

ZEW Gründungsreport

Jahrgang 5 · Nr. 2 · Nov. 2005

Aktuelle Forschungsergebnisse und Berichte zu Unternehmensgründungen

Unternehmensgründungen in Deutschland

Handwerker im Gründungsfieber

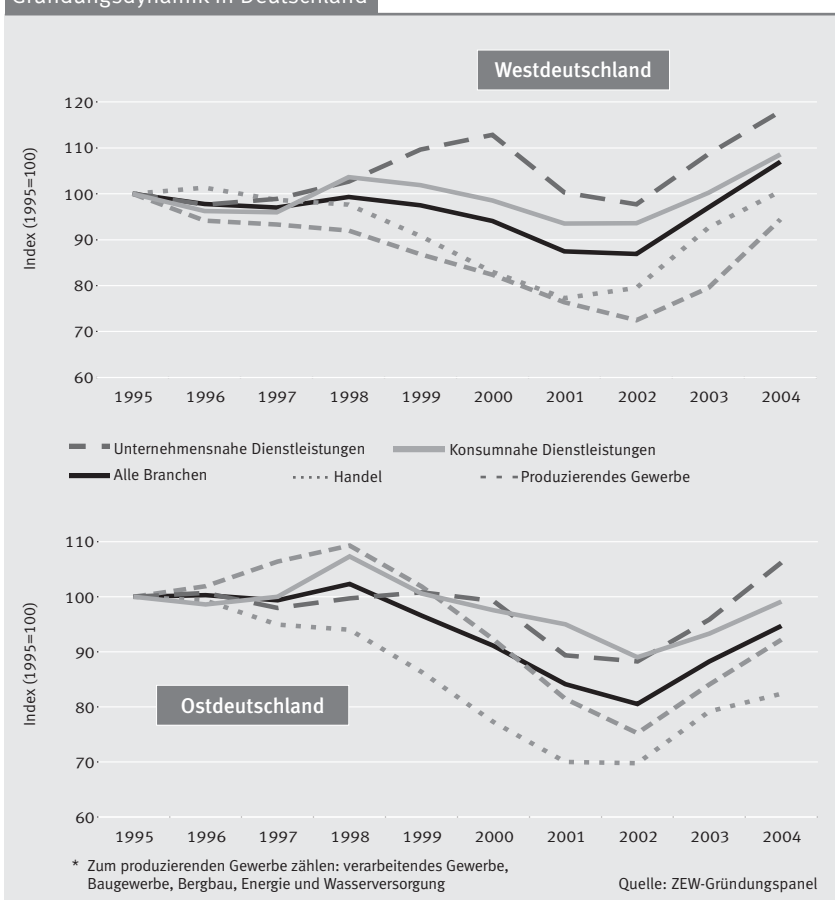
Die Zahl der Unternehmensgründungen in Deutschland ist im Jahr 2004 im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent gestiegen. Besonders hoch war der Anstieg im Baugewerbe, und das trotz – oder vielleicht auch wegen? – der dortigen wirtschaftlichen Probleme. Die wohl wichtigste Ursache für diese Entwicklung sind arbeitsmarktpolitische Maßnahmen, die Arbeitslosen den Schritt in die Selbstständigkeit erleichtern sollen (v. a. „Ich-AG“). Zudem zeigen sich im Baugewerbe erste Auswirkungen der im Januar 2004 in Kraft getretenen Novelle der Handwerksordnung, da durch sie in vielen Bereichen der Meisterbrief als Voraussetzung für die Gründung eines Handwerksunternehmens weggefallen ist.

Die Anzahl der Unternehmensgründungen in Deutschland nahm im Jahr 2004 zum zweiten Mal in Folge stark zu. Sie stieg im Vergleich zum Vorjahr um etwa zehn Prozent. Bereits die Zunahme des Gründungsaufkommens im Jahr 2003 war verglichen mit 2002 mit elf Prozent sehr hoch. Der Zuwachs fällt in Westdeutschland mit zehn Prozent höher aus wie in Ostdeutschland, wo er sieben Prozent beträgt. Die Gründungsdichte (Anzahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähigen) in Deutschland stieg somit von 46,1 auf einen Wert von 50,6 im Jahr 2004. Dies entspricht einer absoluten Zahl von Unternehmensgründungen von etwa 270 000.

Handwerksnovelle als Initialzündung

Die Anzahl der Gründungen hat in allen Hauptbranchen - produzierendes Gewerbe, Handel, konsum- und unternehmensnahe Dienstleister - sowohl in West-

Gründungsdynamik in Deutschland



als auch in Ostdeutschland zugenommen. Der Zuwachs ist zu einem guten Teil auf die Einführung des Existenzgründungszuschusses für Arbeitslose zurückzuführen (vgl. Gründungsreport 2004-2). Im produzierenden Gewerbe war der Anstieg mit etwas über 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr überdurchschnittlich hoch. Dort ragte vor allem das Baugewerbe heraus mit Zuwächsen von über 24 Prozent (West) und 12 Prozent (Ost). Damit entfielen etwa 92 Prozent aller Gründungen im produzierenden Gewerbe auf

den Bausektor. Besonders ausgeprägt war die Zunahme in den Wirtschaftszweigen „Fliesen-, Platten- und Mosaiklegerei“, „Raumausstattung“, „Maler- und Lackiergewerbe“ sowie „Installation von Heizungs-Anlagen“, auf die der größte Teil des Zuwachses im baubezogenen Gründungsgeschehen zurückgeführt werden kann. Es scheint, als sei hierfür der Wegfall der Meisterpflicht¹ im Zuge der

¹ Der Wegfall der Meisterpflicht gilt nicht für die Installation von Heizungsanlagen. Installateur und Heizungsbauer blieben zulassungspflichtige Handwerke.

Handwerksnovelle 2004 in Kombination mit der Ich-AG-Förderung ausschlaggebend, womit auch ein Beitrag zur Professionalisierung der „Nachbarschaftshilfe“ geleistet worden sein dürfte. Diese Vermutungen werden durch die auffallend hohe Beteiligung von Ein-Personen-Gründungen am Gründungsgeschehen in diesen Sektoren gestützt. Die reformbedingte Gelegenheit zur Gründung wurde besonders häufig in Bayern ergriffen: Die Anzahl registrierter Gründungen nahm dort um über 30 Prozent zu, was in etwa einem Fünftel der baugewerblichen Gründungen im Jahr 2004 entspricht. In absoluten Zahlen gab es die meisten Gründungen im produzierenden Gewerbe in den Bereichen Bautischlerei sowie Fliesen-, Platten- und Mosaiklegerei.

Auch in der Branche der unternehmensnahen Dienstleistungen hat die Anzahl der Gründungen zugenommen. Im Vergleich zum Vorjahr wurden neun Prozent mehr Firmen gegründet, die Dienstleistungen für Unternehmen anbieten. Innerhalb der unternehmensnahen Dienstleister ragten vor allem die Sektoren „Datenverarbeitungsdienste“ (plus 19 Prozent), „Gebäudereinigung“ (plus 16 Prozent), und „Unternehmensberatung“ (plus 15 Prozent) mit hohen Zuwächsen heraus. So entfiel auf „Unternehmensberatung“, als den in absoluten Zahlen größten Sektor, ein auf knapp 16 Prozent gestiegener Anteil der gegründeten unternehmensnahen Dienstleister. In den Be-

reichen „Public-Relations-Beratung“ und „Softwareberatung“ dagegen ging die Anzahl der Gründungen um 10 bzw. neun Prozent zurück.

Im Bereich konsumnaher Dienstleistungen entwickelte sich das Gründungsaufkommen ebenfalls positiv. Hier wurden rund acht Prozent mehr Unternehmensgründungen registriert als vor einem Jahr. Überdurchschnittlich häufig wurden Frisörgeschäfte (plus 19 Prozent), Cateringfirmen (plus 13 Prozent), und Kosmetikstudios (plus elf Prozent) gegründet. Nach der moderaten, aber tendenziell positiven Entwicklung der Anzahl der Gründungen im Gastgewerbe in den beiden vergangenen Jahren ist hier das Gründungsaufkommen nun wieder rückläufig. Vor allem für Gasthöfe (minus 11 Prozent) und Imbissshallen (minus 10 Prozent) scheinen sich die Aussichten in West- wie in Ostdeutschland verschlechtert zu haben.

In absoluten Zahlen gab es die meisten Gründungen im Bereich der konsumnahen Dienstleister bei „Restaurants mit Bedienung“ und bei der „Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen“ mit elf und neun Prozent.

Onlineshops auf dem Vormarsch

Im Handel wurden ebenfalls acht Prozent mehr Unternehmen gegründet als im Vorjahr. In Ostdeutschland fiel der Anstieg mit vier Prozent nur halb so hoch

aus wie in Westdeutschland. Innerhalb des Handels am aktivsten waren Gründer im Versandhandel, so dass sich die Anzahl der Gründungen um 42 Prozent erhöhte und sich somit seit 2002 mehr als verdreifachte. Zu 75 Prozent, ist dieser Boom auf die Nutzung des Internets als Vertriebsmedium zurückzuführen. Offensichtlich nutzten viele Gründer die Möglichkeiten, die Ihnen von ebay und World Wide Web geboten werden, um sich eine Existenzgrundlage aufzubauen. Noch ist der Anteil des Versandhandelssektors, dem die Online-Händler zugeordnet werden, an allen Gründungen im Handel mit etwas mehr als zwei Prozent relativ klein. Bei gleich bleibenden Zuwachsraten könnte sich dies aber rasch ändern. Bei vielen erfassten Handelsgründungen könnte es sich auch um Ersatzangebote für geschlossene Ladengeschäfte handeln (vgl. Gründungsreport 2003-2).

Auch in den Bereichen „Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen“ sowie „Einzelhandel mit Kraftwagenteilen“ gab es im Vergleich zum Vorjahr starke Zuwächse. In absoluten Zahlen gab es die meisten Gründungen im Facheinzelhandel für Fotoerzeugnisse und Computer. Auf diesen Wirtschaftszweig, in dem der Verkauf von Computerteilen deutlich überwiegt, entfielen 2004 neun Prozent der Gründungen im Handel.

*Diana Heger, heger@zew.de
Georg Metzger, metzger@zew.de*

Standardauswertungen für externe Datennutzer

Seit seiner Gründung arbeitet das ZEW in Kooperation mit dem Verband der Vereine Creditreform am Aufbau mehrerer Paneldaten zu deutschen und österreichischen Unternehmen. Creditreform ist die größte deutsche Kreditauskunftei, die über eine umfassende Datenbank zu deutschen Unternehmen verfügt. Zweimal jährlich werden die Angaben zu neu gegründeten Unternehmen sowie zu bereits in den Paneldaten enthaltenen Unternehmen aktualisiert.

Erhebungseinheit ist das rechtlich selbstständige Unternehmen. Ein Vorteil der Datenbasis ist, dass aufgrund der Geschäftsausrichtung von Creditreform praktisch nur wirtschaftsaktive Unternehmen erfasst werden. Weil die Daten jedoch zum Zwecke der Kreditauskunft erhoben werden, sind sie nicht unmittelbar einer wissenschaftlichen Auswertung zugänglich. Deswegen werden die vorliegenden Rohdaten verschiedenen Analysen und Hochrechnungsverfahren unterzogen. Hierzu zählen Verfahren zur Identifizierung originärer Gründungen sowie von Mehrfacherfassungen von Unternehmen. Des Weiteren kommen Hochrechnungen zur Abbildung des Gründungsgeschehens am „aktuellen Rand“, den beiden Jahren vor dem Zeitpunkt der letzten Datenerfassung, zur Anwendung. Dadurch wird der zeitliche Abstand zwischen dem Gründungsdatum und der Erfassung einer

Unternehmensgründung durch Creditreform berücksichtigt. Die so erhaltenen Indikatoren zum Gründungsgeschehen werden abschließend umfangreichen Plausibilitätsprüfungen hinsichtlich der zeitlichen und regionalen Struktur im Gründungsaufkommen unterzogen.

Indikatoren zum Gründungsgeschehen in Deutschland und Österreich können externen Datennutzern in Form von standardisierten Tabellen zur Verfügung gestellt werden. Ausgewiesen werden Gründungsintensitäten (absolute Anzahl der Gründungen je 10.000 Einwohner im Alter von 18 bis 65 Jahre (Erwerbsfähige) für zwei verschiedene Branchenabgrenzungen. In der Auswertung 1 wird die Abgrenzung technologieorientierter Wirtschaftszweige zu Grunde gelegt. In der Auswertung 2 wird dagegen eine Auszählung der Gründungszahlen auf der Ebene der Wirtschaftszweigseinsteller nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1993 des Statistischen Bundesamts bzw. geeigneter Aggregate vorgenommen. Die vorgegebene Sektorstruktur erlaubt den unmittelbaren Vergleich mit anderen Datenquellen, z.B. der Gewerbeanzeigestatistik des Statistischen Bundesamts. Die regionale Ebene stellen in beiden Auswertungen die Bundesländer, Raumordnungsregionen und Kreise dar. Das aktuelle Angebot von Standardauswertungen ist unter www.zew.de verfügbar.

Junge Technologieunternehmen in Deutschland und im Vereinigten Königreich

Exportintensität junger Unternehmen im Vereinigten Königreich ist deutlich höher

Junge Technologieunternehmen in Deutschland und im Vereinigten Königreich sind oft schon in einer sehr frühen Phase ihrer Existenz international aktiv. Während jedoch einige Unternehmen ihr Exportvolumen kontinuierlich erhöhen können, erweist sich das Exportgeschäft für andere Unternehmen als langfristig nicht profitabel. Dies zeigt eine internationale Studie, die das ZEW zusammen mit der University of Exeter durchgeführt hat.

Technologieorientierte Unternehmensgründungen gelten als Hoffnungsträger für die Entwicklung innovativer Güter und Dienstleistungen sowie für die Schaffung neuer, hochwertiger Arbeitsplätze. Die Entwicklung neuer Produkte ist allerdings mit zumeist hohen Kosten verbunden. Um diese Kosten bereits kurzfristig zu amortisieren, ist es für neu gegründete Technologieunternehmen wichtig, sich schnellstmöglich Märkte für ihre Produkte und Dienstleistungen zu erschließen. Da viele technologieorientierte Unternehmen jedoch Nischenprodukte anbieten, sind ihre Absatzmöglichkeiten auf dem heimischen Markt beschränkt. Daher können für sie Auslandsmärkte und damit die Verbreiterung der Absatzbasis eine Chance sein, die hohen Entwicklungskosten in kurzer Zeit wieder hereinzubringen.

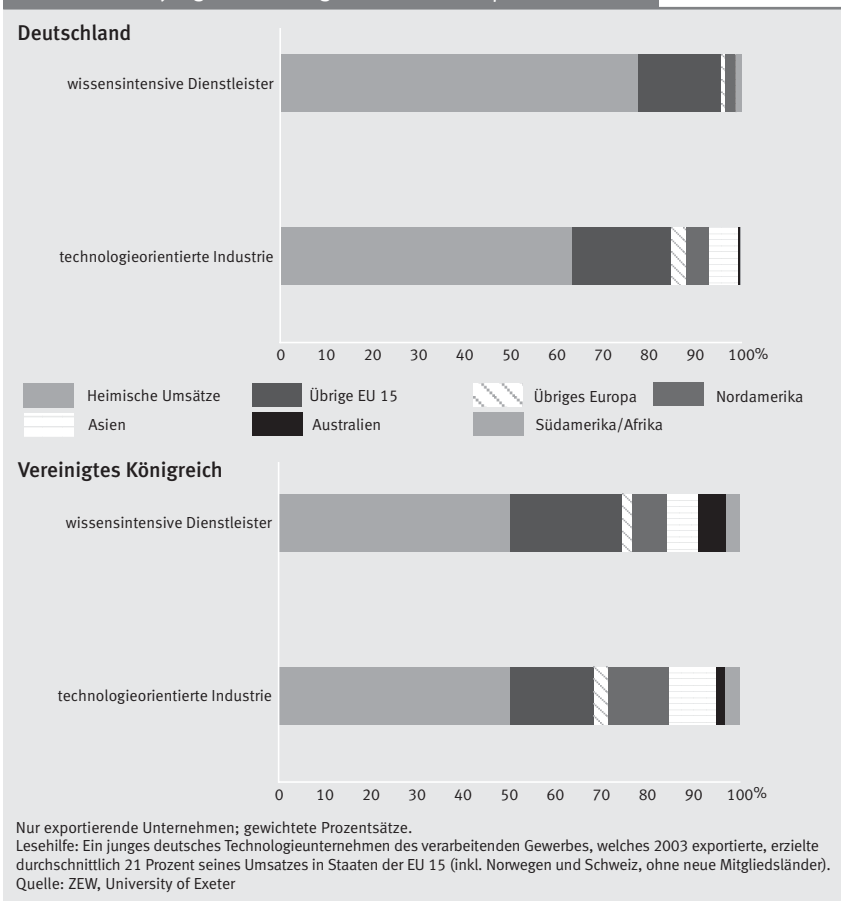
In einer langfristigen Studie hat das ZEW zusammen mit Forschern der University of Exeter erstmals 1997 mittels einer Befragung von 600 deutschen und britischen technologieorientierten Gründungen untersucht, ob und in welchem Umfang diese Unternehmen international tätig waren. Da die befragten Unternehmen zwischen 1987 und 1996 gegründet worden waren, konzentrierte sich die 1997 durchgeführte Befragung auf das Exportverhalten der Unternehmen in einer frühen Phase ihrer Entwicklung. In einer zweiten Befragung im Jahr 2003 wurden dann alle noch existierenden Unternehmen des ursprünglichen Samples erneut kontaktiert. Ziel der Wiederholungsbefragung, an der knapp 220 Unternehmen teilnahmen, war es zu ermitteln, inwieweit es jungen Technologieunternehmen gelingt, sich langfristig am Markt zu behaupten.

Knapp ein Viertel (alle nachfolgenden Angaben gewichtet) der jungen technologieorientierten Unternehmen war schon im ersten Jahr nach der Unternehmensgründung international tätig. Diese Unternehmen werden als „Born Globals“ bezeichnet. 1997, also im Jahr der ersten Befragung, erzielten bereits 62 Prozent der Unternehmen Umsätze im Ausland. Dabei exportierten 79 Prozent der technologieorientierten Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes (u.a. IKT Hardware, Steuerungstechnik, Medizintechnik).

Unter den wissensintensiven Dienstleistern (insbesondere Softwarehersteller) waren es knapp 50 Prozent.

Die ersten Auslandsaktivitäten deutscher Unternehmen resultieren oft aus Anfragen, die sich auf Fachmessen ergeben. Des Weiteren sind Referenzen zufriedener Kunden sowie Kooperationen mit international tätigen Großunternehmen von großer Bedeutung. Deutsche Unternehmen zeigen somit häufig eine eher reaktive Internationalisierungsstrategie. Im Gegensatz dazu, zielen die Manager britischer Unternehmen öfters bereits bei der Produktentwicklung auf die internationale Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen ab. Der Auslandsmarkt wird von britischen Unternehmern offensiv erschlossen.

Umsatzanteile junger technologieorientierter Exporteure 2003



Exportaktivität nicht immer erfolgreich

Angesichts der starken Verbreitung internationaler Geschäftsaktivitäten unter den untersuchten jungen Technologieunternehmen, legen die Ergebnisse der 1997er Befragung den Schluss nahe, dass es für neu gegründete technologieorientierte Unternehmen weniger eine Frage ist, ob sie in den Auslandsmarkt eintreten, sondern wann sie erstmals exportieren. In der Tat traten zwölf Prozent der befragten Unternehmen im Zeitraum von 1997 bis 2003 neu in den internationalen Markt ein. Im gleichen Zeitraum hat ein Prozent der Unternehmen seine Exporttätigkeit wieder aufgenommen, nachdem es 1997 vorübergehend nicht international aktiv war. Auf der anderen Seite haben elf Prozent der untersuchten Unternehmen zwischen der ersten und der zweiten Befragung ihr Engagement im Ausland aufgegeben. Somit hat sich der Prozentsatz der Technologieunternehmen, die Umsätze im Ausland erzielen, nur leicht erhöht (von 62 Prozent in 1997 auf 64 Prozent in 2003). Wie ökonomische Schätzungen zeigen, war ein Grund für den Austritt aus dem Auslandsmarkt die mangelnde internationale Erfahrung der Unternehmensmanager. Darüber hinaus hängt die Wahrscheinlichkeit, den internationalen Markt zu verlassen, entscheidend von den Eigenschaften der angebotenen Produkte und Dienstleistungen ab. In vielen Fällen erfordern die Produkte und Dienstleistungen technologieorientierter Unternehmen ein hohes Maß an kundenspezifischem Anpassungsaufwand und somit große Nähe zum Kunden. Bei im Ausland beheimateten Kunden muss zudem neben der geographischen oft auch eine kulturelle Distanz überwunden werden. Das ist mit hohen Kosten verbunden. Die Notwendigkeit, ein innovatives Produkt kundenspezifisch anzupassen, stellt somit ein Hindernis für die Exporttätigkeit technologieorientierter Unternehmen

dar. Einige Unternehmen, die in der Frühphase ihres Lebenszyklus in den Auslandsmarkt eingetreten sind, haben offenbar die Kosten kundenspezifischer Anpassung im Exportgeschäft unterschätzt und waren deshalb gezwungen, den internationalen Markt wieder zu verlassen.

Umsätze im Ausland nehmen zu

Gut die Hälfte der befragten Unternehmen war dennoch sowohl 1997 als auch 2003 auf Auslandsmärkten aktiv. Die meisten Exporteure konnten ihre internationalen Geschäftsaktivitäten sogar ausbauen. Das gilt sowohl für das absolute Exportvolumen als auch bezogen auf den Umsatz des Unternehmens. Während die Exporteure 1997 noch durchschnittlich 31 Prozent ihres Umsatzes im Ausland erwirtschafteten, steigt dieser Anteil (die so genannte Exportintensität) bis 2003 auf 39 Prozent an. In diesen Zahlen spiegelt sich die zunehmende Globalisierung der Märkte wider, auf denen die befragten Unternehmen tätig sind.

Ökonometrische Schätzungen zeigen, dass weder Unternehmensgröße noch das Alter der Unternehmen entscheidend sind, um im Auslandsmarkt erfolgreich zu sein. Sowohl junge als auch kleine Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten sind in der Lage, Exportintensitäten von über 50 Prozent zu erzielen. Voraussetzung dafür ist, dass die Exporteure über unternehmensspezifische Ressourcen (z.B. umfangreiche internationale Erfahrung der Unternehmensmanager) verfügen, mit deren Hilfe sie Hemmnisse im Auslandsgeschäft überwinden können.

Die durchschnittliche Exportintensität britischer Unternehmen war sowohl 1997 als auch 2003 höher als der entsprechende Wert für die deutschen Exporteure. Diese Unterschiede sind zum einen auf den größeren heimischen Markt der deutschen Technologieunter-

nehmen zurückzuführen, die somit weniger abhängig vom Auslandsmarkt sind als ihre britischen Konkurrenten. Zum anderen erschließen britische Exporteure den internationalen Markt offensiv und nutzen jede Gelegenheit, ihre Marktanteile im Ausland auszubauen. Daraus ergeben sich für sie höhere Exportintensitäten als für die eher reaktiv agierenden deutschen Unternehmen.

Die Technologieunternehmen in beiden Ländern unterscheiden sich auch bezüglich der geographischen Verteilung ihrer Auslandsumsätze. Sowohl in Deutschland als auch im Vereinigten Königreich entfällt der höchste Anteil der Unternehmensexporte auf die alten Mitgliedstaaten der EU (inkl. Norwegen und der Schweiz). Hier werden etwa 20 Prozent der Umsätze erzielt. Weiter entfernte Märkte in Nordamerika (USA, Kanada, Mexiko), Asien oder Australien sind jedoch für britische Exporteure wesentlich bedeutender. Dies dürfte zum einen eine Folge des offensiveren Exportverhaltens britischer Technologieunternehmen sein, zum anderen ein Ergebnis traditioneller Kontakte der britischen Wirtschaft in die Staaten des Commonwealth. Zwar hat auch für deutsche Exporteure des verarbeitenden Gewerbes insbesondere die Bedeutung der asiatischen Märkte zwischen 1997 und 2003 zugenommen. Dennoch liegt der von den befragten deutschen Industrieunternehmen in Asien erzielte durchschnittliche Umsatzanteil weiterhin deutlich unter dem entsprechenden Anteil der britischen Konkurrenten (2003: Vereinigtes Königreich 10 Prozent, Deutschland 6 Prozent).

Helmut Fryges, fryges@zew.de

Die Ergebnisse sind veröffentlicht als ZEW Discussion Papers: Fryges, H.: Stepping In and Out of the International Market: Internationalisation of Technology-Oriented Firms in Germany and the UK, No. 04-65; Fryges, H.: Productivity, Growth, and Internationalisation: The Case of German and British High Techs, No. 04-79.