

Müller, Bettina; Murmann, Martin; Gottschalk, Sandra

Research Report

Mannheimer Gründungspanel 2015: Junge Unternehmen von Mindestlohn betroffen

Provided in Cooperation with:

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Müller, Bettina; Murmann, Martin; Gottschalk, Sandra (2016) : Mannheimer Gründungspanel 2015: Junge Unternehmen von Mindestlohn betroffen, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/172527>

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.

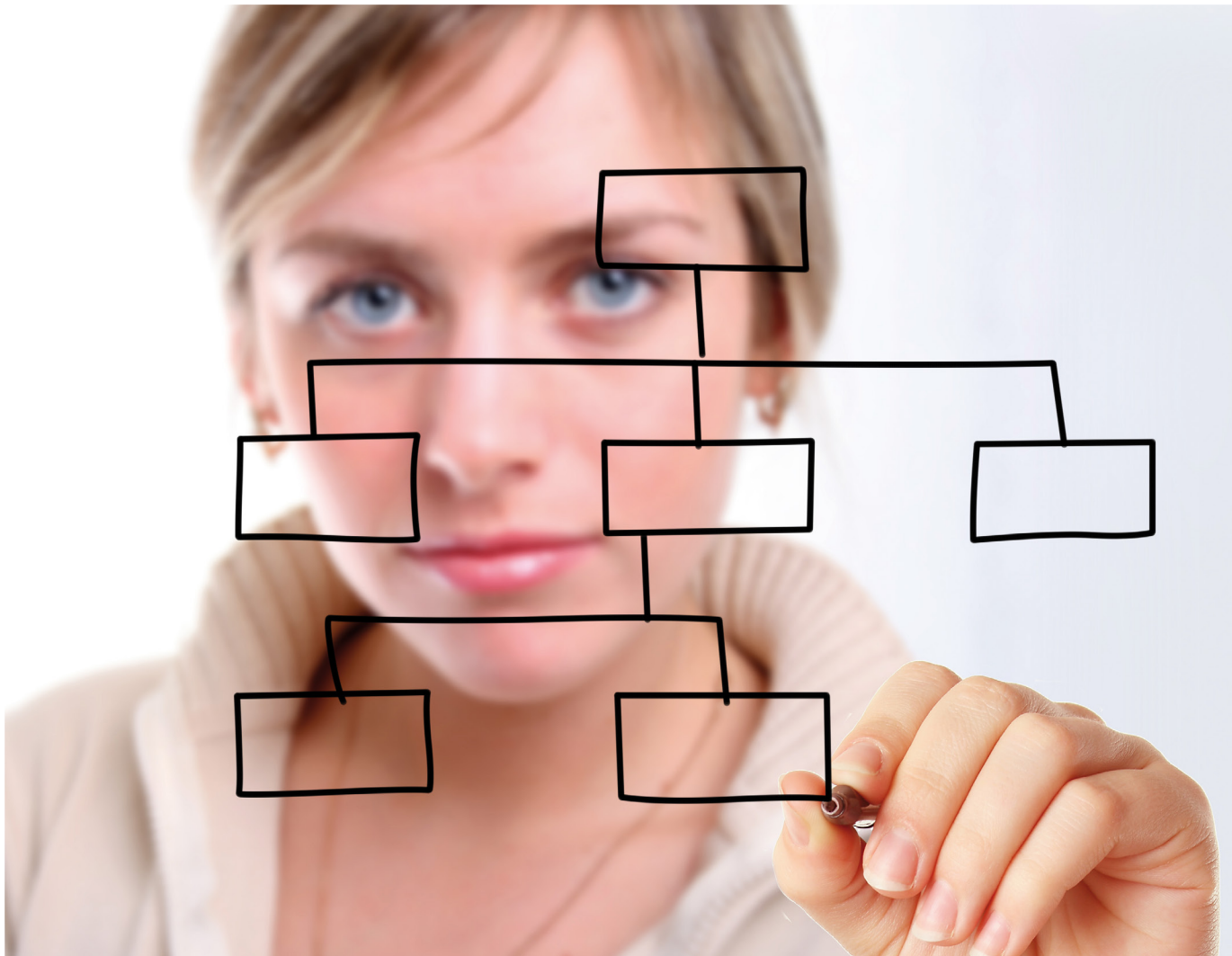
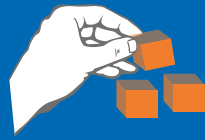
Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

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.



Junge Unternehmen von Mindestlohn betroffen

Impressum

Herausgeber

**Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW)**

L 7, 1 · 68161 Mannheim

Postanschrift: Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim

Internet: www.zew.de · www.zew.eu

Verband der Vereine Creditreform e.V.

Hellersbergstraße 12 · 1460 Neuss

www.creditreform.de

Autoren ZEW

Bettina Müller

Martin Murmann

Sandra Gottschalk

V.i.S.d.P.

Jürgen Egel (ZEW)

Kontakt: Telefon 0621 - 1235-176

Michael Bretz (Creditreform)

Kontakt: Telefon 02131 - 109-171

ISSN 1867-5069

(erscheint jährlich)

Mannheim, Herbst 2016

Foto Titelseite: © vladislav susoy, fotolia.de

Mannheimer Gründungspanel 2015

„Gründungen haben für unsere Volkswirtschaft eine große Bedeutung: Schaffung von Arbeitsplätzen [...], Förderung von Wettbewerb und Strukturwandel [...], Hervorbringen von Innovation [...], Förderung von Freiheit und Stabilität der Gesellschaft“ (BMW, 2016)¹, „Gründungen sind unerlässlich zur Verjüngung der Unternehmenslandschaft ... Gründer bringen frische Ideen in bestehende, traditionelle Branchen und sind unerlässlich für die Herausbildung und das Wachstum ganz neuer Wirtschaftszweige“ (Piegeler und Röhl, 2015, S.4)². Diese oder ähnliche Aussagen findet man, wenn man danach sucht, welche Bedeutung Unternehmensgründungen und jungen Unternehmen generell zugeschrieben wird. Wenngleich auch nicht in dieser Allgemeinheit – z.B. sind obige Effekte eher nicht von der Durchschnittsgründung zu erwarten –, so haben auch wissenschaftliche Studien gezeigt, dass junge Unternehmen durchaus eine wichtige Rolle für die Entwicklung einer Volkswirtschaft spielen können. Um die Rahmenbedingungen für junge Unternehmen zu gestalten, ist es förderlich auf eine Datenbasis zurückgreifen zu können,

die kontinuierlich aktualisierte Informationen zu Unternehmensgründungen und jungen Unternehmen erfasst. Für Deutschland steht seit nunmehr acht Jahren mit dem Mannheimer Unternehmenspanel eine solche Datenbasis zur Verfügung. Das Mannheimer Unternehmenspanel wurde im Jahr 2008 als Kooperationsprojekt zwischen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), dem Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) und Creditreform unter dem Namen KfW/ZEW-Gründungspanel eingerichtet. Seitdem werden auf jährlicher Basis Unternehmensgründungen befragt und über ihre ersten Lebensjahre verfolgt. Ein Schwerpunkt der Befragung liegt dabei auf Unternehmen aus den Hightech-Branchen des verarbeitenden Gewerbes und des Dienstleistungssektor, da zu erwarten ist, dass insbesondere von diesen Unternehmen Impulse für das gesamtwirtschaftliche Wachstum ausgehen.

Neben Fragen zum Hintergrund der Gründer, Beschäftigung und Arbeitsnachfrage, Innovationsaktivitäten, Unternehmensentwicklung, Investition und Finan-

zierung, die jedes Jahr gestellt werden, werden im Rahmen der Befragungen zum Mannheimer Gründungspanel regelmäßig wechselnde Themen in den Blick genommen, die junge Unternehmen betreffen, sei es, um die Auswirkungen aktueller Veränderungen der Rahmenbedingungen zu erfassen oder um bestimmte Teilaspekte des Gründungsgeschehens näher zu beleuchten. In dieser Broschüre werden zwei dieser wechselnden Themen aufgegriffen, zu denen Fragen in den Wellen sieben und acht (Umfragejahre 2014 und 2015) des Mannheimer Gründungspanels gestellt wurden. Zum einen sind dies die Auswirkungen des zum 1. Januar 2015 in Deutschland eingeführten flächendeckenden Mindestlohns auf junge Unternehmen und zum anderen die Bedeutung verschiedener Kreativfaktoren für die Leistungserstellung junger Unternehmen. Zur Einleitung werden ausgewählte Kennzahlen dargestellt.

Die wirtschaftliche Situation junger Unternehmen

In Tabelle 1 sind ausgewählte Kennzahlen von Unternehmen der Gründungskohorten 2011-2014 für das Jahr 2014 nach Branchen abgebildet. Die Zahlen sind auf die Grundgesamtheit hochgerechnet, d.h. sie stehen für die Gesamtzahl der rund 313.700 Gründungen in den vom Mannheimer Gründungspanel abgedeckten Branchen der Jahre 2011-2014 in Deutschland.

Insgesamt wurden im Jahr 2014 pro neu gegründetem Unternehmen 2,3 Arbeitsplätze geschaffen, was zu 174.700 vollzeitäquivalenten Stellen geführt hat. Den höchsten Beschäftigungsbeitrag pro Unternehmen haben die Gründungen des verarbeitenden Gewerbes geleistet, und dort insbesondere die Unternehmen der nicht-technologieintensiven Wirtschaftszweige (NTW). In den NTW-Branchen betrug die durchschnittliche Unternehmensgröße des Gründungsjahrgangs 2014 2,3 Personen (Gründer plus Angestellte). In

Stichprobe des Gründungspanels

In der Befragungsrunde 2015 des Mannheimer Gründungspanels wurden rund 5.000 Unternehmen telefonisch befragt. Die Bruttostichprobe des Panels wird aus den Daten des Mannheimer Unternehmenspanels (MUP)³ gezogen und umfasst Hightech- und Nicht-Hightech-Unternehmen. Die **Hightech-Branchen** sind ferner untergliedert in den Industrie- und Dienstleistungssektor. In der Industrie wird nochmals zwischen Unternehmen der Spitzentechnik (STW) und der höherwertigen Technik (HTW) unterschieden⁴. Hightech-Dienstleister sind Softwareunternehmen (Software) und andere technologieintensive Dienstleister (TDL).

Die **Nicht-Hightech-Branchen** setzen sich zusammen aus den nicht-forschungsintensiven Wirtschaftszweigen des verarbeitenden Gewerbes (NTW), dem Bau- und Ausbaugewerbe (Bau) und nicht-technologieintensiven Dienstleistungen (NTDL), die wiederum wissensintensive Dienstleister, nicht-technische unternehmensnahe Dienstleister und konsumnahe Dienstleister umfassen.

Da Hightech-Unternehmen aufgrund ihrer hohen Forschungsaktivität und Innovationskraft eine besondere Bedeutung für die Volkswirtschaft, die wirtschaftswissenschaftliche Forschung und die politische Diskussion haben, besteht die Bruttostichprobe zu 50% aus Hightech-Unternehmen.

Die jährliche Stichprobe beinhaltet zum einen Unternehmen der älteren Gründungskohorten, die bereits mindestens einmal befragt wurden (sogenannte Panelunternehmen). Zum zweiten werden bis zu drei Jahre alte Unternehmen erstmals befragt. Eine ausführliche Beschreibung des Stichprobenrahmens und der Konzeption des Panels ist im Technischen Anhang zu diesem Bericht unter <http://www.gruendungspanel.de/mannheimer-gruendungspanel/ergebnisse.html> zu finden.

den Hightech-Branchen (STW & HTW) war es mit 2,7 eine halbe Person weniger, aber immer noch überdurchschnittlich. Die Gründungen in den Hightech- und Nicht-Hightechbranchen des verarbeitenden Gewerbes waren auch diejenigen, die mit 50 Prozent (NTW) und 40 Prozent (STW & HTW) am häufigsten bereits Mitarbeiter im Gründungsjahr hatten. In den anderen betrachteten Branchen ist lediglich ein gutes Drittel (34-36 Prozent) der Unternehmen mit Mitarbeitern gestartet. Der höchste Beitrag zum Gesamt(brutto)beschäftigungseffekt (vollzeitäquivalente Mitarbeiterstellen) durch neue Unternehmen kam im Jahr 2014 mit 88.700 Stellen von den Gründungen in den nicht-technologieintensiven Dienstleistungsbranchen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass in diesen Branchen die meisten Unternehmen gegründet werden.

Die große Mehrheit der bis zu vier Jahre alten Unternehmen (93 Prozent) hatte im Jahr 2014 Umsatz gemacht. Unter den Hightech-Unternehmen war der Anteil der Unternehmen mit Umsatz etwas niedriger. Dies liegt daran, dass einige dieser Unternehmen auch noch nach der Gründungsphase relativ lange Phasen der Produktentwicklung durchlaufen, in denen keine Umsätze generiert werden können. Generell gilt dies jedoch nur für eine Minderheit der Hightech-Unternehmen. In der Regel haben auch die jungen Hightech-Unternehmen Kunden gefunden, denen sie ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen können. Im Median lag der

Umsatz bei bis zu vier Jahre alten Unternehmen im Jahr 2014 bei 100 Mio Euro. Die umsatzstärksten Unternehmen waren im verarbeitenden Gewerbe (Hightech- und Nicht-Hightech) zu finden. Aber auch im Baugewerbe wurde überdurchschnittliche viel Umsatz generiert.

Wie auch in den vergangenen Wellen des Mannheimer Gründungspanels kann auch für das Jahr 2014 festgestellt werden, dass die jungen Unternehmen der Hightech-Branchen (STW & HTW, TDL & Software) deutlich innovativer sind als die jungen Unternehmen der anderen Branchen. Dies gilt sowohl für die Inputseite (FuE-Aktivitäten) als auch für die Outputseite (Marktneuheiten, Produkt- und Prozessinnovationen) des Innovationsprozesses. Besonders innovationsaktiv sind die Hightech-Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes: der Anteil von jungen Unternehmen mit Marktneuheiten war in diesen Branchen doppelt so hoch wie der entsprechende Anteil für die jungen Unternehmen insgesamt (22 gegenüber 11 Prozent), der Anteil der Unternehmen mit Produktinnovationen war fast doppelt (46 gegenüber 26 Prozent), der Anteil der Unternehmen mit Prozessinnovation ein- einhalb mal (22 gegenüber 15 Prozent) und der Anteil der Unternehmen, die FuE betrieben mehr als drei Mal so hoch (49 Prozent gegenüber 16 Prozent).

Bei den Investitionen sind es wiederum die Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, die überdurchschnittlich hohe Zahlen aufweisen. Im Schnitt haben die jungen

Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2014 ein Drittel mehr als die jungen Unternehmen insgesamt investiert. Im Median war es doppelt so hoch. Diese höheren Investitionsaufwendungen im verarbeitenden Gewerbe sind auch plausibel, da Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe deutlich kapitalintensiver, also mit mehr Maschinen und anderen Ausrüstungen, produzieren und damit mehr für ihre Ausstattung aufwenden müssen. Im Jahr 2014 wurde aber auch vergleichsweise viel von den Unternehmen des Baugewerbes investiert.

Den größte Teil der Investitionen und der laufenden Kosten haben die jungen Unternehmen im Jahr 2014 aus internen Mitteln, d.h. aus Umsatzerlösen und Gewinnrücklagen aus vorherigen Jahren, finanziert. Dies ist ein wiederkehrendes Muster und die Volumenanteile schwanken auch nicht stark zwischen den Branchen. Die einzige Ausnahme waren im Jahr 2014 die Unternehmen der Hightech-Branchen des verarbeitenden Gewerbes (STW & HTW). Während die jungen Unternehmen insgesamt 77 Prozent ihrer Ausgaben aus internen Mitteln finanziert haben, waren es bei den STW & HTW-Unternehmen nur 64 Prozent. Dies korrespondiert mit den vergleichsweise hohen Investitionserfordernissen, die auch bedingt durch die sehr hohen Innovationsaktivitäten sind, und dem, relativ gesehen, geringen Anteil an Unternehmen mit Umsatz in diesen Branchen. Wegen mangelnder Umsätze ist ein Teil der Unternehmen auf externe

Tabelle 1: Ausgewählte Kennzahlen von Unternehmen der Gründungskohorten 2011-2014 für das Jahr 2014 nach Branchen

	STW & HTW	TDL & Software	NTW	NTDL	Bau	Gesamt
Anfangsbeschäftigung						
Anteil Unternehmen mit Mitarbeitern (Gründungsjahrgang 2014)	40,3%	34,4%	50,0%	36,1%	33,6%	36,6%
Vollzeitäquivalente Mitarbeiterstellen (Gründungsjahrgang 2014)	4.400	23.200	22.200	88.700	36.200	174.700
Durchschnittliche Unternehmensgröße (Gründungsjahrgang 2014)	2,7	2,3	3,2	2,3	2,1	2,3
Umsatz						
Anteil Unternehmen mit Umsatz	87,5%	90,3%	93,9%	91,8%	95,5%	92,6%
Median in TEUR	150.000	100.000	150.000	90.000	130.000	100.000
Innovation						
Anteil Unternehmen mit Marktneuheit	22,6%	18,3%	14,2%	11,8%	4,0%	11,3%
Anteil Unternehmen mit Produktinnovationen ^{a)}	46,8%	36,8%	30,4%	25,6%	15,7%	25,7%
Anteil Unternehmen mit Prozessinnovationen ^{a)}	21,7%	21,2%	17,3%	13,4%	11,2%	14,5%
Anteil Unternehmen mit FuE-Aktivitäten	48,5%	35,5%	25,6%	12,4%	4,0%	15,6%
Investitionen						
Mittelwert in EUR	40.000	24.000	39.000	24.000	43.000	30.000
Median in EUR	10.000	5.000	10.000	3.000	10.000	5.000
Anteil investierender Unternehmen	68,5%	70,8%	70,2%	63,3%	77,8%	68,5%
Finanzierung						
Volumenanteil Innenfinanzierung	63,9%	75,5%	74,2%	76,5%	79,7%	76,6%
Volumenanteil Finanzierung durch dritte Kapitalgeber	11,1%	5,9%	10,3%	7,0%	8,0%	7,5%
Anteil Unternehmen mit Finanzierungsschwierigkeiten	19,6%	14,3%	16,0%	9,7%	9,7%	11,1%

Anmerkung: a) Kennzahlen ohne Unternehmen im Gründungsjahr, da Produkte und Prozesse im Gründungsjahr per definitionem neu für das Unternehmen sind.

Finanzierung angewiesen, was sich dann auch in dem vergleichsweise hohen Anteil des Volumenanteils, der durch dritte Kapitalgeber finanziert wird, widerspiegelt (11 Prozent gegenüber 8 Prozent für die jungen Unternehmen insgesamt). Erhöhter externer Finanzierungsbedarf geht mit einer höheren Wahrscheinlichkeit, auf Finanzierungsschwierigkeiten zu treffen, einher. Entsprechend sind die Anteile der Unternehmen, die von Finanzierungsschwierigkeiten berichten, im verarbeitenden Gewerbe überdurchschnittlich hoch. Unter den Hightech-Unternehmen hatten im Jahr 2014 jedoch nicht nur die STW & HTW-Unternehmen vergleichsweise häufig Schwierigkeiten, externes Kapital zu erhalten, sondern auch die Hightech-Unternehmen des Dienstleistungsbereich (TDL & Software). Dies deutet darauf hin, dass nicht nur die Höhe des Mittelbedarfs sich auf die Wahrscheinlichkeit, Finanzierungsschwierigkeiten zu haben, auswirkt, sondern auch das mit dem Geschäftsmodell verbundene Risiko.

Auswirkungen des gesetzlichen Mindestlohn auf junge Unternehmen

Die Einführung des flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohns in Deutschland hat in Politik und Wirtschaft kritische Diskussionen ausgelöst. Im Vordergrund stand dabei die Frage, inwieweit durch die Einführung des Mindestlohns Arbeitsplätze gefährdet werden. Die Forschung zu Unternehmensgründungen zeigt, dass junge Unternehmen – im Vergleich zu etablierten Unternehmen – oft geringere Löhne zahlen. Dies liegt vor allem daran, dass die Geschäftsmodelle junger Unternehmen häufig noch nicht etabliert und Umsätze dadurch schwer planbar sind. Auch ist die finanzielle Basis junger Unternehmen häufig noch nicht gefestigt genug, um Umsatzschwankungen ausgleichen zu können. Es ist daher davon auszugehen, dass eine Mindestlohnregelung junge Unternehmen besonders stark beeinflusst, zum Beispiel indem sie flexible Entlohnungsmodelle erschwert.

Um den Einfluss der Mindestlohnregelung in Deutschland auf junge Unternehmen besser nachvollziehen zu können, wurden im Rahmen der Erhebung zum Mannheimer Gründungspanel junge Unternehmen gefragt, ob und wie sie durch die Mindestlohnregelung betroffen sind. Die Frage

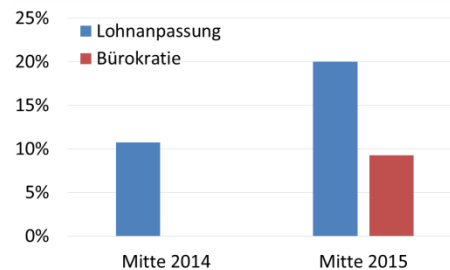
wurde zwei Mal in aufeinanderfolgenden Befragungen gestellt, etwa ein halbes Jahr vor Einführung des Mindestlohns zum 1. Januar 2015 und etwa ein halbes Jahr nach dessen Einführung.⁵ Daraus lassen sich Schlüsse ziehen, welche Erwartungshaltung junge Unternehmen vor Einführung der Regelung hatten und welche Konsequenzen tatsächlich eingetreten sind.

Vor der Einführung der Mindestlohnregelung sind nur 11 Prozent der befragten Unternehmen davon ausgegangen, direkt durch die anstehende Regelung betroffen zu sein (Abbildung 1). Nach Einführung der Regelung geben hingegen 28 Prozent der Unternehmen an, direkt betroffen zu sein. Die linke Hälfte von Abbildung 1 zeigt den Anteil junger Unternehmen mit angestellten Mitarbeitern, die ein halbes Jahr vor Einführung des Mindestlohns davon ausgingen, durch nötige Lohnerhöhungen (rote Säule) oder bürokratische Hürden wie Berichtspflichten oder Nachweise von Stundenaufschrieben (blaue Säule) direkt von der Mindestlohnregelung betroffen zu sein. Die rechte Hälfte von Abbildung 1 zeigt die entsprechenden Werte ein halbes Jahr nach Einführung der Regelung.

Wie zu erwarten sind die befragten Unternehmen durch notwendige Lohnanpassungen von der Mindestlohnregelung betroffen (20 Prozent der Unternehmen mit Mitarbeitern nach Einführung der Regelung). Besonders häufig wird von den befragten Unternehmen in diesem Zusammenhang erwähnt, durch die Mindestlohnregelung nun Schwierigkeiten bei der Einstellung von Praktikanten sowie studentischen und anderen Aushilfskräften zu haben.

Der deutliche Anstieg des Anteils der Unternehmen zwischen beiden Befragungen, die sich durch notwendige Lohnanpassungen betroffen sehen, kann auf zwei Ursachen zurückgeführt werden: Zum einen ist davon auszugehen, dass vielen Unternehmern, ein halbes Jahr vor der Einführung, die anstehende Mindestlohnregelung mangels Informationen generell noch nicht bewusst war. Zum anderen lassen die in der Befragung gegebenen Antworten darauf schließen, dass besonders den jungen Unternehmen, die im Bereich von Aushilfskräften flexible Entloh-

Abbildung 1: Wahrgenommene Betroffenheit durch den Mindestlohn vor und nach dessen Einführung



Anmerkung: Prozentualer Anteil der Unternehmen mit beschäftigten Mitarbeitern, die angegeben haben, durch Lohnanpassungen oder steigende Bürokratie direkt von der gesetzlichen Mindestlohnregelung betroffen zu sein. (Links vor Einführung der gesetzlichen Mindestlohnregelung; rechts nach Einführung der gesetzlichen Mindestlohnregelung). Angaben auf die Grundgesamtheit hochgerechnet.

Quelle: Mannheimer Gründungspanel.

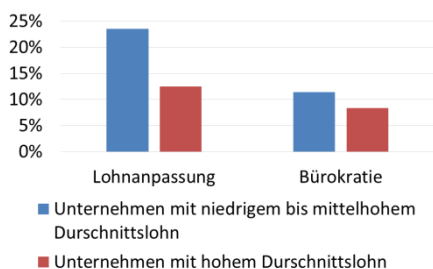
nungsmodelle nutzen, die anstehende Regelung in vielen Fällen zwar grundsätzlich bewusst war, sie aber erst nach der Einführung festgestellt haben, wie sich diese auf sie konkret auswirkt. Beispielsweise geben Befragte an, dass sie zwar im Durchschnitt schon vor Einführung der Mindestlohnregelung Löhne über dem geforderten Niveau bezahlt haben, dies nun aber für jeden Mitarbeiter im Grenzbereich der Mindestlohnschwelle in jedem Abrechnungszeitraum nachweisen müssen.

Besonders interessant ist die Entwicklung des Anteils junger Unternehmen, die sich von der Mindestlohnregelung durch zusätzliche bürokratische Hürden betroffen sehen. Während zusätzliche bürokratische Anforderungen vor Einführung der Regelung keinem der befragten Unternehmen bewusst waren, geben nach Einführung der Regelung knapp 10 Prozent aller befragten Unternehmen an, durch zusätzliche Berichtspflichten betroffen zu sein.

Auf welche Art Unternehmen durch die Mindestlohnregelung betroffen sind, unterscheidet sich selbstverständlich stark dadurch wie hohe Löhne sie bezahlen. In Abbildung 2 ist daher dargestellt wie sich die von den Unternehmen genannten Auswirkungen der Mindestlohnregelung, abhängig von der durchschnittlichen Lohnhöhe, die in den Unternehmen bezahlt wird, ändern. Wie zu erwarten, geben Unternehmen, die im Vergleich zu anderen jungen Unternehmen derselben Branche hohe Löhne bezahlen (oberstes Quartil des Durchschnittslohns), nur etwa

halb so häufig an, durch die Mindestlohnregelung nun einem Teil ihrer Mitarbeiter höhere Löhne bezahlen zu müssen. Die Betroffenheit durch zusätzliche bürokratische Anforderungen unterscheidet sich hingegen zwischen beiden Gruppen nur geringfügig und ist nicht statistisch signifikant.

Abbildung 2: Wahrgenommene Betroffenheit durch Mindestlohn nach durchschnittlicher Lohnhöhe



Anmerkung: Prozentualer Anteil der Unternehmen mit beschäftigten Mitarbeitern, die nach Einführung der gesetzlichen Mindestlohnregelung angegeben haben, durch Lohnanpassungen oder Bürokratie direkt von der Regelung betroffen zu sein. (Links: Unternehmen mit niedrigen bis mittelhohen durchschnittlichen Löhnen im Vergleich zu anderen jungen Unternehmen derselben Branche; rechts: Unternehmen mit hohen durchschnittlichen Löhnen im Vergleich zu anderen jungen Unternehmen derselben Branche). Angaben auf die Grundgesamtheit hochgerechnet.

Quelle: Mannheimer Gründungspanel.

Die auf Basis des Mannheimer Gründungspanels durchgeführten Analysen bestätigen somit, dass junge Unternehmen durch die seit Anfang 2015 in Deutschland geltende Mindestlohnregelung stark betroffen sind. Neben der Notwendigkeit, Löhne anzuheben, fühlen sich junge Unternehmen vor allem durch zusätzliche bürokratische Hürden wie Berichtspflichten und Nachweise von Stundenaufschrieben sowie geringere Flexibilität bei Bezahlungsmodellen beeinträchtigt. Dies kann negative Konsequenzen für die Entwicklung der jungen Unternehmen haben und scheint vielen der befragten Gründern vor der Einführung der Regelung nicht bewusst gewesen zu sein. Negative Konsequenzen für die Unternehmensentwicklung sind zum einen zu erwarten, da junge Unternehmen meist noch über keine spezialisierten Personalabteilungen, die sich mit der korrekten Umsetzung von zusätzlichen Berichtspflichten auseinandersetzen können, verfügen. Dadurch werden Ressourcen der Unternehmensgründer gebunden, die anderweitig in die Weiterentwicklung der Unternehmen fließen könnten. Besonders erwähnenswert ist in diesem Zusammen-

hang, dass sich auch junge Unternehmen, die ohnehin Löhne über Mindestlohnniveau bezahlen, durch diese bürokratischen Hürden negativ beeinflusst fühlen. Zum ändern sind flexible erfolgsabhängige Entlohnungsmodelle für junge Unternehmen besonders wichtig, da ihre Umsätze oft noch stark schwanken. Eine Einschränkung dieser Flexibilität führt daher sehr wahrscheinlich zu mehr Vorsicht und Zurückhaltung bei der Umsetzung von Wachstumsplänen.

Bedeutung von Kreativitätsfaktoren für die Leistungserstellung junger Unternehmen

Junge Unternehmen stehen unter anderem im Interesse der Wirtschaftspolitik, weil mit ihnen die Hoffnung verbunden wird, dass sie neue Produkte und Dienstleistungen in den Markt einführen oder gar neue Märkte erschließen und damit die langfristige ökonomische Entwicklung voran treiben. Diese innovativen Aktivitäten setzen Kreativität in der ein oder anderen Form voraus. Um den Beitrag von kreativen Aktivitäten für den Innovationsoutput von Unternehmen bestimmen zu können, müssen diese Aktivitäten gemessen werden. Typischerweise wird dies durch die Erfassung der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten von Unternehmen gemacht. Dies geht auch relativ einfach, da Forschung und Entwicklung (FuE) häufig eine spezifizierbare Aufgabe mit eigener Abteilung und eigenem Budget in den Unternehmen ist. Wenngleich FuE einen bedeutenden Teil der kreativen Aktivitäten in Unternehmen ausmacht, erfasst sie doch nicht alles. FuE-Aktivitäten lassen sich mit der systematischen Suche nach neuen Produkten und Dienstleistungen umschreiben. Weniger systematische kreative Aktivitäten, die auf Eingebungen, Originalität und Intuition basieren, werden tendenziell untererfasst. Im Zuge des zunehmenden Interesses an der sogenannten Kreativwirtschaft⁶ werden vermehrt Versuche unternommen, neben FuE auch andere kreative Aktivitäten von Unternehmen zu bestimmen.

Einer dieser Versuche hat in den Wellen sieben und acht (Jahre 2014 und 2015) des Mannheimer Gründungspanels stattgefunden. In diesen beiden Wellen wurden die Unternehmen des Panels danach gefragt, welche Bedeutung verschiedene

Kreativfaktoren für die Leistungserstellung des Unternehmens haben.⁷ Im Einzelnen wurden die folgenden Fragen gestellt:

- Wenn sie an die Gründe denken, warum Ihre Kunden Ihre Leistungen in Anspruch nehmen: Schätzen Ihre Kunden vor allem die Originalität und Einzigartigkeit Ihres Angebots, oder sind eher die Zuverlässigkeit und die bewährte Qualität ausschlaggebend?
- Erstellt Ihr Unternehmen in erster Linie direkt auf Einzelkunden zugeschnittene Produkte oder überwiegend Produkte und Leistungen, die in ähnlicher Form einer größeren Anzahl von Kunden angeboten werden?
- Sind für die Leistungen Ihres Unternehmens vor allem die Ausbildung und die berufliche Erfahrung der Geschäftsführer von entscheidender Bedeutung, oder sind es eher die Kreativität und die persönlichen Talente?

Diese Fragen zielen darauf ab, die Einzigartigkeit und Individualisierung von Produkten und Dienstleistungen und die Bedeutung von individuellem Talent im Erstellungsprozess dieser Leistungen zu ermitteln.

Wie sich zeigt, wünschen sich die Kunden von jungen Unternehmen insgesamt eher zuverlässige und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen als originelle und einzigartige (Tabelle 2). Gut drei Fünftel (62 Prozent) der jungen Unternehmen geben an, dass ihre Kunden eher auf die Zuverlässigkeit der Leistung schauen als auf die Originalität. Lediglich bei 17 Prozent erwarten die Kunden eher Originalität und Einzigartigkeit. Bei knapp einem Fünftel (19 Prozent) sind beide Aspekte gleich wichtig. Die Anforderungen an die Qualität beziehen sich in vielen Fällen auf individualisierte Produkte oder Dienstleistungen. Fast die Hälfte (49 Prozent) der jungen Unternehmen erstellt auf den Einzelkunden zugeschnittene Leistungen. Im Vergleich dazu sind es „nur“ 39 Prozent, die eher Leistungen für eine größere Anzahl von Kunden, also eher Massenprodukte, herstellen. Bei der Leistungserstellung stehen bei den jungen Unternehmen eher Ausbildung und berufliche Erfahrung als Kreativität und persönliche Talente im Vordergrund. 43 Prozent

der Unternehmen geben an, dass Ausbildung und Erfahrung von entscheidender Bedeutung sind, während für 26 Prozent Kreativität und persönliche Talente für die Leistungserstellung bestimmend sind. Bei vielen Unternehmen spielt aber auch die Kombination von Ausbildung und Talent eine Rolle. 29 Prozent der Unternehmen geben an, dass Kreativität und persönliche Talente genauso wichtig für die Leistungserstellung ihres Unternehmens sind wie Ausbildung und berufliche Erfahrung.

zigartigkeit. Die übrigen Branchen befinden sich zwischen diesen beiden Enden des Spektrums. Neben der Softwarebranche spielen Originalität und Einzigartigkeit auch noch in der Spitzentechnologie eine bedeutende Rolle. In dieser Branche halten sich die Unternehmen, deren Kunden eher auf Originalität und Einzigartigkeit setzen und die Unternehmen, deren Kunden Zuverlässigkeit und bewährte Qualität erwarten beinahe die Waage (39 Prozent gegenüber 44 Prozent). Einen ver-

konsumorientierten Dienstleistungen zu finden. Zusammen mit dem ersten Kreativfaktor (Originalität/Einzigartigkeit versus Zuverlässigkeit/bewährte Qualität) ergeben sich damit unterschiedliche Muster in der Leistungserstellung zwischen den Branchen. Eindeutig erkennbar ist das Muster in der Baubranche, wo es um tendenziell individualisierte Leistungen bei gleichzeitiger zuverlässiger und qualitätsorientierter Leistungserstellung geht. Ein Beispiel hier ist der Einbau eines neuen Bades in ein Einfamilienhaus. Ein anderes Muster ist bei den konsumorientierten Dienstleistungen zu finden. Hier steht tendenziell die Originalität und Einzigartigkeit im Vordergrund, während gleichzeitig viele Kunden angesprochen werden sollen. Ein Beispiel hierfür ist ein neues Gastronomiekonzept.

Was die Gegenüberstellung Kreativität/persönliche Talente versus Ausbildung/berufliche Erfahrung betrifft, zeigt sich, dass insbesondere die konsumorientierten Dienstleister auf Kreativität und persönliche Talente setzen (39 Prozent). In der Softwarebranche hält sich der Anteil der Unternehmen, der vorrangig auf Kreativität und Talente baut, mit dem Anteil der Unternehmen, bei denen Ausbildung und berufliche Erfahrung die bedeutendere Rolle spielen, die Waage (36 Prozent und 35 Prozent). In allen anderen Branchen haben Ausbildung und berufliche Erfahrung eine größere Bedeutung als Kreativität und Talente. Allerdings lässt sich feststellen, dass ein bedeutender Anteil von Unternehmen aller Branchen bei der Leistungserstellung auf die Kombination beider Humankapitalaspekte setzt. Zwischen einem Viertel und einem Drittel der Unternehmen in allen Branchen geben an, dass sowohl Ausbildung als auch individuelle Talente wichtig für die Leistungserstellung sind. D.h. der Gesamteffekt aus Tabelle 1 beruht auf einer gleichmäßigen Verteilung der Anteile über alle Branchen und nicht auf besonders hohen Anteilen in ein paar ausgewählten Branchen.

Um zu bestimmen, wie kreativ die einzelnen Branchen insgesamt sind, lässt sich ein Kreativitätsindex aus den drei beschriebenen Kreativitätsfaktoren bestimmen. Eine einfache Möglichkeit, einen solchen Index zu erstellen, besteht darin,

Tabelle 2: Bedeutung verschiedener Kreativfaktoren für junge Unternehmen (in Prozent der Unternehmen)

Originalität/Einzigartigkeit versus Zuverlässigkeit/bewährte Qualität der Leistungen		Individuell zugeschnittene Produkte versus Massenprodukte		Kreativität/persönliche Talente versus Ausbildung/berufliche Erfahrung bei der Leistungserstellung	
Eher Originalität und Einzigartigkeit	17	Eher direkt auf Einzelkunden zugeschnittene Produkte	49	Eher Kreativität und persönliche Talente	26
Eher Zuverlässigkeit und bewährte Qualität	62	Eher Leistungen für eine größere Anzahl von Kunden	39	Eher Ausbildung und berufliche Erfahrung	43
Beides gleich wichtig	19	Beides gleich wichtig	10	Beides gleich wichtig	29
Keines von beiden	2	Keines von beiden	2	Keines von beiden	2

Anmerkung: Angaben auf die Grundgesamtheit hochgerechnet.

Quelle: Mannheimer Gründungspanel.

Die Bedeutung der einzelnen Kreativfaktoren variiert erwartungsgemäß zwischen den Branchen, wenngleich fast alle Kreativfaktoren in fast allen Branchen eine bedeutende Rolle spielen (Abbildung 3). Die größten Unterschiede gibt es hinsichtlich Originalität/Einzigartigkeit versus Zuverlässigkeit/bewährte Qualität. Bei diesem Faktor steht die Softwarebranche an einem Ende des Spektrums und die Baubranche am anderen Ende. In der Softwarebranche geht es vielfach um Originalität und Einzigartigkeit. Bei ungefähr zwei Fünftel (42 Prozent) der Softwareunternehmen schätzen die Kunden eher diese Aspekte der erbrachten Leistungen. Im Vergleich dazu sagen nur 35 Prozent, dass es ihren Kunden auf Zuverlässigkeit und bewährte Qualität ankommt. In der Baubranche stehen dagegen eindeutig Zuverlässigkeit und Qualität im Vordergrund. 83 Prozent der Unternehmen geben an, dass ihre Kunden ihre Leistungen aus diesen beiden Gründen nachfragen. Nur bei 4 Prozent der Bauunternehmen geht es Kunden um Originalität und Ein-

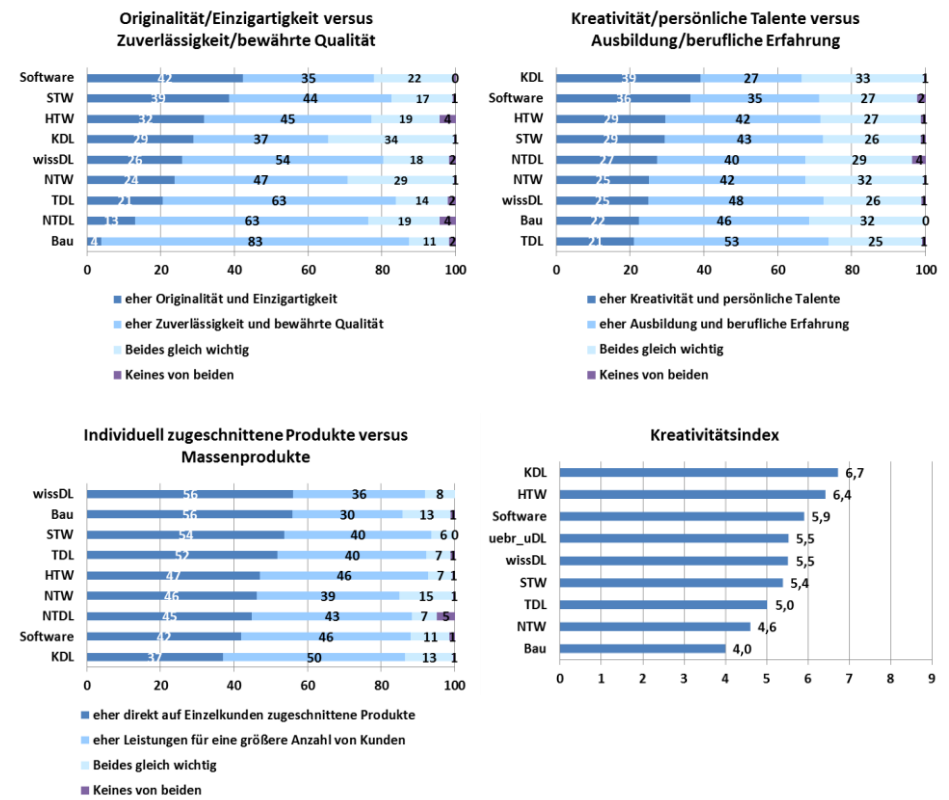
gleichsweise hohen Anteil von Unternehmen, für deren Kunden beide Aspekte (Originalität/Einzigartigkeit) und Zuverlässigkeit/bewährte Qualität) gleich wichtig sind, findet sich in den konsumorientierten Dienstleistungen (34 Prozent) und im nicht-technologieintensiven verarbeitenden Gewerbe (29 Prozent).

Bei der Frage nach individualisierten Produkten versus Massenprodukten ist die Schwankungsbreite zwischen den Branchen merklich geringer. In den meisten Branchen bietet ein signifikanter Anteil von Unternehmen direkt auf den Einzelkunden zugeschnittene Produkte an. Die höchsten Anteile finden sich mit jeweils 56 Prozent in den wissensintensiven Dienstleistungen und im Baugewerbe. Auch in der Spitzentechnologie und bei den technologieorientierten Dienstleistungen bieten mehr als die Hälfte der Unternehmen eher individualisierte Produkte statt Massenprodukte. Der niedrigste Anteil von Unternehmen mit individualisierten Produkten liegt bei 37 Prozent und ist bei den

Punkte in Abhängigkeit vom Kreativitätsgehalt der Ausprägungen der Kreativfaktoren zu vergeben und diese dann aufzuzaddieren. Je mehr Punkte ein Unternehmen in der Summe erhält, desto kreativer ist es und je mehr Unternehmen mit einer hohen Punktzahl es in einer Branche gibt, desto kreativer ist die Branche. Konkret wurde für diesen Bericht den Ausprägungen „eher Originalität und Einzigartigkeit“, „eher direkt auf Einzelkunden zugeschnittene Produkte“ und „eher Kreativität und persönliche Talente“ jeweils drei Punkte vergeben, die Ausprägung „beides gleich wichtig“ erhielt jeweils zwei Punkte und die Ausprägungen „eher Zuverlässigkeit und bewährte Qualität“, „eher Leistungen für eine größere Anzahl von Kunden“ und „eher Ausbildung und berufliche Erfahrung“ jeweils einen Punkt. Der Kreativitätsindex hat also einen Wertebereich von drei („nicht kreativ“) bis neun („sehr kreativ“). Um zu berücksichtigen, dass die Branchen unterschiedlich viele Unternehmen umfassen, wurde bei der Aggregation des Indexes auf die Branchenebene die Summe der Kreativindexpunkte über alle Unternehmen einer Branche hinweg mit der Zahl der Unternehmen pro Branche gewichtet.

Das Ergebnis ist in der rechten unteren Ecke von Abbildung 3 zu sehen. Nach diesem Ansatz sind die konsumorientierten Dienstleistungen und die hochwertige Technologie (HTW) die Branchen mit den meisten kreativen jungen Unternehmen in Deutschland (Indexpunkte 6,7 und 6,4). Die Branchen mit den wenigsten kreativen Unternehmen sind das nicht-technologieorientierte verarbeitende Gewerbe und der Bau (Indexpunkte 4,6 und 4,0). Auch die technologieorientierten Dienstleistungen und die Spitzentechnologie sind relativ weit unten zu finden. Das ist eine etwas andere Verteilung, als wenn man sich die Branchen nach dem Anteil der jungen Unternehmen, die FuE betreiben anschaut. Da finden sich die High-tech-Branchen des verarbeitenden Gewerbes (STW und HTW) zusammen mit Software und den technologieorientierten Dienstleistungen ganz oben, während die Sektoren weiter unten zu finden sind. Die erfragten Kreativfaktoren scheinen also weitere Aspekte von kreativen Aktivitäten von jungen Unternehmen zu erfassen.

Abbildung 3: Bedeutung verschiedener Kreativfaktoren für junge Unternehmen nach Branchen (in Prozent der Unternehmen)



Anmerkung: Prozentualer Anteil der Unternehmen mit beschäftigten Mitarbeitern, die angegeben haben durch Lohnanpassungen oder steigende Bürokratie direkt von der gesetzlichen Mindestlohnregelung betroffen zu sein (links vor Einführung der gesetzlichen Mindestlohnregelung; rechts nach Einführung der gesetzlichen Mindestlohnregelung).

Quelle: Mannheimer Gründungspanel.

Generell ist es eine interessante Frage, in welcher Beziehung FuE und Kreativität im Innovationsprozess von jungen Unternehmen stehen. Ist es eher so, dass sich FuE und Kreativität eher ergänzen (also komplementär sind) oder dass sie sich gegenseitig ersetzen (substitutiv sind)? Grundsätzlich ist das eine Frage, die einer vertieften Analyse bedarf. Dennoch lässt sich mit einer einfachen deskriptiven Analyse ein erstes Bild ermitteln, das zeigt, wie dieser Zusammenhang vermutlich aussieht. Für diese Analyse wurde bestimmt, welche der jungen Unternehmen in den ersten drei Jahren ihres Bestehens eine Produktinnovation oder eine Marktneuheit eingeführt hat. Dann wurde bestimmt, ob ein Unternehmen kreativ ist oder nicht. Dazu wurde der Kreativitätsindex an seinem Median (dem Wert 5) geteilt. Unternehmen, die einen Wert unter 5 oder gleich 5 des Kreativitätsindex haben, wurden als nicht kreativ eingestuft. Unternehmen, deren Wert über 5 liegt, wurden als kreativ klassifiziert. Schließlich wurde noch festgehalten, ob ein Unternehmen in den ersten drei Jahren seines

Bestehens FuE betrieben. Mit diesen Informationen wurde dann die Wahrscheinlichkeit geschätzt, dass ein Unternehmen in den ersten drei Jahren eine Produktinnovation oder eine Marktneuheit eingeführt hat. Die unabhängigen Variablen sind dabei, ob ein Unternehmen kreativ ist, ob es in den ersten drei Jahren FuE betrieben hat, und die Kombination aus Kreativität und FuE. Interessant ist hier insbesondere dieser Interaktionseffekt. Ist er positiv und signifikant, dann sind FuE und Kreativität Komplementäre im Innovationsprozess, ist er negativ und signifikant, dann sind FuE und Kreativität Substitute.

Wie Tabelle 3 zeigt, sind die Koeffizienten von sowohl der Kreativitätsvariable als auch der FuE-Variable positiv und signifikant. Kreativität und FuE erhöhen also beide die Wahrscheinlichkeit, dass ein junges Unternehmen in den ersten drei Jahren seines Bestehens eine Innovation in den Markt einführt. Der Interaktionseffekt hingegen ist negativ. D.h., Kreativität und FuE sind alternative Möglichkeiten im Innovationsprozess. Interessanterweise gilt dieses Ergebnis nur für den Dienstleis-

tungssektor. Im produzierenden Gewerbe ist der Interaktionseffekt zwar auch negativ, aber nicht signifikant von null verschieden. Im produzierenden Gewerbe scheint es also diese wechselseitige Beziehung zwischen Kreativität und FuE nicht zu geben.

Es sei noch mal betont, dass diese Analysen nur einen allerersten Blick auf die Beziehung zwischen Kreativität und FuE im Innovationsprozess von jungen Unternehmen liefern. Es muss sich noch zeigen, ob die Beziehung auch bei eingehender Analyse, z.B. bei Einbeziehung von weiteren Kontrollvariablen, Bestand hat. Nichtsdestotrotz werfen diese Analysen ein neues Licht auf die Innovationsprozesse in jungen Unternehmen.

Tabelle 3: Komplementarität/Substituierbarkeit von FuE und Kreativität im Innovationsprozess von jungen Unternehmen

Abhängige Variable: Einführung einer Produktinnovation oder einer Marktneuheit in den ersten drei Jahren des Bestehens (ja/nein)			
Variable	Koeffizient	Standardfehler	Signifikanz
Kreativ (ja/nein)	0,144	0,019	***
FuE in den ersten drei Jahren (ja/nein)	0,440	0,022	***
Kreativ*FuE i.d. ersten drei Jahren (ja/nein)	-0,089	0,031	***
Konstante	0,338	0,012	***

Anmerkung: *** gibt an, dass der geschätzte Koeffizient auf dem 1%-Niveau signifikant von null verschieden ist.

Quelle: Mannheimer Gründungspanel.

1 <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Mittelstand/Gruendungen-und-Unternehmensnachfolge/existenzgruendung.html>, Zugriff am 20. Juli 2016

2 Piegeler, M. und K.-H. Röhl (2015), Gründungsförderung in Deutschland. Ein Aktionsplan gegen sinkende Gründungszahlen, IW Policy Paper 17/2015.

3 Bersch, J., S. Gottschalk, B. Müller und M. Niefert (2014), The Mannheim Enterprise Panel (MUP) and Firm Statistics for Germany, ZEW Discussion Paper Nr. 14-104, Mannheim.

4 Die Spitzentechnik setzt sich aus denjenigen Wirtschaftszweigen des verarbeitenden Gewerbes zusammen, die eine durchschnittliche Forschungs- und Entwicklungsintensität (Anteil FuE-Aufwendungen am Umsatz) von über 7% aufweisen. Die Hochwertige Technik (HTW) umfasst die Wirtschaftszweige des verarbeitenden Gewerbes mit einer durchschnittlichen FuE-Intensität von 2,5% bis 7%.

5 Es wurden ausschließlich Unternehmen gefragt, die in der jeweiligen Welle angegeben haben, Mitarbeiter zu beschäftigen.

6 Die Kreativwirtschaft umfasst typischerweise Branchen wie Musik, Bücher, Kunst, Film, Rundfunk, darstellende Künste, Design, Architektur, Presse, Werbung sowie Software- und Games.

7 Die verwendeten Fragen wurden im Rahmen eines Projektes für die österreichische Kreativwirtschaft entwickelt. Während die Fragen in diesem Projekt aber vorrangig dazu dienten, kreative Unternehmen in vorher als kreativ definierten Branchen zu identifizieren, wurden die Fragen im Gründungspanel an die Unternehmen aller Zielbranchen des Gründungspanels gestellt. Dies erlaubt die Analyse der Bedeutung von nicht-FuE-Kreativität in einem breiteren Kontext.