

Köllinger, Philipp; Schade, Christian

Article

Warum Amerikaner mehr Unternehmen gründen als Deutsche: der Einfluss von subjektiven Wahrnehmungen auf Gründungsentscheidungen

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Köllinger, Philipp; Schade, Christian (2005) : Warum Amerikaner mehr Unternehmen gründen als Deutsche: der Einfluss von subjektiven Wahrnehmungen auf Gründungsentscheidungen, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 72, Iss. 45, pp. 673-680

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/151408>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Warum Amerikaner mehr Unternehmen gründen als Deutsche

Der Einfluss von subjektiven Wahrnehmungen auf Gründungsentscheidungen¹

Philipp Köllinger
pköllinger
@ diw.de

Christian Schade*

Im vorliegenden Bericht wird die Frage untersucht, warum die Bevölkerung in einigen Ländern hinsichtlich Unternehmensgründungen aktiver ist als in anderen. So gründen z. B. in den USA jedes Jahr relativ mehr Menschen ein Unternehmen als in Deutschland. Analysiert wird hier der Einfluss von subjektiven Wahrnehmungen und Einstellungen auf die Entscheidung von Personen, ein Unternehmen zu gründen.

Die Ergebnisse zeigen, dass es bezüglich der Ausprägung solcher Faktoren erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern gibt. Sie können einen wichtigen Beitrag leisten, die Gründungsaktivitäten der Länder zu erklären. Eine Modellschätzung ergibt Folgendes: Wären die Deutschen genauso optimistisch, selbstbewusst und risikofreudig wie die Amerikaner, würden in Deutschland anteilig sogar mehr Menschen ein Unternehmen gründen als in den USA.

Nach Schätzungen des *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM; vgl. Kasten) haben in Deutschland im Jahre 2003 etwa 3,5 % der Erwachsenen im erwerbsfähigen Alter² den Versuch unternommen, ein Unternehmen zu gründen, bei dem sie Teilhaber oder Inhaber sein würden.³ Dies entsprach etwa 1,4 Mill. Bundesbürgern, die in jenem Jahr in Existenzgründungsaktivitäten involviert waren. Damit lag Deutschland bei den Gründungsaktivitäten im Vergleich zu anderen Industriestaaten im Mittelfeld. In Spanien (4,5 %), Kanada (5 %) und den USA (8 %) beispielsweise waren 2003 die Anteile der Personen, die an Unternehmensgründungen beteiligt waren, höher.⁴

Unternehmensgründungen sind ein wichtiger Indikator für das Innovations- und Wachstumspotential eines Landes. In vielen Fällen finden Unternehmensgründungen in bestehenden Branchen und Märkten statt; dies steigert den Wettbewerb und die Effizienz dieser Märkte. In anderen Fällen bieten Unternehmensgründer neue Produkte oder Dienstleistungen an und schaffen dadurch neue Märkte. Innovative neue Unternehmen werden daher als wichtiger Einflussfaktor des

72. Jahrgang/9. November 2005

Inhalt

Warum Amerikaner mehr Unternehmen gründen als Deutsche
Seite **673**

Unkorrigiert!

Sperrfrist:

Mittwoch, 9. November 2005, 17 Uhr!

* Prof. Dr. Christian Schade ist Leiter des Instituts für Entrepreneurship und Innovationsmanagement an der Humboldt-Universität zu Berlin und Forschungsprofessor am DIW Berlin.

¹ Die hier dargestellten Ergebnisse basieren größtenteils auf einer gemeinsamen Studie der Autoren mit Prof. Maria Minniti (Babson College). Vgl. Philipp Köllinger, Maria Minniti und Christian Schade: „I think I can, I think I can“: Overconfidence and Entrepreneurial Behavior. DIW Discussion Paper 501. Berlin 2005.

² Altersgruppe der 18- bis 64-Jährigen.

³ Vgl. Rolf Sternberg, Heiko Bergmann und Ingo Lückgen: Global Entrepreneurship Monitor – Länderbericht Deutschland 2003. Köln 2004, S. 10–12.

⁴ Ebenda.

Kasten

Der Global Entrepreneurship Monitor

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Projekt zur Erforschung von Unternehmensgründungen, initiiert und koordiniert von der London Business School und dem Babson College, USA. Seit dem Beginn des Projekts im Jahre 1999 mit zehn teilnehmenden Ländern hat GEM erheblich expandiert; im Jahre 2005 nahmen bereits 35 Länder daran teil.

Kernelement des Projekts ist eine jährliche repräsentative Bevölkerungsumfrage in allen teilnehmenden Ländern zur Messung der unternehmerischen Tätigkeiten anhand eines einfachen, international standardisierten Fragebogens. GEM ist das einzige Forschungsprojekt, das international vergleichbare Werte über Unternehmensgründungen liefert.

Deutschland ist seit 1999 regelmäßig am GEM beteiligt. Leiter des deutschen Projektteams ist Prof. Rolf Sternberg, Universität Hannover.

Wirtschaftswachstums betrachtet.⁵ Darüber hinaus entsteht durch Unternehmensgründungen auch eine erhebliche Zahl von neuen Arbeitsplätzen. Beispielsweise wurden im Jahre 2003 etwa 1,6 Mill. Arbeitsplätze in Deutschland von Gründern junger Unternehmen⁶ geschaffen. Dies entsprach knapp 5 % aller Arbeitsplätze in Deutschland.⁷

Empirische Untersuchungen haben gezeigt, dass es bezüglich der Gründungsaktivitäten erhebliche Unterschiede zwischen Ländern gibt. Über längere Zeiträume betrachtet ist das Gründungs-niveau in den einzelnen Ländern jedoch relativ stabil und variiert nur schwach, und zwar im Zusammenspiel mit makroökonomischen Rahmenbedingungen.⁸ Die Bereitschaft der Bevölkerung, neue Unternehmen zu gründen, ist also ein länderspezifisches Merkmal, das im Zeitablauf relativ stabil ist. So hatten die USA im Zeitraum 2000 bis 2004 in jedem einzelnen Jahr ein höheres Niveau an Gründungsaktivitäten als Deutschland.⁹

Angesichts der Bedeutung von neuen Unternehmen für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes stellt sich die Frage, warum einige Länder mehr Unternehmensgründungen aufweisen als andere. Wirtschaftsforscher beschäftigen sich derzeit intensiv mit dieser Frage. Dabei werden verschiedenste Einflussfaktoren untersucht, etwa die demographische Struktur der Bevölkerung, das Pro-Kopf-Einkommen, der Einfluss von sozialen Sicherungssystemen sowie kulturelle Faktoren. Eine allgemeine Theorie, die eine umfassende Antwort geben könnte, gibt es noch nicht.

Die hier vorgelegte Studie leistet einen Beitrag zu dieser Debatte. Untersucht wird der Einfluss von *subjektiven Wahrnehmungen und Einstellungen* auf die Entscheidung von Personen, ein Unternehmen zu gründen.

Unternehmensgründung – Entscheidung mit persönlichem Risiko

Eine Unternehmensgründung bedeutet ein schwer kalkulierbares Risiko für den potentiellen Gründer. Einerseits bietet sie Chancen für finanzielle Gewinne, Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung. Andererseits ist es jedoch auch gut möglich, dass sich das Unternehmen am Markt als nicht überlebensfähig erweist und bereits nach kurzer Zeit wieder insolvent ist. In der Regel haftet der Gründer zumindest mit einem Teil seines privaten Vermögens für Schulden und Zahlungsverpflichtungen, die sich aus der Unternehmung ergeben haben. Diese Chancen und Risiken bei der Gründungsentscheidung realistisch wahrzunehmen und zu bewerten stellt sich in der Realität als sehr schwierig dar und ist eine Herausforderung mit weitreichenden Konsequenzen für den potentiellen Gründer.

Statistisch betrachtet sind die Aussichten, ein überlebensfähiges und finanziell ertragreiches Unternehmen zu gründen, nicht sehr günstig. In vielen Branchen müssen sich etwa 60 % der Unternehmen, die neu in den Markt eingetreten sind, bereits innerhalb von fünf Jahren wieder aus diesem Markt zurückziehen.¹⁰ In der Mehrzahl der Fälle lohnt sich das Engagement auch aus rein finanzieller Sicht nicht für die Gründer. So zeigt eine Studie, dass es für die meisten Unternehmensgründer finanziell

⁵ Vgl. Joseph Schumpeter: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. 8. Aufl. Berlin 1993.

⁶ Unternehmen, die mindestens drei und höchstens 42 Monate lang Löhne oder Gehälter vor dem Zeitpunkt der Untersuchung gezahlt haben.

⁷ Zusätzlich zu der Anzahl der Firmenbesitzer, die in den jungen Unternehmen arbeiten. Vgl. Global Entrepreneurship Monitor – 2003 Executive Report, S. 18.

⁸ Ebenda, S. 6–7.

⁹ Vgl. Global Entrepreneurship Monitor – 2004 Executive Report.

¹⁰ Vgl. Timothy Dunne, Mark Roberts und Larry Samuelson: Patterns of Firm Entry and Exit in U.S. Manufacturing Industries. In: The Rand Journal of Economics, Vol. 19, No. 4, 1988, S. 495–515.

besser gewesen wäre, wenn sie als Arbeitnehmer weiterbeschäftigt oder wieder in ein Anstellungsverhältnis zurückgewechselt wären.¹¹ Darüber hinaus deutet eine andere Studie darauf hin, dass finanzielle Investitionen in nichtbörsennotierte Unternehmen ein schlechteres Verhältnis von Rendite und Risiko aufweisen als Investitionen in börsennotierte Papiere.¹² Mit anderen Worten: Wer Geld investieren möchte und primär an einer guten Rendite interessiert ist, sollte lieber in Wertpapiere als in private Unternehmungen investieren.¹³

Trotz dieser aus rein wirtschaftlicher Sicht ernüchternden Perspektiven gibt es eine große Zahl von Menschen, die das Wagnis einer Unternehmensgründung eingehen und dabei – bewusst oder unbewusst – mit ihrem persönlichen Einsatz und Risiko wichtige Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung leisten.

Der Einfluss von subjektiven Wahrnehmungen

Ausgangspunkt dieser Untersuchung ist die Vermutung, dass persönliche Einstellungen und Wahrnehmungen der potentiellen Gründer einen erheblichen Einfluss auf deren Gründungsentscheidung haben. Wahrnehmungen können durchaus subjektiver Natur und systematisch verzerrt sein¹⁴ und somit zu einer Fehleinschätzung der tatsächlichen Chancen und Risiken der Unternehmensgründung führen.

Grundsätzlich erhöht sich die individuelle Gründungswahrscheinlichkeit, wenn das wahrgenommene Verlustrisiko im Vergleich zu den Erfolgchancen als geringer eingeschätzt wird.

Individuelle Wahrnehmungen beeinflussen das Erkennen von relevanten Entscheidungsalternativen,¹⁵ die Einschätzung der den Entscheidungsalternativen zugeordneten künftigen Ergebnisse sowie die Beurteilung der Wahrscheinlichkeiten, mit denen sich künftige Ergebnisse einstellen könnten. Somit können Wahrnehmungsunterschiede dazu führen, dass verschiedene Personen eine identische Entscheidungssituation unterschiedlich bewerten und sich entsprechend unterschiedlich verhalten. Systematische Verzerrungen dieser Wahrnehmungen können durch differierende kognitive Mechanismen hervorgerufen werden, z. B. durch den Einfluss von vorangegangenen Gewinn- oder Verlust Erfahrungen,¹⁶ durch Selbstüberschätzung der eigenen Fähigkeiten¹⁷ oder durch den Bezug auf irrelevante Informationen.¹⁸ Diese Selbstüberschätzung führt dabei z. B. zu einer systematischen Überschätzung der eigenen Erfolgchancen, was eine Erhöhung der Gründungsneigung mit sich bringt.

Zusätzlich zum Einfluss subjektiver Wahrnehmungen beeinflussen persönliche Präferenzen die Gründungsentscheidung, insbesondere die individuelle Bereitschaft, Risiken in Kauf zu nehmen.¹⁹ Auch kulturelle Faktoren, etwa die von Gesellschaft zu Gesellschaft variierende Bereitschaft, das Scheitern von Personen, die ein Risiko eingegangen sind, zu tolerieren, sollten in diesem Zusammenhang eine Rolle spielen. Auch wenn hierzu keine empirischen Untersuchungen bekannt sind, so wird aus Gesprächen mit Unternehmern und Unternehmensfinanzierern in Deutschland und den USA immer wieder deutlich, dass es in Deutschland wesentlich schwieriger ist als in den USA, als gescheiterter Unternehmer wieder „auf die Beine zu kommen“.

Im empirischen Teil des Berichts wird insbesondere der Einfluss von drei Faktoren untersucht, die einen systematischen Einfluss auf die Wahrnehmung und Beurteilung einer Geschäftsidee haben: Optimismus, Selbstvertrauen sowie die individuelle Toleranz gegenüber dem Risiko des Scheiterns. Optimismus und Selbstvertrauen wirken dabei positiv auf die Gründungsneigung, während die Angst vor Misserfolgen einen negativen Einfluss hat. Alle drei Faktoren sind subjektive Größen, die individuell falsch kalibriert sein und nach oben oder nach unten von objektiv gerechtfertigten Werten abweichen können. Dies kann eine Ursache von suboptimalen Gründungsentscheidungen sein.

Datenbasis der Untersuchung

Die Analyse beruht auf Umfragedaten des GEM. Die Befragung wurde im Juni und Juli 2001 in 29 verschiedenen Ländern durchgeführt. In jedem

¹¹ Vgl. Barton Hamilton: Does Entrepreneurship Pay? An Empirical Analysis of the Returns to Self-Employment. In: Journal of Political Economy, Vol. 108, 2000, S. 604–631.

¹² Vgl. Tobias Moskowitz und Annette Vissing-Jorgensen: The Returns to Entrepreneurial Investment: A Private Equity Premium Puzzle? In: The American Economic Review, Vol. 92, No. 4, 2002, S. 745–778.

¹³ Die oben zitierten Studien basieren auf US-Daten. Vergleichbare Erkenntnisse für Deutschland sind nicht bekannt.

¹⁴ Wahrnehmungen gelten als verzerrt, wenn sie von den realen Fakten systematisch abweichen. Viele Studien der Entscheidungstheorie und Kognitionspsychologie beschäftigen sich mit diesem Phänomen und zeigen Muster und Ursachen von verzerrten Wahrnehmungen auf. Vgl. Terry Connolly, Hal Arkes und Kenneth Hammond: Judgment and Decision Making. 2. Aufl. Cambridge, MA 2000.

¹⁵ Vgl. Israel Kirzner: Perception, Opportunity, and Profit. Chicago 1979.

¹⁶ Vgl. Richard Thaler und Eric Johnson: Gambling with the House Money and Trying to Break Even: The Effects of Prior Outcomes on Risky Choice. In: Management Science, Vol. 36, No. 6, 1990, S. 643–660.

¹⁷ Vgl. Colin Camerer und Dan Lovallo: Overconfidence and Excess Entry: An Experimental Approach. In: The American Economic Review, Vol. 89, No. 1, 1999, S. 306–318.

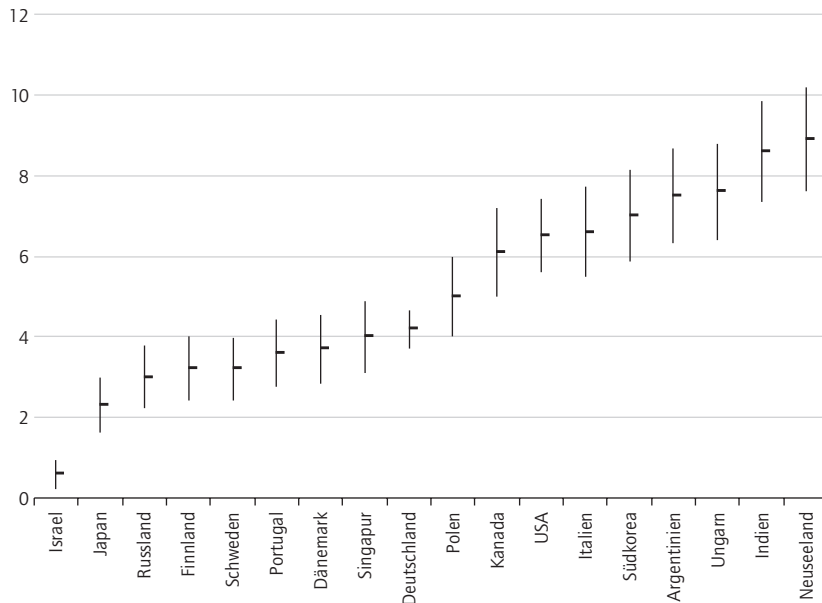
¹⁸ Vgl. Amos Tversky und Daniel Kahneman: Judgment under Uncertainty – Heuristics and Biases. In: Science, Vol. 185, 1974, S. 1124–1131.

¹⁹ Vgl. Mars Cramer et al.: Low-Risk Aversion Encourages the Choice for Entrepreneurship: An Empirical Test of a Truism. In: Journal of Economic Behavior and Organization, Vol. 48, No. 1, 2002, S. 29–36; sowie Thomas Dohmen et al.: Individual Risk Attitudes: New Evidence from a Large, Representative, Experimentally-Validated Survey. DIW Discussion Paper 511. Berlin 2005.

Abbildung 1

Unternehmensgründer in ausgewählten Ländern im Jahre 2001 – „Nascent Entrepreneurs“¹

Anteil an den 18- bis 64-Jährigen in %²



1 Unternehmensgründer: Erwachsene im Alter von 18 bis 64 Jahren, die sich zum Zeitpunkt der Befragung aktiv an der Gründung eines Unternehmens beteiligten, die Inhaber- oder Teilhaberschaft im Unternehmen an-

streben und während der letzten drei Monate keine Vollzeitlöhne oder -gehälter gezahlt haben.

2 Ungewichtete Mittelwerte und 95%-Konfidenzintervall.

Quellen: GEM-Bevölkerungsbefragung 2001; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Land wurden dabei in einer Zufallsstichprobe mindestens 2 000 Bürger anhand eines standardisierten Fragebogens interviewt. In die Analyse gingen Daten aus 18 Ländern mit insgesamt mehr als 40 000 Beobachtungen ein.²⁰

Der Datensatz enthält für jede Beobachtung Informationen darüber, ob der oder die Befragte in Gründungsaktivitäten involviert ist. Als Unternehmensgründer („nascent entrepreneur“) gilt, wer zum Zeitpunkt der Befragung

- aktiv an der Gründung eines Unternehmens beteiligt ist (z. B. durch die Suche nach Ausstattung oder Standorten, Organisation eines Gründungsteams, Erarbeitung eines Geschäftsplans, Bereitstellung von Kapital),
- Inhaber oder Teilhaber des Unternehmens sein wird,
- während der letzten drei Monate keine Vollzeitlöhne oder -gehälter gezahlt hat.

Treffen alle drei Kriterien zu, gilt der oder die Befragte als Unternehmensgründer („nascent entrepreneur“).

Abbildung 1 zeigt große Unterschiede zwischen den Ländern bei den Gründungsaktivitäten im Jahre 2001. Überschneidungsfreie vertikale Balken

20 In elf von 29 Ländern gab es Lücken in der Datenbasis bezüglich sozioökonomischer Informationen über die Befragten; sie wurden daher aus der Analyse ausgeschlossen.

Tabelle 1

Ausprägung der wahrnehmungsbezogenen Variablen nach Ländern

Ungewichtete Werte

Variable	Wert	Deutschland	USA	Durchschnitt der anderen Länder ¹
		In %		
<i>Known</i> – „Kennen Sie jemanden persönlich, der in den letzten zwei Jahren ein Unternehmen gegründet hat?“	Ja	36,9	37,7	33,2
<i>Opport</i> – „In den nächsten sechs Monaten werden sich in der Region, in der Sie leben, gute Möglichkeiten für eine Unternehmensgründung ergeben.“	Ja	27,2	32,0	27,1
<i>Suskill</i> – „Sie haben das Wissen, die Fähigkeit und die Erfahrung, die notwendig sind, um ein Unternehmen zu gründen.“	Ja	31,4	55,4	38,2
<i>Fearfail</i> – „Die Angst zu scheitern würde Sie davon abhalten, ein Unternehmen zu gründen.“	Ja	46,3	19,0	34,7
<i>Famfutur</i> – „In die Zukunft schauend, glauben Sie, Ihnen und Ihrer Familie wird es in einem Jahr finanziell besser gehen, schlechter gehen oder ähnlich wie jetzt?“	Besser	16,2	50,9	33,2
	Ähnlich wie jetzt	66,3	43,6	50,8
	Schlechter	17,5	5,5	16,1
<i>Ctrfutur</i> – „Erwarten Sie, dass die allgemeinen Geschäftsbedingungen im Land in einem Jahr besser, schlechter oder etwa ähnlich wie jetzt sein werden?“	Besser	20,4	32,8	29,5
	Ähnlich wie jetzt	48,0	43,2	42,4
	Schlechter	31,5	24,0	28,1

1 Argentinien, Dänemark, Finnland, Indien, Italien, Israel, Japan, Kanada, Südkorea, Neuseeland, Polen, Portugal, Russland, Schweden, Singapur und Ungarn.

Quellen: GEM-Bevölkerungsbefragung 2001; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

(Konfidenzintervalle) weisen auf statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Ländern hin. So hat Deutschland (4,2 %) eine signifikant höhere Gründungsrate als Israel (0,6 %) und Japan (2,3 %), liegt jedoch ebenfalls signifikant unter den USA (6,5 %) und Neuseeland (8,9 %).

Zusätzlich zu den Angaben, die notwendig sind, um festzustellen, ob der oder die Befragte als Unternehmensgründer zählt, enthält der Datensatz eine Reihe sozioökonomischer Angaben (Alter, Geschlecht, Haushaltseinkommen, Bildung, Beschäftigungsstatus) sowie sechs wahrnehmungsbezogene Variablen. In Tabelle 1 werden diese wahrnehmungsbezogenen Variablen und deren Ausprägung in Deutschland und den USA sowie der Durchschnittswert für die anderen 16 Länder beschrieben.

Vier dieser sechs Variablen weisen auf ganz erhebliche Unterschiede in der Wahrnehmungs- und Einstellungsstruktur zwischen Deutschen und US-Amerikanern hin. Während z. B. 55,4 % der Amerikaner antworten, sie hätten das Wissen, die Fähigkeit und die Erfahrung, die notwendig sind, um ein Unternehmen zu gründen, sind es nur 31,4 % der Deutschen, die von ihren Gründungsfähigkeiten überzeugt sind. Das Selbstvertrauen der Amerikaner in ihre unternehmerischen Fähigkeiten liegt damit deutlich über dem Durchschnittswert der anderen Länder (38,2 %), das der Deutschen hingegen deutlich darunter. Ein Teil dieser Abweichungen könnte auf objektive Unterschiede in den Gegebenheiten zurückzuführen sein: Zum einen mögen objektiv unterschiedliche Gründungsanforderungen vorliegen, zum anderen könnten jedoch auch objektiv unterschiedliche Befähigungen der Befragten eine Rolle spielen. Jedoch sind die Unterschiede zwischen den Ländern überraschend groß.

Dies lässt die Vermutung zu, dass ein Teil der Abweichungen subjektiver Natur ist und nicht durch die tatsächlichen Gründungsfähigkeiten und -anforderungen gerechtfertigt ist. So geben in Japan nur 11 % und in Schweden 24 % der Befragten an, sie verfügten über die notwendigen Gründungsfähigkeiten, während dieser Wert für Ungarn und Argentinien jeweils 55 % beträgt. Es fällt schwer zu glauben, dass diese großen Unterschiede die wahre Verteilung von Gründungsfähigkeiten im Vergleich zu den Gründungsanforderungen in diesen Ländern reflektieren. Für die subjektive Natur dieser Wahrnehmung spricht auch, dass es in allen Ländern nur einen sehr schwachen oder gar keinen Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Befragten und deren Angaben über ihre Gründungsfähigkeiten gibt.²¹

Auffällig ist auch, dass 46,3 % der Befragten in Deutschland angeben, die Angst zu scheitern würde

sie davon abhalten, ein Unternehmen zu gründen, während nur 19 % der Amerikaner dieser Aussage zustimmen. Die Angst vor dem Scheitern ist damit in Deutschland deutlich höher als im Mittel der anderen Länder (34,7 %), während sie in den USA signifikant unter dem Durchschnitt liegt.

Ähnlich große Unterschiede zwischen Deutschen und Amerikanern werden in den Erwartungen über die künftigen Geschäftsbedingungen in ihrem Land und die finanzielle Zukunft der eigenen Familie sichtbar. Während die Deutschen größtenteils mit einer wirtschaftlichen Stagnation oder Verschlechterung rechnen, zeigen die Amerikaner Optimismus und große Zuversicht in die Zukunft. Vergleichsberechnungen mit GEM-Daten aus den Jahren 2002 bis 2004 machen deutlich, dass diese Wahrnehmungsunterschiede zwischen den Ländern im Zeitablauf relativ robust sind. Wiederum liegt die Vermutung nahe, dass derart ausgeprägte Wahrnehmungsunterschiede nur zum Teil durch die tatsächlichen ökonomischen Rahmenbedingungen erklärt werden können, zum Teil jedoch auch auf soziologische und kulturelle Unterschiede zwischen den Ländern zurückzuführen sind. Dafür spricht z. B. auch die Beobachtung, dass Australien und Neuseeland ähnlich hohe Werte beim Selbstvertrauen in die unternehmerischen Fähigkeiten zeigen wie die USA.²² Allen drei Ländern ist gemeinsam, dass sie Einwanderungsländer sind, in denen ein gewisser „Pioniergeist“ Teil der Kultur ist.

Datenanalyse

Bei der Analyse des Einflusses von sozioökonomischen und wahrnehmungsbezogenen Variablen auf die Gründungsneigung²³ werden transformierte Probit-Modelle berechnet. Die Koeffizienten geben die prozentuale Veränderung der individuellen Gründungsneigung an, die durch eine Erhöhung der erklärenden Variablen hervorgerufen würde. Die Schätzungen beziehen sämtliche Befragungsergebnisse aus allen 18 Ländern ein, wobei der Einfluss der Länder durch Dummy-Variablen abgebildet wird. Berechnet wurden zwei Modelle: Das erste Modell enthält nur sozioökonomische erklärende Variablen (Alter, Geschlecht, relatives Haushaltseinkommen gemessen in Perzentilen der Einkommensverteilung des Landes sowie das Ausbildungsniveau der Befragten). Im zweiten Modell sind zusätzlich die in Tabelle 1 beschriebenen wahrnehmungsbezogenen Variablen enthalten. Än-

²¹ Vgl. Philipp Köllinger, Maria Minniti und Christian Schade, a. a. O.

²² 55 % der Australier und gut 60 % der Neuseeländer glauben an ihre unternehmerischen Fähigkeiten.

²³ Die abhängige Variable ist, ob der oder die Befragte als Unternehmensgründer („nascent entrepreneur“) gilt.

Tabelle 2

Transformierte Probit-Schätzungen¹

	Y = suboanw			
	Modell 1		Modell 2	
	dF/dx ³	P > z	dF/dx ³	P > z
Russland	-0,0250*	0	-0,0094	0,089
Ungarn	0,0078	0,197	0,0193*	0,002
Italien	0,0052	0,402	0,0088	0,227
Dänemark	-0,0179*	0	-0,0110*	0,036
Schweden	-0,0228*	0	-0,0145*	0,001
Polen	-0,0011	0,842	0,0238*	0,002
Deutschland	-0,0159*	0	0,0091*	0,039
Argentinien	0,0213*	0,001	0,0334*	0
Neuseeland	0,0233*	0	0,0172*	0,005
Singapur	-0,0175*	0	0,0201*	0,003
Japan	-0,0277*	0	0,0129	0,171
Südkorea	0,0041	0,484	0,0379*	0
Indien	0,0224*	0	0,0284*	0
Kanada	0,002	0,716	0,0143*	0,011
Portugal	-0,0194*	0,001	-0,0102	0,116
Finnland	-0,0165*	0,002	-0,0027	0,643
Israel	-0,0382*	0	-0,0251*	0
14–17 Jahre alt	-0,0038	0,715	0,0043	0,659
18–24 Jahre alt	-0,0029	0,422	0,0004	0,916
35–44 Jahre alt	0,0003	0,93	0,0033	0,237
45–54 Jahre alt	0,0007	0,823	0,0058	0,064
55–64 Jahre alt	-0,0106*	0,003	-0,002	0,586
65–74 Jahre alt	-0,0287*	0	-0,0193*	0
75–84 Jahre alt	-0,0380*	0	-0,0259*	0,011
Frau	-0,0236*	0	-0,0090*	0
Haushaltseinkommen (mittlere 33%)	-0,0016	0,541	-0,0045	0,074
Haushaltseinkommen (obere 33%)	0,0111*	0	-0,0021	0,454
Beschäftigung (nur Teilzeitarbeit)	0,0174*	0	0,0165*	0
Beschäftigung (Renter/behindert)	-0,0302*	0	-0,0161*	0,001
Beschäftigung (Heimarbeit)	-0,0233*	0	-0,0125*	0,002
Beschäftigung (Student)	-0,0248*	0	-0,0178*	0
Beschäftigung (arbeitslos/andere)	-0,0110*	0,001	-0,0063*	0,04
Bildung (Abschluss Sekundarstufe)	0,0138*	0	0,0086*	0,004
Bildung (Hochschulabschluss)	0,0189*	0	0,0067*	0,031
Bildung (weiterführender akademischer Grad)	0,0236*	0,013	0,0082	0,264
Knowent (ja) ²			0,0221*	0
Fearfail (ja) ²			-0,0127*	0
Suskill (ja) ²			0,0562*	0
Opport (ja) ²			0,0278*	0
Ctrfutur (gleich) ²			-0,004	0,108
Ctrfutur (besser) ²			-0,0068*	0,008
Famfutur (gleich) ²			0,0072*	0,047
Famfutur (besser) ²			0,0276*	0
Modell-Diagnostik				
Anzahl Beobachtungen	29 334		20 389	
Wald chi ² (35)	931		1 275	
Prob > chi ²	0		0	
Pseudo R ²	0,0930		0,2098	
Log likelihood	-5.604		-3.669	
Beobachtete Frequenz Y	0,0542		0,0603	

* Koeffizient ist zu 95 % signifikant.

1 In beiden Modellen wird der Unterschied zwischen der Gruppe der Unternehmensgründer („nascent entrepreneurs“) und der Gruppe derjenigen berechnet, die weder ein Unternehmen gründen noch besitzen. Beobachtungen jener, die ein etabliertes Unternehmen besitzen und managen, sind von der Analyse ausgeschlossen. Kein Individuum im Datensatz mit einem Alter von über 85 Jahren ist ein Unternehmensgründer. Referenzkatego-

rien: USA, Mann, 25–34 Jahre, ctrfutur (schlechter), famfutur (schlechter), Haushaltseinkommen (untere 33 %), Beschäftigung (Voll- oder Teilzeit), Bildung (Sekundarstufe ohne Abschluss).

2 Zur Definition der Variablen vgl. Tabelle 1.

3 dF/dx gibt den Koeffizientenwert für eine Veränderung der Dummy-Variablen von 0 auf 1 an.

derungen in den Koeffizienten der Länder-Dummys lassen sich als hypothetische Veränderungen der Gründungsraten in den Ländern interpretieren, die sich ergeben würden, wenn alle anderen erklärenden Variablen des Modells gleich verteilt in den Ländern auftreten würden.

Die Datenanalyse liefert zwei zentrale Ergebnisse (Tabelle 2). Erstens haben die wahrnehmungsbezogenen Variablen einen beträchtlichen Einfluss auf die Gründungsneigung. Insbesondere gilt dies für die subjektive Einschätzung der persönlichen Gründungsfähigkeiten sowie die Wahrnehmung von guten Gründungschancen in den folgenden sechs Monaten. Zweitens erklären länderspezifische Unterschiede in der Verteilung von sozioökonomischen und wahrnehmungsbezogenen Variablen einen erheblichen Teil der unterschiedlichen Gründungsniveaus der Länder.

Drei Abbildungen illustrieren den Einfluss dieser Faktoren auf die Gründungsaktivitäten in den verschiedenen Ländern. Abbildung 2 zeigt die Abweichung der tatsächlich zu beobachtenden Gründungsrate in 17 Ländern vom Wert der USA.²⁴ Die Gründungsrate für das Jahr 2001 liegen in Deutschland z. B. um 2,3 %, ²⁵ in Japan sogar um 4,2 % unter dem Wert der USA. Neuseeland (+2,4 %) und Argentinien (+1 %) hingegen befinden sich über dem Referenzwert der USA.

Abbildung 3 verdeutlicht die hypothetischen Abweichungen der Gründungsrate vom Wert der USA, wenn alle im Datensatz enthaltenen sozioökonomischen Faktoren in den Ländern gleich verteilt wären. Ein Vergleich mit Abbildung 2 zeigt, dass die Unterschiede im Gründungsniveau der Länder unter dieser hypothetischen Annahme deutlich niedriger ausfallen würden. So verringert sich der Rückstand von Deutschland auf die USA von 2,3 % auf 1,6 %, ebenso der Rückstand von Japan auf die USA (von 4,2 % auf 2,8 %). Ein Teil der Unterschiede im Gründungsverhalten der Länder ist also auf sozioökonomische Faktoren zurückzuführen. Ein Aspekt dabei ist das höhere Durchschnittsalter der Bevölkerung in Deutschland und Japan im Vergleich zu den USA, das einen negativen Einfluss auf die Gründungsrate hat, da bei der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen in allen Ländern die Gründungstendenz am höchsten ist. Diese Altersgruppe ist jedoch in den USA relativ häufiger vertreten als in Deutschland und Japan.

Eine noch deutlichere Veränderung gegenüber den Ausgangswerten in Abbildung 2 zeigt Abbildung 4:

Quelle: Philipp Köllinger, Maria Minitti und Christian Schade, a. a. O. (vgl. Fußnote 1 des Textes).

DIW Berlin 2005

24 Basis: alle Beobachtungen in jedem Land.

25 Prozent der befragten Bevölkerung.

Hier werden die hypothetischen Gründungsraten der Länder – wiederum im direkten Vergleich zu den USA – dargestellt, die sich ergeben würden, wenn nicht nur sozioökonomische, sondern auch wahrnehmungsbezogene Variablen in allen Ländern gleich verteilt wären. Der Vergleich der drei Abbildungen macht deutlich, dass die relativ hohe Gründungsrate der USA zu einem erheblichen Teil darauf zurückzuführen ist, dass die Amerikaner überdurchschnittlich optimistisch sind, weniger Angst vor dem Scheitern haben (müssen) sowie starkes Vertrauen in ihre unternehmerischen Fähigkeiten haben. Hätten die Deutschen das gleiche soziodemographische Bevölkerungsprofil wie die Amerikaner und ebenso deren Optimismus, Risikofreude und Selbstvertrauen, würde gemäß der hier durchgeführten Analyse in Deutschland sogar ein um 0,9 Prozentpunkte höherer Anteil der Bevölkerung ein Unternehmen gründen als in den USA. Ähnlich deutlich sind die Veränderungen für Japan, Polen und Singapur. Auch in diesen Ländern wäre die jeweilige hypothetische Gründungsrate höher als in den USA, wenn die erklärenden Variablen des Modells in diesen Ländern gleich verteilt wären.

Fazit

Die Analyse hat gezeigt, dass subjektive Wahrnehmungen und Einstellungen der Menschen einen erheblichen Teil der Unterschiede in den Gründungsaktivitäten verschiedener Länder erklären können. Optimismus und Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten führen zu einer höheren Gründungsbereitschaft, da sie die Wahrnehmung der individuellen Erfolgchancen bei einer Unternehmensgründung positiv beeinflussen. Risikobereitschaft und/oder die Wahrnehmung geringerer gesellschaftlicher Konsequenzen eines Scheiterns führen dazu, dass das potentielle Risiko des Scheiterns ein geringeres Gründungshemmnis darstellt. Das Gründungsniveau in Deutschland wäre deutlich höher, wenn die Menschen weniger Angst vor dem Scheitern hätten und über mehr Optimismus und mehr Selbstvertrauen verfügen würden.

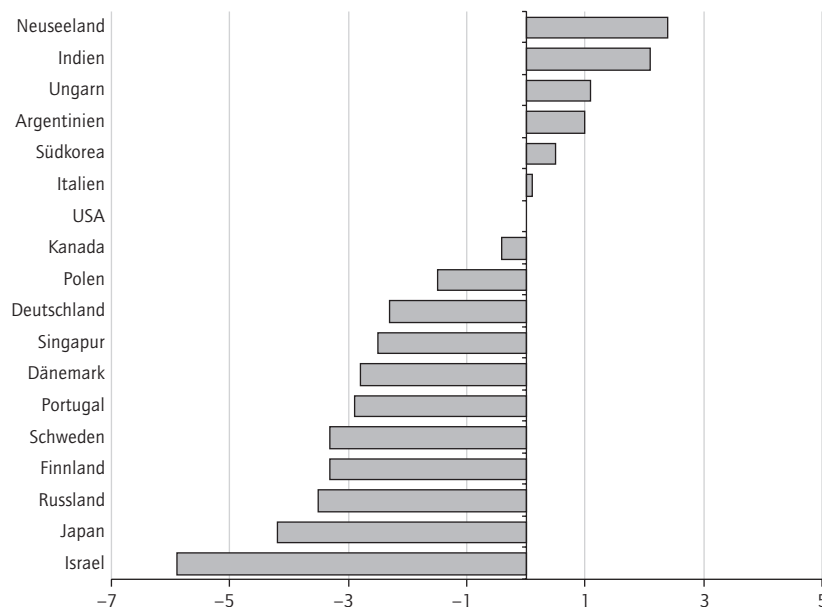
Vermutlich spiegeln die länderspezifischen Unterschiede in den subjektiven Wahrnehmungen und Einstellungen zumindest teilweise reale wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen sowie gut begründete Erwartungen der Menschen wider. Subjektive Wahrnehmungen können jedoch auch aus den verschiedensten Gründen systematisch verzerrt sein, müssen also nicht zwangsläufig objektiven Faktoren entsprechen. Auch können kulturelle und soziologische Faktoren die Wahrnehmungen und Präferenzen der Menschen in den einzelnen Ländern beeinflussen.

Abbildung 2

Unternehmensgründungen in ausgewählten Ländern – Abweichung vom Wert der USA

Deskriptive Auswertung¹

Anteil an der befragten Bevölkerung in %



¹ Die Abbildung stellt die tatsächlich zu beobachtende Abweichung in den Gründungsraten der Länder im Vergleich zu den USA dar.

Quellen: GEM-Bevölkerungsbefragung 2001; Berechnungen des DIW Berlin.

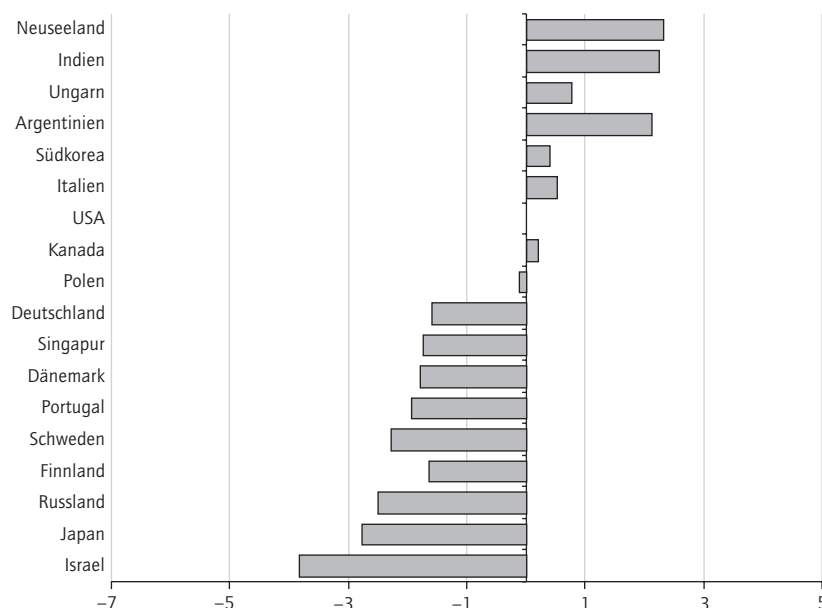
DIW Berlin 2005

Abbildung 3

Unternehmensgründungen in ausgewählten Ländern – Abweichung vom Wert der USA

Annahme der Gleichverteilung sozioökonomischer Faktoren zwischen den Ländern¹

Anteil an der befragten Bevölkerung in %



¹ Die Abbildung stellt die hypothetische Abweichung der Gründungsraten der Länder vom Wert der USA dar, die sich einstellen würde, wenn sozioökonomische Faktoren zwischen den Ländern gleich verteilt wären.

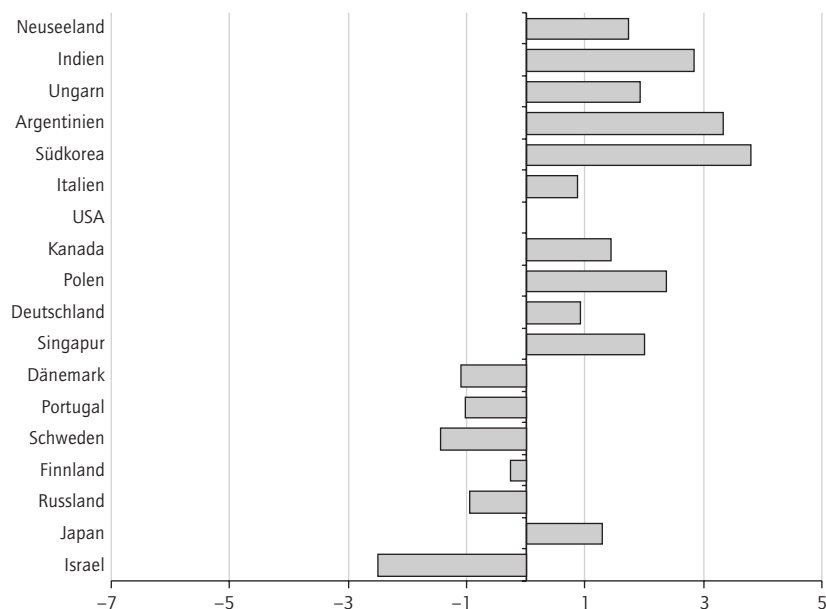
Quellen: GEM-Bevölkerungsbefragung 2001; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Abbildung 4

Unternehmensgründungen in ausgewählten Ländern – Abweichung vom Wert der USA

Annahme der Gleichverteilung sozioökonomischer sowie wahrnehmungsbezogener Faktoren¹
Anteil an der befragten Bevölkerung in %



¹ Die Abbildung stellt die hypothetische Abweichung der Gründungsrate der Länder vom Wert der USA dar, die sich einstellen würde, wenn sowohl sozioökonomische als auch wahrnehmungsbezogene Faktoren zwischen den Ländern gleich verteilt wären.

Quellen: GEM-Bevölkerungsbefragung 2001; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Aussagen darüber, zu welchen Anteilen Wahrnehmungsunterschiede und Präferenzen auf reale wirtschaftliche Rahmenbedingungen (z. B. konjunkturelle Entwicklung, Institutionen, Bürokratie, soziale Sicherungssysteme) oder auf kulturelle und soziologische Faktoren zurückzuführen sind, sind derzeit nicht möglich. Während die Politik zumindest grundsätzlich die Gestaltung von Institutionen, Bürokratie und sozialen Sicherungssystemen beeinflussen kann, sind die Mittel zur Steuerung von kulturellen und soziologischen Faktoren im Allgemeinen sehr begrenzt.

Eine Erhöhung der Gründungsaktivitäten ist ein janusköpfiges wirtschaftspolitisches Ziel. Auf der einen Seite ist eine höhere Quote von Unternehmen und Selbständigen in Deutschland wünschenswert, da sie einen wichtigen Beitrag zur Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Effizienz der Märkte und zur Innovationsfähigkeit des Landes leisten. Auf der anderen Seite zeigt die Statistik, dass besonders neu gegründete Unternehmen in den ersten Jahren ihres Bestehens ein hohes Insolvenzrisiko aufweisen. Eine Unternehmensgründung lohnt sich für den Gründer aus rein wirtschaftlicher Sicht häufig nicht und ist mit erheblichen persönlichen Risiken verbunden. Potentiellen Gründern wäre daher zu wünschen, zu einer möglichst realistischen Einschätzung ihrer Chancen und Risiken zu gelangen, anstatt mit übertriebenem Selbstvertrauen und Optimismus ein hohes persönliches Wagnis einzugehen. Verantwortungsbewusste Maßnahmen zur Gründungsförderung sollten deshalb auch die wirtschaftlichen Interessen der potentiellen Gründer berücksichtigen.

Als sinnvolle Ansatzpunkte zur Verbesserung der Gründungsbedingungen in Deutschland werden Bürokratieabbau, eine Vereinfachung des Steuersystems, eine stärkere Betonung von unternehmerischen Basiskenntnissen an den Schulen sowie der verstärkte Aufbau von Gründungslehrstühlen und -initiativen an den Hochschulen genannt.²⁶ Weiterhin sollte einer großen Risikobereitschaft – auch mit der Möglichkeit des Scheiterns – ein höherer gesellschaftlicher Wert beigemessen werden, um einer Stigmatisierung von „Gescheiterten“ entgegenzuwirken und dieses unnötige Gründungshemmnis abzubauen. All dies könnte vor allem dazu führen, dass sich mehr Menschen in Deutschland eine Unternehmensgründung zutrauen. Sie würden lernen, unternehmerische Chancen zu entdecken und wahrzunehmen, aber gleichzeitig eine realistische Einschätzung der Risiken vorzunehmen.

²⁶ Vgl. Ergebnisse der GEM-Expertenbefragung in Rolf Sternberg, Heiko Bergmann und Ingo Lückgen, a. a. O., S. 24–33.

Aus den Veröffentlichungen des DIW Berlin

Hartmut Kuhfeld and Uwe Kunert

Mileage of Motor Vehicles in 2004 Higher than Ever Before

2003 saw a slight decline in the mileage of vehicle kilometers driven annually by all German road passenger and freight vehicles. This development did not continue in 2004; instead the mileage, at 697 billion vehicle kilometers, was higher than ever before, despite the fact that fuel prices continued to rise. Where freight vehicles are concerned, the number of vehicles on the road hardly changed as compared to 2003; the volume of goods to be transported only rose marginally. Since, however, transport distances increased, the mileage of German freight and semitrailer trucks was 1.3% higher in 2004 as compared to the previous year. The mileage of passenger cars registered in Germany even increased by 2.3% to 591 billion vehicle kilometers. The decline in 2003 was clearly not a shift in the trend, but rather one of the short-term adjustment reactions by consumers, as has often occurred in the past. Average consumption of motor vehicles decreased only marginally in the past year; total consumption of fuel in the traffic sector increased by 1.6%. The amount of the climate-relevant CO₂ gas emitted even rose by 1.8%, since the increase of consumption was larger for diesel fuel with higher CO₂ exhaust per liter than gasoline.

Weekly Report No. 30/2005

26 October 2005

Die Volltextversionen der Weekly Reports liegen als PDF-Dateien vor und können auf der entsprechenden Website des DIW Berlin bestellt werden (www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/weeklyreport/index.html). The full text version of the Weekly Reports is available in PDF format and can be ordered from the DIW Berlin website (www.diw.de/english/produkte/publikationen/weeklyreport/index.html).



Aus den Veröffentlichungen des DIW Berlin

Ulrich Thießen

Fiscal Federalism: Normative Criteria for Evaluations, Developments in Selected OECD Countries, and Empirical Evidence for Russia

Criteria for evaluation of systems of fiscal federalism are derived from the current state of the theory of fiscal federalism. In a second step we provide an overview of developments of fiscal federalism systems in OECD countries highlighting some existing trends. Third, an overview of Russia's regional economic characteristics underlines several reasons that call for a redistribution of income among regions. Fourth, we apply the defined evaluation criteria to Russia's system of fiscal federalism. We find that there has been effective equalization of income to regions with relatively low per capita income but it was mainly the medium income group of regions that carried the burden for this redistribution. Several relatively very wealthy regions were – according to our data – persistently subsidized through the system. Fiscal equalization may have caused significant disincentive effects for subnational governments because efforts to improve their tax base and raise tax revenues tended to result in a higher net share of tax revenues to be transferred to the central government. The transfer system had major weaknesses, especially that of promoting bargaining between regions and the center, which may not have been solved through recent reforms of the system. Also a very important element of fiscal federalism is almost absent, namely revenue discretion on the part of subnational governments. Hence, the paper makes reform proposals.

Discussion Paper 518
October 2005

Ulrich Thießen and Paul R. Gregory

Modelling the Structural Change of Transition Countries

The rapid changes in the transition economies must be evaluated in a comparative context. This paper provides a comprehensive comparative analysis using a large panel data set of market economies as a reference point. We wish to establish the extent and speed with which the structures of the transition economies are converging towards other country groups ranked according to income levels. This exercise provides an alternate measure of transition "success" which is grounded in quantitative rather than subjective indicators. It also shows future sectoral growth patterns under the assumption that remaining structural distortions will continue to be removed.

Discussion Paper 519
October 2005

Die Volltextversionen der Diskussionspapiere liegen von 1998 an komplett als PDF-Dateien vor und können von der entsprechenden Website des DIW Berlin heruntergeladen werden (www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/diskussionspapiere).

Impressum

DIW Berlin
Königin-Luise-Str. 5
14195 Berlin

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran (Vizepräsident)
Dr. Tilman Brück
Dörte Höppner
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Bernhard Seidel
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Alfred Steinherr
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Axel Werwatz, Ph. D.
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Dr. habil. Björn Frank
Kurt Geppert
Dr. Elke Holst
Jochen Schmidt
Dr. Mechthild Schrooten

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 - 30 - 897 89-249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805 - 19 88 88 *dtms/12 Cent/min.

Reklamationen können nur innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen des Wochenberichts angenommen werden; danach wird der Heftpreis berechnet.

Abo-Betreuung durch
Abonnenten Service Center GmbH
Geschäftsführer: Heinz-Jürgen Koch
Marlene Str. 4
77656 Offenburg

Bezugspreis

Jahrgang 180,- €; Einzelheft Euro 7,- €
(jeweils inkl. MwSt. und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements bis spätestens sechs Wochen vor Jahresende

ISSN 0012-1304

Bestellung unter leserservice@diw.de

Konzept und Gestaltung

kognito, Berlin

Satz

Wissenschaftlicher Text-Dienst (WTD), Berlin

Druck

Druckerei Conrad GmbH
Oranienburger Str. 172
13437 Berlin

Auszugsweise Zitierung nur mit Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an die Stabsabteilung Information und Organisation, 14191 Berlin, zulässig.