ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Brixy, Udo; Hundt, Christian; Sternberg, Rolf

Research Report

Internationaler Vergleich: Unternehmensgründungen in Krisenzeiten

IAB-Kurzbericht, No. 8/2010

Provided in Cooperation with:
Institute for Employment Research (IAB)

Suggested Citation: Brixy, Udo; Hundt, Christian; Sternberg, Rolf (2010) : Internationaler Vergleich: Unternehmensgründungen in Krisenzeiten, IAB-Kurzbericht, No. 8/2010, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), Nürnberg

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/158325

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.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
Die Forschungseinrichtung der Bundesagentur für Arbeit

IAB

IAB-Kurzbericht

8/2010

Aktuelle Analysen und Kommentare aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

In aller Kürze

- Die aktuelle Krise hat die Zahl der Unternehmensgründungen nicht erkennbar beeinflusst. 2009 betrug die Rate der gesamten neuen unternehmerischen Aktivität in Deutschland 4,1 Prozent und unterscheidet sich damit nicht signifikant von den Vorjahren.
- In Deutschland fehlen nach wie vor Menschen, die sich aus innerer Überzeugung selbstständig machen wollen. Personen, die dies aus mangelnder Alternative möchten, sind jedoch nicht die „schlechteren" Gründer. Wenn sich dieses Motiv mit „klassischen" unternehmerischen Zielen paart, gelingt die Gründung des Unternehmens sogar besonders oft.
- Erstaunlich wenige Gründer lassen sich beraten, obwohl die Beratungsinfrastruktur in Deutschland nach Expertenmeinung gut ausgebaut ist. Nur jeder Dritte nutzt eine gewerbliche Beratung und nur jeder Vierte eine – meist kostenlose – Beratung öffentlicher Träger.
- Nach Expertenansicht verfügen zu wenig Menschen in Deutschland über das nötige Wissen zur Führung eines Unternehmens. Das Defizit lässt sich mittelfristig nur über die Vermittlung entsprechender Inhalte an Schulen und Hochschulen vermindern.

Internationaler Vergleich

Unternehmensgründungen in Krisenzeiten

von Udo Brixy, Christian Hundt und Rolf Sternberg

Neben Risiken kann eine Wirtschaftskrise auch Chancen bereithalten – insbesondere für Neugründungen. Wenn andere Unternehmen ihre Tore schließen, gibt dies neuen Unternehmen die Möglichkeit, mit innovativen Geschäftsideen und Konzepten am Markt Fuß zu fassen.

Wirtschaftskrisen beschleunigen den strukturellen Wandel. Einerseits werden verstärkt Arbeitsplätze bestehender Unternehmen in unrentablen Wirtschaftsbereichen abgebaut, gleichzeitig entstehen – auch während einer Krise – neue Arbeitsplätze. Diese Dynamik schafft Platz für innovative Ideen und eröffnet damit Chancen für neue Unternehmen. Neugründungen können daher einen Beitrag zur Überwindung der aktuellen Krise leisten. Jedoch sind in Krisenzeiten gegründete Unternehmen aufgrund des Nachfragerückgangs einem besonders hohen Wettbewerbsdruck ausgesetzt und müssen sich in einem überaus schwierigen Umfeld behaupten.

In Deutschland wurde 2009 zum zehnten Mal eine Befragung im Rahmen des „Global Entrepreneurship Monitors" (GEM, vgl. **Infokasten** Seite 6) durchgeführt, um unternehmerische Aktivitäten aller Art zu erheben. Die bekannteste Maßzahl des GEM ist die „Total Early-stage Entrepreneurial Activity" (TEA). Sie bildet die Summe aus sogenannten „werdenden" Gründern (Nascent Entrepreneurs) und Gründern junger Unternehmen, jeweils gemessen als Prozentanteil an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung.

Die unternehmerische Aktivität in Deutschland 2009

Innovationsbasierte Länder wie Deutschland weisen im Mittel deutlich geringere Gründungsquoten auf als weniger entwickelte Länder (vgl. **Abbildung 1**). Unter-

Leibniz Universität Hannover
Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie

GEM

schiedliche Gründungsmotive und die zwischen den Ländergruppen variierende ökonomische Relevanz von Gründungen sind die wesentlichen Ursachen für diese Divergenzen. Deshalb relativiert sich die auf den ersten Blick ungünstige Quote für Deutschland ein wenig.

Aber auch innerhalb von 20 vergleichbaren Ländern belegt Deutschland mit einem TEA-Wert von 4,1 Prozent den 15. Rang (zur Einteilung der Referenzgruppe vgl. **Infokasten** auf Seite 8). Damit wird in Deutschland 2009 statistisch signifikant seltener gegründet als etwa in den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich oder der Schweiz.

Bemerkenswert ist, dass weder der ausgeprägte wirtschaftliche Aufschwung der Jahre 2006 bis 2008 noch die darauf folgende starke Rezession einen erkennbaren Einfluss auf die Höhe der TEA-Quoten hatten. Im zeitlichen Vergleich ergeben sich keine statistisch signifikanten Differenzen zwischen den Quoten der letzten drei GEM-Erhebungsjahre in Deutschland (2006, 2008, 2009). Die aktuelle TEA-Quote ist allerdings deutlich niedriger als in den Jahren vor 2006 (vgl. **Abbildung 2**).

Entwicklung der Quote der „werdenden" Gründer rückläufig

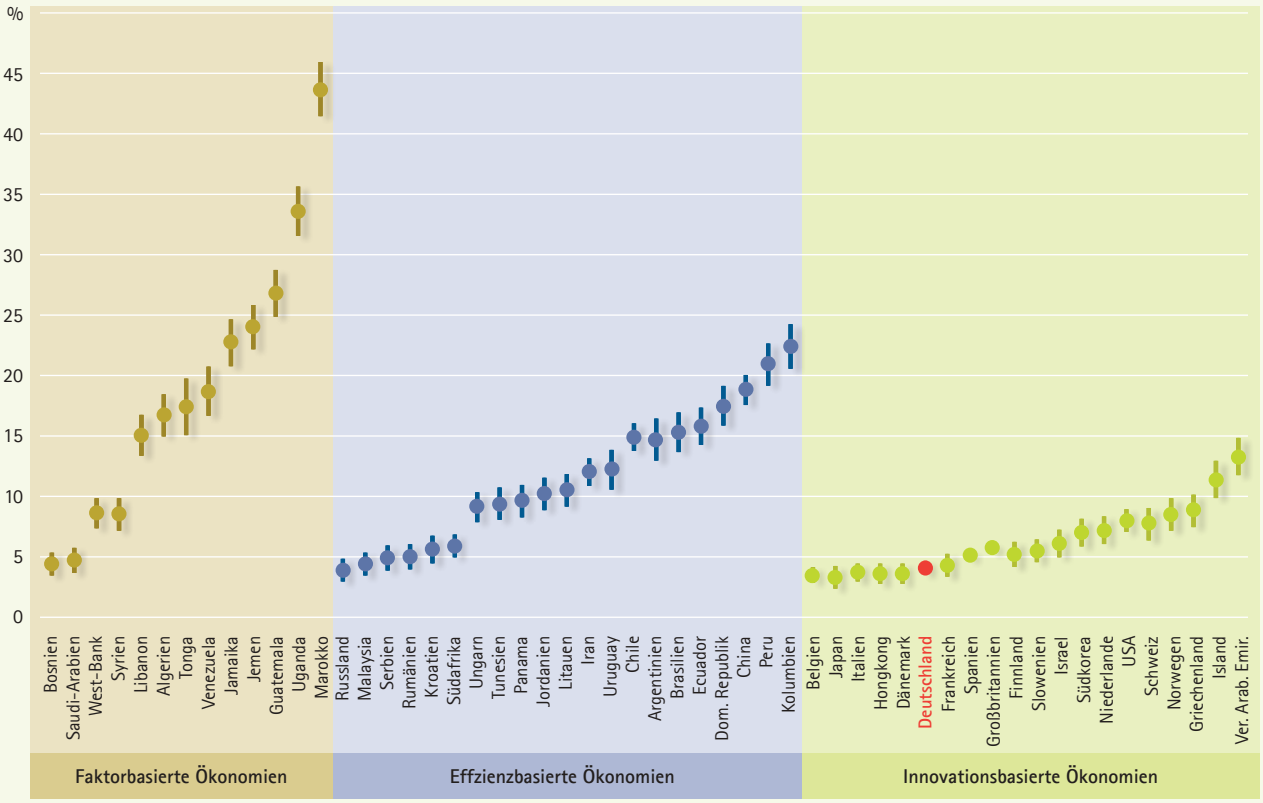
Da die TEA-Quote die Summe aus aktuell „werdenden" Gründern und maximal 3,5 Jahre zurückliegenden Gründungsaktivitäten darstellt, lassen sich direkte Schlussfolgerungen für intertemporale Unterschiede hinsichtlich der tatsächlich erfolgten Gründungen (nicht der Gründungsabsicht) nur bedingt ziehen. Möglich ist dies aber bei einer Differenzierung nach den beiden Komponenten der TEA. Die Quote der ersten Teilkomponente, der werdenden Gründer, liegt 2009 in Deutschland bei 2,2 Prozent und ist seit 2005 (3,1 %) kontinuierlich auf diesen Wert gesunken. Mit anderen Worten: Der Anteil der Personen in Deutschland, die in nächster Zeit eine

Abbildung 1

Gründungsquoten 2009 im Ländervergleich

Personen, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen

Anteil an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung in Prozent



Die vertikalen Balken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert (Punkt) der Grundgesamtheit mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95 %-Konfidenzintervall). Die Unterschiede zwischen zwei Ländern sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Balken nicht überlappen (d. h., wenn sie keinen gemeinsamen y-Wert haben). Hier gilt das z. B. für Bosnien und Syrien, Russland und Ungarn etc.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009.

© IAB

Unternehmensgründung planen, ist seit vier Jahren stetig zurückgegangen.

Dies ist ein kritischer Befund, denn eine Volkswirtschaft ist auf die ständige Erneuerung ihrer Unternehmensbasis angewiesen. Nicht nur zur Bewältigung des strukturellen Wandels, auch für die Verbreitung von Innovationen und die Schaffung neuer Arbeitsplätze sind Gründungen notwendig. Die Bedeutung neuer unternehmerischer Aktivitäten wird auch durch Ergebnisse des GEM unterstrichen: Sie belegen, dass Gründungen in Deutschland innovativer sind als in den meisten anderen Ländern der Vergleichskulisse.

Geschlecht und Alter der Gründer

In nahezu allen am GEM beteiligten Ländern gründen Frauen signifikant seltener als Männer. Es ist deshalb eine Besonderheit, dass in Deutschland bereits seit 2008 keine signifikanten Unterschiede mehr zwischen den geschlechtsbezogenen Gründungsquoten bestehen. Zwar ergibt die Umfrage, dass Männer immer noch häufiger gründen als Frauen, die Unterschiede sind jedoch nicht statistisch signifikant. Erfreulich wäre diese Entwicklung, wenn sie dadurch zustande käme, dass Frauen sich häufiger für eine selbstständige Tätigkeit entscheiden würden. Dies ist aber, wie **Abbildung 3** zeigt, nicht der Fall. Vielmehr beruht die Angleichung ausschließlich auf einer seit 2006 rückläufigen Gründungsneigung der Männer, während die der Frauen weitgehend stabil geblieben ist. 2009 nahm die Gründungsneigung unter den Männern wieder leicht zu, es könnte sich hier eine Trendwende abzeichnen.

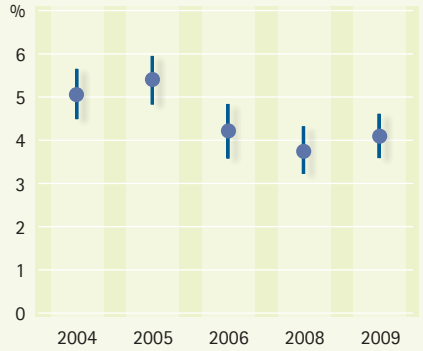
Wie schon häufig – und immer wieder auch vom deutschen GEM-Team – betont, ist eine Erhöhung der Gründerinnenquote ein geeignetes Mittel zur Erhöhung der Gründungsquote insgesamt und sollte daher auch weiterhin zu den Zielen der nationalen Gründungsförderung gehören. (So hieß denn auch bereits im GEM-Länderbericht 2003 der Schwerpunkt „Gründungen durch Frauen".) Nach absoluten Maßstäben ist das Niveau der weiblichen TEA-Quote in Deutschland erheblich verbesserungsfähig: Unter den innovationsbasierten Ländern weisen immerhin sechs Staaten statistisch signifikant höhere weibliche TEA-Quoten auf, darunter die Niederlande und die Schweiz.

Altersspezifische Unterschiede in der Gründungshäufigkeit sind ebenfalls ein empirisch gesichertes Resultat der GEM-Analysen. Dies gilt auch für das Jahr 2009, in dem die 35- bis 44-Jährigen signifikant

Abbildung 2

Entwicklung der Gründungsaktivitäten (TEA) in Deutschland 2004 bis 2009

Personen, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen
Anteil an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung in Prozent



Die vertikalen Balken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert (Punkt) der Grundgesamtheit mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95 %-Konfidenzintervall). Die Unterschiede zwischen zwei Jahren sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Balken nicht überlappen (d. h., wenn sie keinen gemeinsamen y-Wert haben).

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2004 bis 2009. Für das Jahr 2007 liegen keine Daten vor, da Deutschland nicht an der GEM-Befragung teilgenommen hat.

© IAB

Abbildung 3

Entwicklung der Gründungsraten in Deutschland 2004 bis 2009 nach Geschlecht

Männer und Frauen, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen
Anteil an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung in Prozent

Die vertikalen Balken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert (Punkt) der Grundgesamtheit mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95 %-Konfidenzintervall). Die Unterschiede zwischen zwei Jahren sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Balken nicht überlappen (d. h., wenn sie keinen gemeinsamen y-Wert haben). Damit gibt es z. B. bei den Frauen in allen Jahren keine signifikaten Unterschiede.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2004 bis 2009. Für das Jahr 2007 liegen keine Daten vor, da Deutschland nicht an der GEM-Befragung teilgenommen hat.

© IAB

häufiger gründeten als die älteren Jahrgänge und tendenziell auch häufiger als die 18- bis 24-Jährigen (vgl. **Abbildung 4**). Bezieht man dieses Resultat auf die Altersverteilung in Deutschland insgesamt, müssten unausgeschöpfte Gründungspotenziale insbesondere bei den älteren, wesentlich kopfstärkeren Altersgruppen zu suchen und zu finden sein – zumal diese Altersgruppen aufgrund des demografischen Wandels zukünftig stark zunehmen werden.

Der Vergleich zwischen 2009 und 2002, als die Gründungsquoten in Deutschland deutlich höher waren, lässt aber auch eine andere Schlussfolgerung zu. Wie **Abbildung 4** ebenfalls belegt, sind ausschließlich die TEA-Quoten der beiden jüngsten Altersgruppen seit 2002 gesunken – und zwar bis auf die Hälfte des Ausgangswertes. Ganz offensichtlich gründen heute also absolut wie relativ weniger jüngere Menschen in Deutschland als zu Beginn der Dekade. Auch im internationalen Vergleich ist der deutsche Wert eine Besonderheit: Im Mittel der 20 innovationsbasierten Länder sind 25- bis 34-Jährige die gründungsstärkste Gruppe, während dies hierzulande für die nächst höhere Altersgruppe gilt.

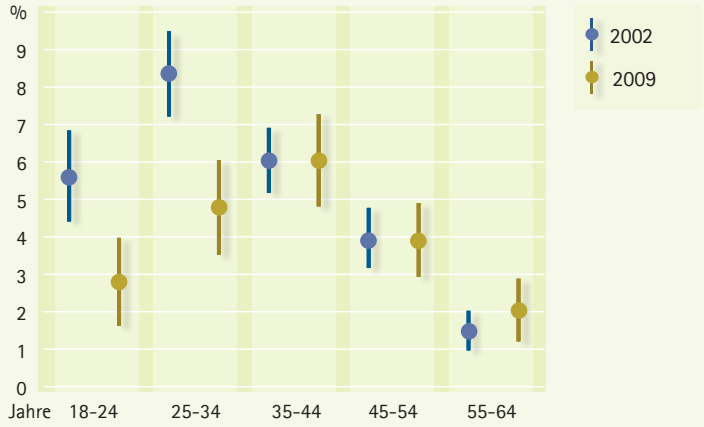
Zur Stärkung des Gründungsgeschehens wäre es daher sinnvoll, sowohl bei den sehr jungen als auch bei den beiden ältesten Gruppen anzusetzen. Die Vermittlung von sozialen Werten und Normen – auch die zur unternehmerischen Selbstständigkeit – erfolgt in jungen Lebensjahren, z. B. über die Eltern oder in der Schule. Deshalb macht es Sinn, die Selbstständigkeit von jungen Menschen zu fördern. Angesichts des demografischen Wandels und der Veränderung von Lebensarbeitszeit und Arbeitsinhalten wird aber auch die unternehmerische Selbstständigkeit von älteren Menschen ein Thema werden, auf das die Politik vorbereitet sein sollte.

Abbildung 4

Gründungsraten in Deutschland 2002 und 2009 nach Alter

Personen, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen

Anteil an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung in Prozent



Die vertikalen Balken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert (Punkt) der Grundgesamtheit mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95 %-Konfidenzintervall). Die Unterschiede zwischen zwei Altersgruppen sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Balken nicht überlappen (d. h., wenn sie keinen gemeinsamen y-Wert haben).

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2002 und 2009.

© IAB

Motivation der Gründer

Eine wichtige Rolle für unternehmerische Aktivitäten spielt die Motivation, aus der heraus eine Gründung geplant wird. In Deutschland ist der Anteil der Personen, die hauptsächlich aufgrund mangelnder Erwerbsalternativen gründen möchten, traditionell sehr hoch. Zudem war 2006 der Anteil der „klassischen" Gründer sprunghaft zurückgegangen und verharrt seitdem auf niedrigem Niveau (vgl. **Abbildung 5**).

Grundsätzlich mangelt es also in Deutschland an Menschen, die sich aus innerer Überzeugung – also aus „klassischen" Gründen – selbstständig machen wollen. Glücklicherweise heißt dies aber nicht, dass Personen, die auch aus mangelnder Alternative selbstständig werden möchten, die schlechteren Gründer sind. Wenn sich dieses Motiv mit „klassischen" unternehmerischen Zielen paart, dann ist es sogar eine besonders günstige Kombination: Personen, die für sich zwar keine Perspektive als abhängig Beschäftigte sehen, sich aber auch zum Unternehmer berufen fühlen, gründen besonders häufig ein Unternehmen. Ein Problem stellen deshalb nur solche Personen dar, die als echte „Notgründer" bezeichnet werden können, also ausschließlich aufgrund mangelnder Erwerbsalternative in die Selbstständigkeit wechseln.

Gründungswissen und Gründungsfähigkeiten

Um den Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit auch mittel- und langfristig erfolgreich zu gestalten, benötigt ein Gründer bestimmte Fähigkeiten und Eigenschaften. Für die Gründungsentscheidung ist ausschlaggebend, wie der potenzielle Gründer diese Fähigkeiten einschätzt – nicht unbedingt, ob er sie korrekt einschätzt. 2009 meinten 45 Prozent der befragten 18- bis 64-jährigen Deutschen, dass sie über ausreichende Fähigkeiten und Erfahrungen zur Umsetzung einer Gründung verfügen (Rang 13 unter den Referenzstaaten, vgl. **Abbildung 6**).

Der Rückstand auf Staaten wie die USA oder das Vereinigte Königreich, aber auch die Niederlande, ist erheblich. Die hohen Werte dort könnten als Reflex auf eher positive Erfahrungen mit eigenen Gründungsaktivitäten in den genannten Ländern in der Vergangenheit gedeutet werden. Ein weiterer Grund für den Rückstand Deutschlands könnten auch die in vielen Bereichen höheren Markteintrittsschranken sein. So regelt z. B. die Handwerksordnung sehr genau, wer einen Handwerksbetrieb eröffnen darf, und auch andere Bereiche sind stark reguliert (z. B. Apotheker und Ärzte).

Die meisten „werdenden" Gründer setzen ihr Vorhaben um

Nicht jedem, der ein Unternehmen gründen möchte, gelingt dieses Vorhaben. Bislang ist nur wenig darüber bekannt, wie häufig die Gründungsabsicht auch tatsächlich umgesetzt wird. Entsprechend gibt es nur wenige Erkenntnisse zu den Ursachen eines vorzeitigen Gründungsabbruchs. Auch über die Dauer der Vorgründungsphase ist nur wenig bekannt.

Dabei sind genauere Kenntnisse der Ursachen, warum geplante Unternehmen nicht realisiert werden, aus vielerlei Gründen bedeutsam. So können – ganz konkret – Personen davon profitieren, die ein Unternehmen gründen möchten; sie können aus den Fehlern anderer lernen und ihre eigenen Pläne entsprechend anpassen. Auch für politische Akteure ist es wichtig zu wissen, an welchen Hindernissen potenzielle Gründer scheitern – nicht zuletzt, um die Förderinstrumente für Gründer weiter zu verbessern.

Zur Analyse des Umsetzungserfolgs von geplanten Gründungen führt das deutsche Team des GEM seit 2006 Wiederholungsbefragungen von Personen durch, die zum Befragungszeitpunkt mit der Gründung eines Unternehmens befasst sind, die sogenannten „Nascent Entrepreneurs" („werdende" Gründer). Die Grundlage dafür bilden die jährlichen Bevölkerungsbefragungen im Rahmen des GEM.

Während der letzten vier Jahre wurden die Umfragen von 2006 bis 2009 genutzt, um im halbjährlichen Turnus „werdende" Gründer über den Fortgang ihres Vorhabens zu befragen. So entstand das „German Panel of Nascent Entrepreneurs" (GEPANE), das mittlerweile zu den weltweit umfassendsten Datensätzen seiner Art gehört (Näheres dazu im diesjährigen GEM-Länderbericht, vgl. **Infokasten** Seite 6).

Erste Ergebnisse dieses Panels zeigen, dass sich in Deutschland nach einem Jahr bereits 43 Prozent der „werdenden" Gründer selbstständig gemacht haben, weitere 26 Prozent sind noch dabei und 31 Prozent gaben ihre Absicht zu gründen endgültig auf. Bei den meisten Personen ist die Entscheidung schon während des ersten halben Jahres gefallen: Entwe-

Abbildung 5

Motivlagen der Gründer in Deutschland 2004 bis 2009

Anteil der „klassischen" und der „getriebenen" Gründer* an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung in Prozent

* „Klassische" Gründer geben an, eine Geschäftsidee ausnutzen zu wollen, während „getriebene" Gründer keine bessere Erwerbsalternative für sich sehen.

Die vertikalen Balken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert (Punkt) der Grundgesamtheit mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95 %-Konfidenzintervall). Die Unterschiede zwischen zwei Jahren sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Balken nicht überlappen (d. h., wenn sie keinen gemeinsamen y-Wert haben).

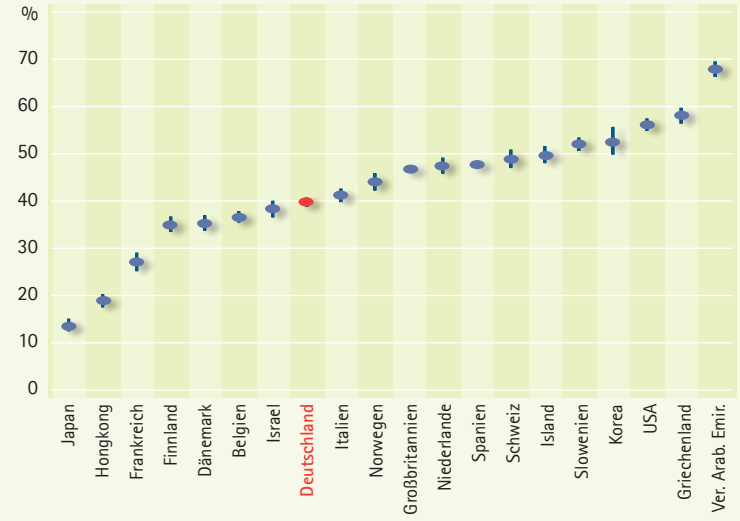
Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2004 bis 2009. Für das Jahr 2007 liegen keine Daten vor, da Deutschland nicht an der GEM-Befragung teilgenommen hat.

© IAB

Abbildung 6

Gründungswissen und Gründungsfähigkeiten 2009 im internationalen Vergleich

Anteil der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung, der nach eigenen Angaben über das nötige Wissen zur Gründung eines Unternehmens verfügt, in Prozent



Quelle: GEM-Expertenbefragung 2009.

© IAB

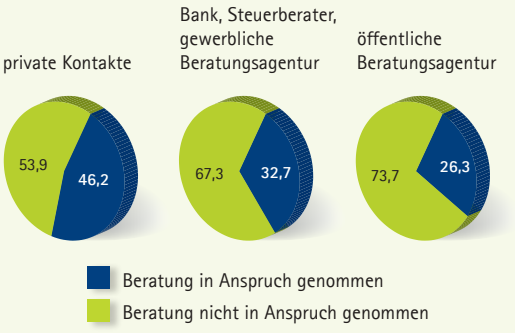
der sie haben sich tatsächlich selbstständig gemacht oder die Gründungsidee endgültig aufgegeben. Die Absicht zu gründen konnte demnach offenbar rasch in die Tat umgesetzt werden. Dies spricht für eine effiziente Administration und ein gutes Beratungssystem. Diese Aspekte werden auch von den GEM-Experten als Pluspunkte hierzulande gesehen.

Deutliche Unterschiede existieren zwischen „werdenden" Gründern unterschiedlicher Qualifikationsstufen. Vor allem gering Qualifizierte neigen eher dazu, ihr Vorhaben doch nicht umzusetzen. Von ihnen haben sich nach einem Jahr 58 Prozent gegen eine Firmengründung entschieden. Unter denjenigen mit mittlerer oder hoher Qualifikation sind es nur etwa 30 Prozent bzw. 26 Prozent. Hier setzt sich ein Trend fort, der bereits zu Beginn des Prozesses auftritt: Personen mit niedrigem Bildungsniveau planen ohnehin seltener, ein Unternehmen zu gründen. Diejenigen, die dies dennoch beabsichtigen, setzen dieses Vorhaben zudem seltener um. Allerdings stellt sich die Frage, inwieweit diese Selektion Firmengründungen verhindert, die sowieso nur geringe Marktchancen gehabt hätten. Gerade gering Qualifizierte verfügen häufig über wenig eigene finanzielle Ressourcen und sind im Falle einer Insolvenz einem besonders hohen Armutsrisiko ausgesetzt – denn in Deutschland haftet in der Regel der Eigentümer persönlich mit seinem gesamten Vermögen.

Abbildung 7

Beratungsquellen* von Gründern in Deutschland

Anteil der Gründer in Prozent



* ein Jahr nach anfänglichem Screening

Quelle: German Panel of Nascent Entrepreneurs (GEPANE).

© IAB

Gute Beratungsinfrastruktur wird zu wenig genutzt

Gründern, die sich beraten lassen, gelingt der Schritt in die Selbstständigkeit häufiger. Allerdings lässt sich nur etwa die Hälfte aller „werdenden" Gründer überhaupt beraten – und das, obwohl hier mit Beratung auch sehr niederschwellige Kontakte aus dem engeren sozialen Umfeld gemeint sind, wie Familie, Freunde oder Kollegen. Knapp die Hälfte der befragten Gründer zieht Personen aus seiner Umgebung zu Rate, jeder Dritte nutzt eine gewerbliche Beratung und nur jeder Vierte eine Beratung durch öffentliche Träger – obwohl diese meist kostenlos ist (vgl. **Abbildung 7**).

Das ist umso erstaunlicher, als nach Meinung von Gründungsexperten (s. u.) die Beratungsinfrastruktur in Deutschland durchaus gut ausgebaut ist.

Expertenurteil zu gründungsbezogenen Rahmenbedingungen

Neben der umfangreichen Bevölkerungsbefragung, auf der die bisherigen Angaben beruhen, wird im Rahmen des GEM auch eine Befragung von Gründungsexperten durchgeführt. Sie hat vor allem das Ziel, eine Einschätzung zum aktuellen Stand gründungsbezogener Rahmenbedingungen zu erhalten.

Wie in allen Jahren seit 2003 werden auch diesmal die folgenden Rahmenbedingungen in Deutschland am besten bewertet: „Physische Infrastruktur", die „Öffentlichen Förderprogramme", der „Schutz geistigen Eigentums" sowie die „Unternehmensbezogenen Dienstleistungen" (vgl. **Abbildung 8**). Als weiterer Standortvorteil erweist sich nach Ansicht der Experten die seit 2008 zum Befragungsrepertoire gehörende „Wertschätzung von Innovationen" – sowohl aus Unternehmer- als auch aus Konsumentensicht.

i Der „Global Entrepreneurship Monitor" (GEM)

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Forschungskonsortium, das 1998 ins Leben gerufen wurde. Ziel ist es, Gründungsaktivitäten international und intertemporal zu analysieren. Der Fokus liegt auf dem Vergleich verschiedener Phasen des Gründungsgeschehens. Hierzu erheben die Länderteams jährlich Daten der erwachsenen Bevölkerung (18-64 Jahre) zu Gründungsaktivitäten. Um gründungsbezogene Rahmenbedingungen zu erfassen, werden schriftliche Expertenbefragungen durchgeführt. 2009 beteiligten sich mehr als 50 Länder am GEM. Abgesehen von 2007 liegen für Deutschland seit 1999 eine komplette Datenreihe für die jährlichen Bürger- und Expertenbefragungen sowie je ein Länderbericht Deutschland vor.

Auf der offiziellen Internetseite (www.gemconsortium.org) werden alle Länderberichte und die international vergleichenden Gesamtberichte zum Herunterladen angeboten. Einen Überblick methodischer Details bieten Reynolds et al. (2005).

Wie die Stärken erweisen sich auch viele Schwächen des Gründungsstandorts Deutschland in den zehn Jahren GEM als sehr stabil. Hier sind vor allem die Ausbildung, speziell die schulische zu nennen, ebenso der Bereich „Regulierung und Steuern". Demgegenüber erzielen die „Gründungsfinanzierung" und „Gesellschaftliche Werte und Normen" leicht bessere Beurteilungen (vgl. **Abbildung 8**).

Die unzureichende Vermittlung unternehmerischer Fähigkeiten findet ihre Entsprechung in der sehr schlechten Einschätzung der Gründungsfähigkeiten in der Bevölkerung. Die Chancen für eine Unternehmensgründung – die von den Experten durchaus gesehen werden – können auch deshalb oftmals nicht genutzt werden.

Fazit

Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Gründungsgeschehen waren zumindest bis Mitte 2009 augenscheinlich noch gering. Ein Warnsignal ist allerdings – unabhängig von der Krise – der seit 2006 rückläufige Anteil der „werdenden" Gründer. Dies ist ein kritischer Befund, denn neue Unternehmen sind für die Phase der Erholung nach der aktuellen Wirtschaftskrise von großer Bedeutung.

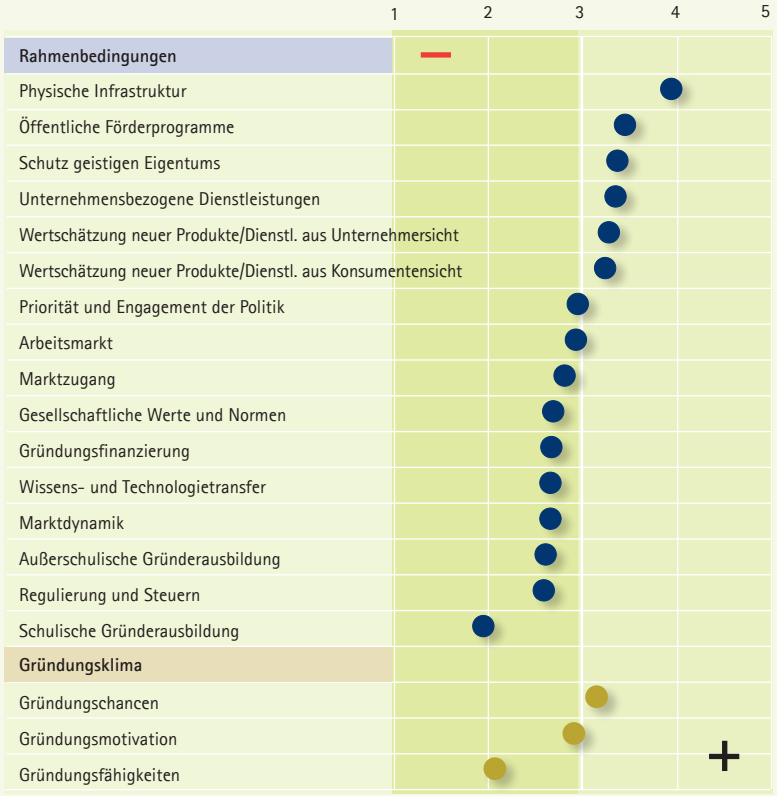
Um mittelfristig mehr Menschen zur Gründung eines Unternehmens zu bewegen, ist es notwendig, in den Schulen und Hochschulen mehr einschlägiges Wissen zu vermitteln und Selbstständigkeit als gleichwertige berufliche Alternative darzustellen. Das gelingt am besten, wenn auch Unternehmer selbst zu Wort kommen, denn die Forschung zeigt seit Langem, dass vor allem erfolgreiche Vorbilder zur Gründung eines eigenen Unternehmens anspornen.

Ein dringliches Problem ist, dass die Beratungsinfrastruktur für Gründer bislang zu wenig genutzt wird, obwohl gerade sie von den Experten positiv bewertet wird. Die vielfältigen Beratungsmöglichkeiten müssen daher erheblich offensiver vermarktet werden und Gründungswilligen stärker angetragen werden. Dies liegt auch im Interesse der potenziellen Gründer, denn eine gute Beratung wird so manchen nicht ausgereiften Gründungsversuch entweder verhindern oder soweit verbessern, dass seine Erfolgsaussichten steigen.

Abbildung 8

Gründungsbezogene Rahmenbedingungen und Gründungsklima 2009 in Deutschland

Bewertung durch Experten auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut)



Anmerkung: Die Bewertungen basieren auf dem Mittelwert der Einstufungen einer Reihe von Aussagen zu den jeweiligen Rahmenbedingungen durch die Experten auf einer Skala von 1 (vollkommen falsch) bis 5 (vollkommen richtig). Je höher der Wert, desto besser wurde die Rahmenbedingung eingeschätzt.

Quelle: GEM-Expertenbefragung 2009.

© IAB

Literatur

Brixy, Udo; Hundt, Christian; Sternberg, Rolf (2010): Global Entrepreneurship Monitor. Länderbericht Deutschland 2009. Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, Leibniz Universität Hannover.

Porter, Michael E.; Sachs, Jeffrey D.; McArthur, John W. (2002): Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M.; Sachs, J.; Cornelius, P.K.; McArthur, J.; Schwab, K. (Ed.): The Global Competitiveness Report 2001-2002. New York: Oxford University Press, S. 16-25.

Reynolds, Paul D.; Bosma, Niels; Autio, Erkko; Hunt, Steve; Bono, Natalie D.; Servais, Isabel; Lopez-Garcia, Paloma; Chin, Nancy (2005): Global Entrepreneurship. Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, 24, S. 205-231.

Schwab, Klaus; Sala-i-Martin, Xavier (2009): The Global Competitiveness Report 2009-2010. Geneva. (http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf).

i Der Ländervergleich: Kategorisierung der im GEM erfassten Länder

Am GEM 2009 haben 54 Länder teilgenommen. Sie werden gemäß der Kategorisierung des aktuellen „Global Competitiveness Report 2009/2010" (Schwab/Sala-i-Martin 2009), basierend auf der Argumentation von Porter et al. (2002), in drei Gruppen unterteilt. Dies macht insbesondere deshalb Sinn, weil Gründungsaktivitäten in diesen drei Gruppen sehr unterschiedliche Funktionen besitzen. In anderen Worten: Eine gleich hohe Gründungsquote hat in den verschiedenen Gruppen sehr unterschiedliche Bedeutung.

Die erste Gruppe besteht aus Ländern mit geringer Wirtschaftskraft. Weil diese ihr Wachstum in erster Linie aus der verstärkten Mobilisierung primärer Produktionsfaktoren beziehen (Land, Rohstoffvorkommen, gering qualifizierte Arbeitskräfte etc.), werden sie als **„faktorbasierte Ökonomien"** bezeichnet.

Zur zweiten Gruppe zählen Volkswirtschaften, die ihren Lebensstandard mithilfe ausländischer Direktinvestitionen (ADI) bereits steigern konnten. Da weiteres Wachstum vor allem durch die Erhöhung der Effizienz erzielt wird, gelten diese Länder als **„effizienzbasierte Ökonomien"**. Die dazu benötigten Technologien müssen in der Regel importiert werden, da die Kapazitäten zur Generierung eigener Innovationen noch nicht hinreichend entwickelt sind.

Der Übergang zu einer **„innovationsbasierten Volkswirtschaft"**, der dritten und letzten Gruppe, ist nach Ansicht von Porter et al. (2002) der schwierigste. Bereits in effizienzbasierten Ökonomien sind makroökonomische Stabilität sowie der garantierte Schutz von Privateigentum (des materiellen wie des geistigen) wichtige Bedingungen für die Attrahierung von ADI. Zusätzliche Merkmale innovationsbasierter Volkswirtschaften sind erkennbare Investitionstätigkeiten im Bereich Bildung, Forschung und Entwicklung – sowohl von staatlicher als auch privater Seite. Deutschland gehört, wie alle OECD-Staaten, zur Gruppe der innovationsbasierten Volkswirtschaften. Von den 54 am GEM 2009 beteiligten Ökonomien zählen 20 zu den innovationsbasierten. Sie bilden im vorliegenden Bericht die Referenzgruppe, an der Deutschland gemessen wird.

Faktorbasierte Ökonomien:
Algerien, Bosnien/Herzegowina, Guatemala, Jamaica, Libanon, Marokko, Saudi-Arabien, Syrien, Tonga, Uganda, Venezuela, West-Bank & Gaza Streifen, Yemen.

Effizienzbasierte Ökonmien:
Argentinien, Brasilien, Chile, China, Kolumbien, Kroatien, Dominikanische Republik, Ecuador, Ungarn, Iran, Jordanien, Litauen, Malaysia, Panama, Peru, Rumänien, Russland, Serbien, Südafrika, Tunesien, Uruguay.

Innovationsbasierte Ökonomien:
Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Hongkong, Island, Israel, Italien, Japan, Korea, Niederlande, Norwegen, Slowenien, Spanien, Schweiz, Großbritannien, Vereinigte Arabische Emirate, USA.

Die Autoren

Dr. Udo Brixy
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsbereich „Regionale Arbeitsmärkte" des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).
udo.brixy@iab.de

Christian Hundt
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover.
hundt@wigeo.uni-hannover.de

Prof. Dr. Rolf Sternberg
ist Lehrstuhlinhaber am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover.
sternberg@wigeo.uni-hannover.de

Impressum: IAB-Kurzbericht Nr. 8, April 2010 ■ Redaktion: Elfriede Sonntag, Martina Dorsch ■ Graphik & Gestaltung: Monika Pickel ■ Technische Herstellung: pms offsetdruck gmbh, Wendelstein ■ Rechte: Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des IAB ■ Bezug: IAB-Bestellservice, c/o W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Auf dem Esch 4, 33619 Bielefeld; Tel. 0180-100-2707 (im deutschen Festnetz 3,9 ct/min, Mobilfunkpreise höchstens 42 ct/min); Fax: 0180-100-2708; E-Mail: iab-bestellservice@wbv.de ■ IAB im Internet: http://www.iab.de. Dort finden Sie u. a. diesen Kurzbericht zum kostenlosen Download ■ Anfragen: iab.anfragen@iab.de oder Tel. 0911/179-0 ■ ISSN 0942-167X