäre in der Zukunft eine Untersuchung der Wünsche der Arbeiter an ihre Unternehmen zur Ermittlung weiterer Eindrücke.
Bei der Befragung zur dritten Zielsetzung trat zu Anfang das Problem auf, dass die Befragten die Frage nicht genau verstanden, weil für Sie das Zitat von Warren Buffett nicht klar zugeordnet werden konnte. Dieses Problem konnte jedoch zügig mit Hilfe einer Umformulierung behoben werden, sodass keine weiteren Komplikationen auftraten. Entscheidend war bei der Umformulierung, dass das Zitat von der Frage

getrennt wurde und nur noch als Aufhänger diente. Daraufhin vereinfachte sich das Sammeln von Datensätzen deutlich. Problematisch waren auch die ersten beiden Fragen zur vierten Zielsetzung, sodass Befragte, welche sich noch nicht mit der Unternehmensgründung auseinandergesetzt hatten, nur schwer auf die Frage antworten konnten. Dadurch kam es zu einigen Zeitverzögerungen, welche die Datenerhebung etwas verlangsamte. Dies wurde jedoch durch Studenten und Professoren, welche nicht nur schnell, sondern auch meist die interessantesten Antwortet lieferten, ausgeglichen.

Als besonders wichtig hat sich für das Forscherteam herausgestellt, dass die Kommunikation durchgehend aufrechtzuerhalten und bei Befragungen auf ein korrektes Niederschreiben zu achten ist. Das erfordert zwar ein hohes Maß an Anstrengung, dafür ist es im Nachhinein eine gute Basis für die Auswertung und es treten weniger Verständnisfehler auf, was wiederum sehr viel Zeit spart. Trotzdem kann abschließend festgehalten werden, dass interessante Punkte untersucht wurden und auch die Ergebnisse durchaus interessant sind. Insofern hat sich die Umfrage also auf jeden Fall gelohnt.

5.2 Digitaler Alltag und Senioren

5.2.1 Zielsetzung

(1) Es soll untersucht werden, wie lange die Menschen im Silicon Valley täglich mit digitalen Medien verbringen.
(2) Es soll herausgefunden werden, wie die fortschreitenden technischen Entwicklungen durch die Bevölkerung des Silicon Valley bewertet werden.
(3) Es soll untersucht werden, ob Prozesse im alltäglichen Leben der Menschen automatisiert wurden.
(4) Es soll aufgezeigt werden, ob Senioren in den Prozess der Digitalisierung integriert werden.

5.2.2 Methodik

5.2.2.1 Methodik zur Zielsetzung (1)

Als Methodik für alle Fragen hat das Forscherteam die Befragung gewählt. Als Antwort auf die erste Frage sollte dabei eine numerische Antwort in Stunden gegeben werden, welche die gesamte Zeit zusammenfasst, die die Menschen mit den digitalen Medien verbringen. Es ist dabei sowohl der private als auch der Arbeitsgebrauch in die Antwort miteinzubeziehen.

Deutsche Frage

Frage (1): „Wie viele Stunden verbringen Sie pro Tag mit Ihrem Computer oder Smartphone?"

Englische Frage

Frage (1): "How much time do you spend using your computer or smartphone each day?"