

Brink, Siegrun; Ivens, Sören; Nielen, Sebastian; Schlömer-Laufen, Nadine

**Research Report**

## Neugegründete Unternehmen und ihre Entwicklung: Eine empirische Analyse anhand verschiedener Erfolgsdimensionen

IfM-Materialien, No. 271

**Provided in Cooperation with:**

Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn

*Suggested Citation:* Brink, Siegrun; Ivens, Sören; Nielen, Sebastian; Schlömer-Laufen, Nadine (2018) : Neugegründete Unternehmen und ihre Entwicklung: Eine empirische Analyse anhand verschiedener Erfolgsdimensionen, IfM-Materialien, No. 271, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn, Bonn

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/180383>

**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.*

# IfM-Materialien

Neugegründete Unternehmen und ihre Entwicklung:  
Eine empirische Analyse anhand verschiedener  
Erfolgsdimensionen

Siegrun Brink, Sören Ivens, Sebastian Nielen, Nadine Schlömer-Laufen

IfM-Materialien Nr. 271

Institut für  
Mittelstandsforschung

**IfM**  
BONN

[www.ifm-bonn.org](http://www.ifm-bonn.org)

## Impressum

### Herausgeber

Institut für Mittelstandsforschung Bonn  
Maximilianstr. 20, 53111 Bonn  
Telefon +49/(0)228 / 72997 - 0  
Telefax +49/(0)228 / 72997 - 34

### Ansprechpartner

Siegrun Brink  
Sebastian Nielen

### IfM-Materialien Nr. 271

ISSN 2193-1852 (Internet)  
ISSN 2193-1844 (Print)

Bonn, Juni 2018

Das IfM Bonn ist eine Stiftung  
des privaten Rechts.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,  
Digitalisierung und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen



## **Neugegründete Unternehmen und ihre Entwicklung: Eine empirische Analyse anhand verschiedener Erfolgsdimensionen**

Newly founded firms and their development: An empirical analysis based on different dimensions of success

Siegrun Brink, Sören Ivens, Sebastian Nielen, Nadine Schlömer-Laufen

IfM-Materialien Nr. 271

### **Zusammenfassung**

Die vorliegende Studie widmet sich der Entwicklung neugegründeter Unternehmen in den ersten vier Jahren. Ziel war es anhand von verschiedenen Erfolgsdimensionen (Überleben am Markt, Deckung des Lebensunterhaltes und Schaffung von Arbeitsplätzen) zu analysieren, wie sich die Unternehmen in der Nachgründungsphase entwickeln. Es zeigt sich, dass fast drei Viertel der Neugründungen am Markt verbleiben. Allerdings schafft nur eine Minderheit dieser Unternehmen neue Arbeitsplätze. Auch den Lebensunterhalt kann vier Jahre nach Gründung nur rund die Hälfte aus der unternehmerischen Tätigkeit bestreiten. Es zeigt sich, dass dafür beispielsweise eine hybride Selbstständigkeit, ein weiteres Haushaltseinkommen und/oder persönliche Wahrnehmung der Vorteile einer Selbstständigkeit verantwortlich sind.

**Schlagwörter:** *Unternehmensentwicklung, Gründungen/Selbstständigkeit*

### **Abstract**

We study the development and success of newly founded firms within the first four years of their existence. The objective of the study was to analyze the development in the post-start-up phase based on different dimensions of success, such as survival of business, creation of jobs and coverage of the founders' living expenses. We show that almost three out of four new firms remained in the market. However, only a minority of these firms was able to create new jobs. Also, income from self-employment was only sufficient for about half of the founders to cover their living expenses. This may be a result of different phenomena, such as hybrid types of self-employment, availability of an additional household income and/or the personal perception of (non-monetary) advantages of self-employment.

**JEL:** L25, L26, M13

**Keywords:** *Entrepreneurship, new firm survival*



## Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen	II
Verzeichnis der Tabellen	II
Kurzfassung	III
1 Einleitung	1
2 Gründungserfolg und seine Determinanten	3
2.1 Erfolg neugegründeter Unternehmen – konzeptionelle Überlegungen	3
2.2 Erfolgsdeterminanten	4
3 Empirische Basis	6
3.1 Das Gründerpanel des IfM Bonn	6
3.2 Charakteristika der Gründer und ihrer Unternehmen: deskriptive Analyse	8
4 Entwicklung neugegründeter Unternehmen und ihr Erfolg	12
4.1 Überleben bzw. Aufgabe	12
4.2 Deckung des Lebensunterhaltes	17
4.3 Schaffung von Arbeitsplätzen	20
4.4 Verschiedene Typen von Neugründungen und deren Erfolg im Jahr vier nach der Gründung	24
5 Fazit und Handlungsempfehlungen	28
Literaturverzeichnis	30
Anhang	36

### **Verzeichnis der Abbildungen**

Abbildung 1:	Erfolgsdimensionen neugegründeter Unternehmen	4
Abbildung 2:	Aufbau des Gründerpanels des IfM Bonn	6
Abbildung 3:	Soziodemografische Merkmale der Gründer	8
Abbildung 4:	Hauptmotive der Gründer – Top 4	9
Abbildung 5:	Erwerbs- und Haushaltssituation der Gründer	10
Abbildung 6:	Unternehmens- und umfeldbezogene Merkmale der neugegründeten Unternehmen	11
Abbildung 7:	Jährliche Überlebensraten	12
Abbildung 8:	Aufgabegründe	13
Abbildung 9:	Deckung des Lebensunterhaltes	18
Abbildung 10:	Beschäftigung von Mitarbeitern	21
Abbildung 11:	Beurteilung der Selbstständigkeit im Vergleich zur letzten vorherigen Tätigkeit	26
Abbildung 12:	Erweiterung der Erfolgsdimensionen von Neugründungen	27

### **Verzeichnis der Tabellen**

Tabelle 1:	Übersicht Fallzahlen Welle D bis G	7
Tabelle 2:	Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit des Marktaustrittes neugegründeter Unternehmen	16
Tabelle 3:	Unternehmereinkommen deckt Lebensunterhalt	20
Tabelle 4:	Beschäftigung von Mitarbeitern	23
Tabelle 5:	Entwicklungstypen von Neugründungen im Jahr vier nach Gründung	24
Tabelle A1:	Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit des Marktaustrittes neugegründeter Unternehmen	36

## **Kurzfassung**

Neugründungen wird für die volkswirtschaftliche Entwicklung eine hohe Bedeutung beigemessen. Bei der Untersuchung von 238 Neugründungen für diese Studie stellten wir fest, dass insgesamt fast drei Viertel der neugegründeten Unternehmen auch vier Jahre nach dem Gründungsvollzug am Markt aktiv sind. Die Mehrheit der Aufgaben findet bereits im Verlauf des ersten Jahres statt. Insgesamt scheint das erste Jahr somit für neugegründete Unternehmen eine entscheidende Rolle für das Bestehen am Markt zu spielen.

## **Deckung des Lebensunterhaltes und Schaffung von Arbeitsplätzen als Meilensteine**

Neugründungen werden mit dem Erreichen bestimmter Meilensteine, wie beispielsweise der Deckung des eigenen Lebensunterhaltes und/oder der Beschäftigung von Mitarbeitern, deutlich seltener wieder aufgegeben.

## **Auch nach vier Jahren am Markt ist die Deckung des Lebensunterhaltes teilweise schwierig**

Im Zeitverlauf nimmt der Anteil derer, die im Rahmen ihrer Neugründung vollständig ihren Lebensunterhalt decken können, stetig zu. Jedoch kann etwas mehr als jeder zweite Gründer auch nach vier Jahren den eigenen Lebensunterhalt nicht aus dem Unternehmereinkommen bestreiten. Diese Gründer sind signifikant älter als Gründer, die von ihrer Selbstständigkeit leben können.

## **Unternehmerische Tätigkeit nicht immer Haupteinkommensquelle**

Eine deutliche Mehrheit der Neugründungen beschäftigt zum Zeitpunkt der Gründung keine Mitarbeiter und auch im weiteren Zeitverlauf werden in den wenigsten Fällen Arbeitsplätze geschaffen. Ein Großteil dieser Soloselbstständigen kann auch vier Jahre nach der Gründung den Lebensunterhalt nicht decken. Diese Gründer, die weder Arbeitgeber sind noch ihren Lebensunterhalt decken können, gehen signifikant häufiger einer weiteren Erwerbstätigkeit nach bzw. verfügen signifikant häufiger über ein weiteres Haushaltseinkommen, das zur Deckung des Lebensunterhaltes beiträgt.



### **Subjektive Kriterien als weitere Erfolgsdimension**

Eine deutliche Mehrheit der Gründer fühlt sich in ihrer Selbstständigkeit selbstbestimmter als in ihrer vorherigen Tätigkeit. Dies gilt auch für andere subjektive Erfolgsdimensionen wie zum Beispiel die Flexibilität der Arbeitszeit. Folglich sollten bei der Betrachtung des Erfolges von Neugründungen neben ökonomischen Erfolgsindikatoren wie Überleben, Deckung des Lebensunterhaltes oder das Schaffen von Arbeitsplätzen auch subjektive Indikatoren Beachtung finden.

### **Gründungsfreundliche Rahmenbedingungen helfen am meisten**

Die vorliegende Studie zeigt, dass der Erfolg von Neugründungen viele Dimensionen hat. Neben objektiven Kriterien spielt auch die subjektive Einschätzung des Gründers bezüglich des eigenen Erfolges eine wichtige Rolle. Der Entwicklungsverlauf einer Neugründung ist jedoch zum Zeitpunkt der Gründung schwer bis gar nicht prognostizierbar, so dass eine gezielte Ansprache verschiedener Teilgruppen durch die Wirtschaftspolitik nahezu unmöglich ist. Stattdessen ist es hilfreicher, ein gründungsfreundliches Umfeld zu schaffen.

## 1 Einleitung

Erfolgreiche Unternehmensgründungen gelten als Quelle für den Erhalt und die Weiterentwicklung von Volkswirtschaften, weil ihr Vordringen in bestehende Märkte maßgeblich zur Erneuerung des Unternehmensbestandes beiträgt, den Strukturwandel fördert und zugleich die Wettbewerbsintensität am Markt erhöht wird (Picot et al. 1989). Damit das Gründungsgeschehen derartige positive Effekte für eine Volkswirtschaft generiert, ist es wichtig, dass eine gewisse Zahl an Personen Interesse an der Gründung eines Unternehmens entwickeln und dieses anschließend auch umsetzt – womit die Quantität des Gründungsgeschehens angesprochen ist. Bedeutsam ist aber auch die Qualität der Neugründungen (Icks et al. 2015).

Verschiedene Studien zeigen einhellig für Deutschland, dass die Sterblichkeitsraten neugegründeter Unternehmen in den ersten fünf Jahren bei 40 % bzw. 50 % liegen (Rink et al. 2013; Schneck/May-Strobl 2013; Fritsch et al. 2006; Schefczyk 1999).<sup>1</sup> Mit anderen Worten: Etwa die Hälfte aller Unternehmen einer Gründungskohorte überleben nicht die ersten Jahre nach der Gründung. Empirisch erklärt wird diese hohe Rate häufig mit der Neuartigkeit und der anfänglichen Kleinheit neugegründeter Unternehmen (Fackler et al. 2013; Strotmann 2007). Die Neuartigkeit der Gründung (sog. „liability of newness“; Stinchcombe/March 1965) und die damit häufig verbundene (Management-) Unerfahrenheit der Gründer<sup>2</sup> ist zum einen beispielsweise mit Schwierigkeiten bei der Bewertung des Konsumentenverhalten und deren Gewinnung verbunden. Zum anderen kann sie aber auch in allen anderen Bereichen der Unternehmertätigkeit zunächst zu Problemen führen. Hinzu kommt, dass die anfängliche Kleinheit von jungen Unternehmen (sog. „liability of smallness“; Aldrich/Auster 1986) häufig Wettbewerbsnachteile zur Folge hat, insbesondere in solchen Branchen, in denen es einer gewissen Mindestgröße bedarf (Brüderl et al. 1998; Wolter et al. 2015). So sind zum Beispiel Neugründungen im Vergleich zu größeren Unternehmen insbesondere im industriellen Sektor wettbewerbsmäßig benachteiligt, da Letztere durch Skaleneffekte geringere Produktionskosten haben (Geroski et al. 2010). Jedoch verliert insbesondere der

---

<sup>1</sup> Auch für andere westliche Länder liegen die Sterblichkeitsraten neugegründeter Unternehmen ähnlich hoch (Praag et al. 2005; Zimmerman/Zeit 2002).

<sup>2</sup> Zugunsten der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Studie das ursprüngliche grammatische Geschlecht als Klassifizierung von Wörtern (männlich, weiblich, sächlich und andere) verwendet. Es wird hier ausdrücklich darauf hingewiesen, dass damit auch jeweils das andere Geschlecht angesprochen ist.

altersbedingte Nachteil in den ersten Entwicklungsjahren aufgrund von Lernkurveneffekten seine Bedeutung (Thornhill/Amit 2003), während die Problematik der Mindestgröße in den jeweiligen Branchen bestehen bleibt.

Uns stellte sich daher die Frage, welche Faktoren dazu führen, dass Neugründungen am Markt überleben. Welche schaffen es, sich erfolgreich – trotz anfänglicher Nachteile – im Wettbewerb zu etablieren? Der Frage nach den Determinanten des Erfolgs neugegründeter Unternehmen sind bereits viele Studien nachgegangen (Fritsch 2016; Brüderl et al. 2009; Sorensen/Chang 2006; Van Praag 2003). Allerdings herrscht Uneinigkeit nicht nur darüber, wie Erfolg insbesondere für junge Unternehmen definiert und gemessen werden kann (Cholotta/Drobnič 2009; Carton/Hofer 2006; Schmidt 2002), sondern auch wie die Determinanten neugegründeter Unternehmen mit den verschiedenen Erfolgsindikatoren zusammenhängen. Genau hier setzt die vorliegende Studie an: Mit Hilfe des Gründerpanels des IfM Bonn wird die Entwicklung von 238 neugegründeten Unternehmen analysiert. Neben dem Jahr der Gründung stehen Informationen auch für vier weitere Jahre der Nachgründungsphase zur Verfügung. Ziel der Studie ist es, die Entwicklung junger Unternehmen in den ersten vier Jahren nach Gründung nachzuzeichnen. Daneben gehen wir der Frage nach, welche Faktoren den "Erfolg" junger Unternehmen in diesen Jahren begünstigen bzw. für ein frühzeitiges Ausscheiden vom Markt verantwortlich sind.

Die Studie ist wie folgt gegliedert: In Kapitel 2 wird das in dieser Studie verwendete Verständnis von "Gründungserfolg" erläutert und auf die in der Literatur diskutierten Einflussfaktoren eingegangen. In Kapitel 3 wird das Gründerpanel des IfM Bonn sowie die Charakteristika der hier analysierten Gründerunternehmen vorgestellt. Kapitel 4 widmet sich dem Erfolg neugegründeter Unternehmen wie auch dessen Determinanten. Kapitel 5 schließt mit einem Fazit und Handlungsempfehlungen.

## **2 Gründungserfolg und seine Determinanten**

### **2.1 Erfolg neugegründeter Unternehmen – konzeptionelle Überlegungen**

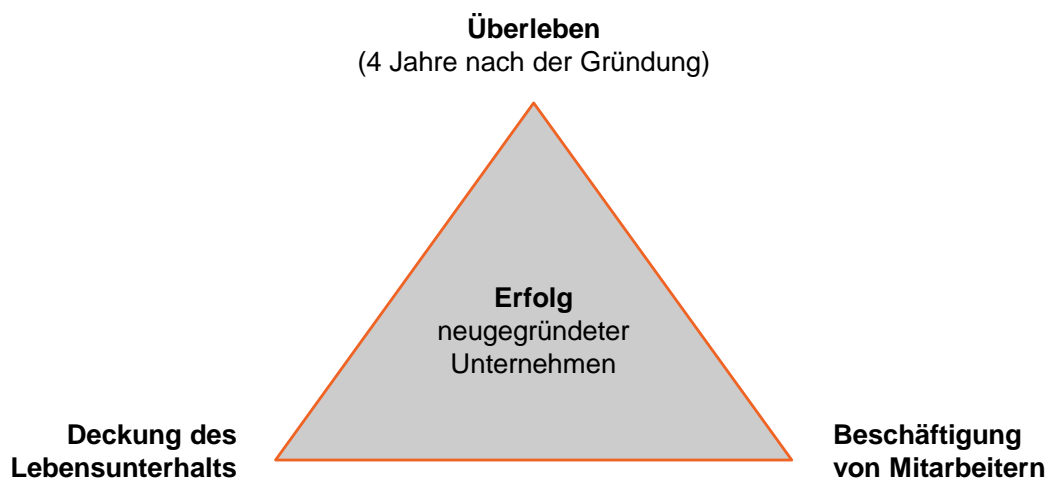
Möchte man den Erfolg neugegründeter Unternehmen analysieren, stellt sich zunächst die Frage nach geeigneten Erfolgsindikatoren. Denn "Erfolg" ist ein Kriterium, das komplex, mehrdimensional und überdies als solches nicht direkt messbar ist (Ettl 2010; Schmidt 2002). In der Literatur finden sich daher – nicht überraschend – eine Vielzahl an objektiven und subjektiven Erfolgsindikatoren, die letztlich eine Vielzahl an Möglichkeiten offerieren, Erfolg zu messen (Cholotta/Drobnič 2009; Schmidt 2002).

Jedoch sind nicht alle dieser diskutierten Erfolgsmaße gleichermaßen gut für die Analyse von neugegründeten Unternehmen geeignet: In der Regel wird der Unternehmenserfolg anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen (wie Gewinn, Umsatz oder Beschäftigtenzahlen) bzw. deren Veränderung/Entwicklung erfasst (Schmidt 2002). Solche Erfolgsmaße eignen sich gut für etablierte große oder auch mittelständische Unternehmen, die hohe Umsätze erzielen und auf Wachstum ausgerichtet sind. Auf neugegründete Unternehmen trifft das hingegen nicht zu (Brüderl et al. 2009; Schenk 1998). So ist die wirtschaftliche Entwicklung neugegründeter Unternehmen einerseits in den ersten Jahren i.d.R. sehr volatil. Andererseits strebt ein Großteil dieser Gründer nicht nach Wachstum (Metzger 2017).

Aus diesem Grund wird in der Gründungsliteratur häufig das Überleben neugegründeter Unternehmen am Markt als entscheidendes Erfolgskriterium angesehen (Van Praag 2003; Schenk 1998). Angesichts der hohen Sterblichkeitsraten neugegründeter Unternehmen in den ersten Jahren nach Gründungsvollzug (Rink et al. 2013; Schneck/May-Strobl 2013; Fritsch et al. 2006; Schefczyk 1999) erscheint uns dieses Kriterium auch gerechtfertigt. Deshalb stellen auch wir das Überleben eines neugegründeten Unternehmens in den ersten vier Jahren in den Fokus unserer Betrachtungen. Einschränkend ist anzumerken, dass das Überleben allein lediglich eine notwendige Bedingung des Erfolgs einer Neugründung und damit eine Mindestbedingung ist (Schmidt 2002). Denn ohne Überleben ist Erfolg – wie auch immer dieser definiert wird – per se nicht möglich. Es bedarf daher weiterer hinreichender Erfolgskriterien. Damit kommen wir nicht nur der Forderung der Wissenschaft nach, den Gründungserfolg mehrdimensional zu erfassen (Schmidt 2002; Frank/Korunka 1996; Müller-Böling/Klandt 1993), sondern können gleichsam unterschiedliche Facetten des Gründungserfolgs abbilden.

In der wissenschaftlichen und wirtschaftspolitischen Diskussion stehen insbesondere zwei Erfolgsindikatoren – nicht zuletzt auch aus Praktikabilitäts- und Erhebungstechnischen Gründen – im Fokus: Die Mitarbeiteranzahl als eine eher wirtschaftspolitische bzw. gesellschaftliche Erfolgsdimension (Schneck/May-Strobl 2013) und der Umsatz bzw. das Unternehmereinkommen (Cholotta/Drobnič 2009), die im Falle des Unternehmereinkommens eher eine persönliche Dimension des Erfolgs abbildet (Sandner et al. 2008).<sup>3</sup> Diesen beiden Dimensionen des Erfolgs wollen wir nachfolgend – neben dem Überleben der Neugründung – nachgehen und folgen damit dem Ansatz von Cholotta/Drobnič (2009) (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Erfolgsdimensionen neugegründeter Unternehmen



© IfM Bonn 18 1708 001

Quelle: Eigene Darstellung.

## 2.2 Erfolgsdeterminanten

Die Forschung zu den Erfolgsdeterminanten von Neugründungen ist sehr weit fortgeschritten. Allgemein werden drei Gruppen möglicher Einflussfaktoren diskutiert: Personenbezogene, unternehmens- und umfeldbezogene Faktoren (Brüderl et al. 2009).

<sup>3</sup> Einen detaillierten Überblick über verschiedenste, in der Erfolgsfaktorenforschung zum Einsatz kommende Erfolgsindikatoren bieten u. a. Schmidt (2002) und Fritz (1990).

Den personenbezogenen Faktoren, sprich den spezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten der Gründerperson sowie seiner Motivation, kommt dabei eine Schlüsselfunktion zu. Denn der Gründer ist in der Frühphase der Unternehmensentwicklung sehr eng mit dem neugegründeten Unternehmen verbunden und formt dieses maßgeblich (Schulte 2006). Zahlreiche Forschungsarbeiten belegen deshalb auch die Bedeutung der Merkmale des Gründers für den Gründungserfolg (Brüderl et al. 2009). Konkret ist hier die schulische und berufliche Bildung des Gründers (Unger et al. 2011; Bosma et al. 2004), dessen Berufsbiographie und vorherige Selbstständigkeitsepisoden (Backes-Gellner/Werner 2007; Cooper et al. 1994), aber auch sein familiärer Hintergrund (Parker 2004; Brüderl et al. 2009) zu nennen. Caliendo/Kritikos (2010a) zeigen ebenso, dass die Gründungsmotive die weitere Entwicklung beeinflussen.

Daneben werden auch den Unternehmensmerkmalen zum Zeitpunkt der Gründung sowie den Markt- und Wettbewerbsbedingungen längerfristige Effekte auf die Entwicklung eines neugegründeten Unternehmen zugeschrieben (Brüderl et al. 2009; Stinchcombe/March 1965). Eine Schlüsselgröße stellen dabei die finanziellen Ressourcen dar, die einem Gründer zum Beginn seiner unternehmerischen Tätigkeit für diese zur Verfügung stehen (Egeln et al. 2010; Heckmann/Schnabel 2005; Praag et al. 2005). Weitere unternehmensbezogene Faktoren, denen ein Einfluss auf den Gründungserfolg nachgewiesen werden konnte, sind Rechtsform und Unternehmensgröße (Fackler et al. 2013; Geroski et al. 2010; Parker 2009; Bosma et al. 2004). Auch der Gründungskontext in Form von Branche, Gründungsjahr (Fackler et al. 2013; Fritsch et al. 2006; Van Praag 2003; Thornhill/Amit 2003; Audretsch et al. 2000; Audretsch/Mahmood 1995; Mata/Portugal 1994) wie auch der Standort sind für den späteren Erfolg der Gründung wichtig (Fackler et al. 2013; Fritsch et al. 2006).

### 3 Empirische Basis

#### 3.1 Das Gründerpanel des IfM Bonn

Die empirische Basis für unsere Analysen bildet das Gründerpanel des IfM Bonn. Hierbei handelt es sich um eine jährliche Wiederholungsbefragung von Gründern vom Zeitpunkt des Gründungsinteresses bis hin zur Unternehmertätigkeit in den ersten vier Jahren nach der Gründung (vgl. ausführlich Kranzusch/Kay 2011; Kranzusch 2005). Zugleich liegen damit auch Informationen zur Aufgabe des Gründungsinteresses sowie zur Aufgabe einer Neugründung vor.

Die Grundlage für das Panel (vgl. Abbildung 2) bilden deutschlandweite Besucherbefragungen von Gründermessen, die vom IfM Bonn im Zeitraum 2003 bis 2012 durchgeführt worden sind. Die Auswahl der Befragten erfolgte zufällig, weshalb neben Gründungsinteressierten auch solche Messebesucher befragt wurden, die zum Zeitpunkt des Messebesuches bereits selbstständig waren. Diese Befragungen bilden die Welle A des Gründerpanels.

Abbildung 2: Aufbau des Gründerpanels des IfM Bonn



Quelle: Kranzusch/Kay (2011).

Die Gruppe der Gründungsinteressierten wurde ein sowie ggf. zwei Jahre nach der Messebefragung nochmal angeschrieben und zum Stand ihrer Grün-

dungspläne befragt (Welle B+C). Haben diese Befragten den Schritt in die Selbstständigkeit innerhalb der ersten beiden Jahren nach dem Messebesuch gewagt oder waren sie zum Zeitpunkt der Messe bereits selbstständig, wurden sie in die vier anschließenden Folgebefragungen des Gründerpanels aufgenommen. Diese wurden jeweils mit einem Abstand von ungefähr einem Jahr durchgeführt (Welle D, E, F, G).

Aufgrund der Zielsetzung der Studie haben wir uns auf die Folgebefragungen des Gründerpanels (Welle D bis G) konzentriert. Um die Aussagekraft unserer Analysen zu erhöhen, haben wir gleichwohl nicht alle dort erfassten Neugründungen in unsere Stichprobe übernommen: Erstens wurden nur solche Neugründungen einbezogen, die durchgängig an den Befragungen der Wellen D bis G teilgenommen haben bzw. in einer dieser Wellen explizit angegeben haben, dass sie ihre Neugründung aufgegeben haben. Grund hierfür ist, dass exakte Informationen über Aufgabezeitpunkt bzw. Überleben für die nachfolgenden Analysen zentral sind. Zweitens haben wir aus Vergleichbarkeitsgründen nur solche Neugründungen einbezogen, die erst nach der Messebefragung selbstständig geworden sind. Denn nur für diese Gruppe Neugründer stehen wichtige Informationen zum Gründungsvorhaben sowie zur tatsächlichen Realisierung dieser zur Verfügung und können ohne Recall-Bias analysiert werden. Drittens haben wir Gründungsinteressierte, die in Welle B oder C ein Unternehmen übernommen oder als Franchise Gründer gestartet sind, für unsere Untersuchung ausgeschlossen, weil diese Formen der Gründung sich von Neugründungen unterscheiden (Ullrich/Werner 2013). Schließlich haben wir nur solche Neugründungen betrachtet, bei denen der Gründer zum Zeitpunkt der Gründung im erwerbsfähigen Alter – also mindestens 18 Jahre bzw. höchstens 65 Jahre alt – war.

Tabelle 1: Übersicht Fallzahlen Welle D bis G

Welle	D	E	F	G
Neugründer	428	256	208	172
Aufgeber	38	9	12	7
Insgesamt	466	292	223	179

© IfM Bonn

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Unsere finale Stichprobe besteht aufgrund dieser Bereinigungen aus 238 neugegründeten Unternehmen, wovon 172 Neugründer mit ihrem Unternehmen vier Jahre am Markt geblieben sind, während die verbleibenden 66 Neugrün-



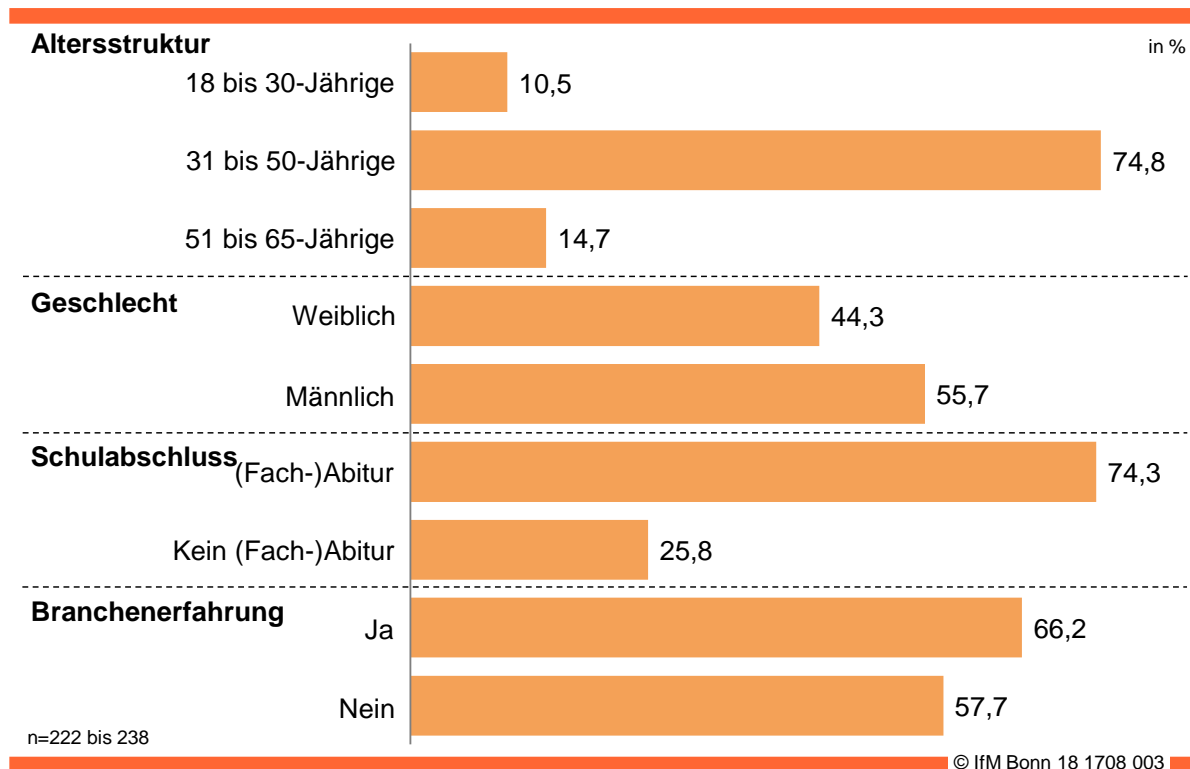
der innerhalb des Beobachtungszeitraumes ihrer Selbstständigkeit aufgeben haben (vgl. Tabelle 1).

Die von uns verwendete (Teil-)Stichprobe des Gründerpanels ist – wie auch alle Nachbefragungen im Rahmen des Gründerpanels (Kranzusch/Kay 2011) – aufgrund der üblichen Antwortverweigerer bei Panelbefragungen eventuell verzerrt und damit nicht repräsentativ.

### 3.2 Charakteristika der Gründer und ihrer Unternehmen: deskriptive Analyse

Bei den 238 Unternehmensgründern der nachfolgend analysierten Stichprobe des Gründerpanels des IfM Bonn handelt es sich zu 55,7 % um Männer und zu 44,3 % um Frauen (vgl. Abbildung 3). Im Hinblick auf die Altersstruktur ist mit einem Anteil von über 70 % die Mehrheit der Gründer dem mittleren Alterssegment zuzuordnen (31 bis 50 Jahre). Die verbleibenden Gründer verteilen sich fast gleichmäßig auf die Gruppe der Über-50- bzw. der Unter-30-Jährigen, wobei die erstgenannte Gruppe mit fast 15 % etwas größer ist.

Abbildung 3: Soziodemografische Merkmale der Gründer



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

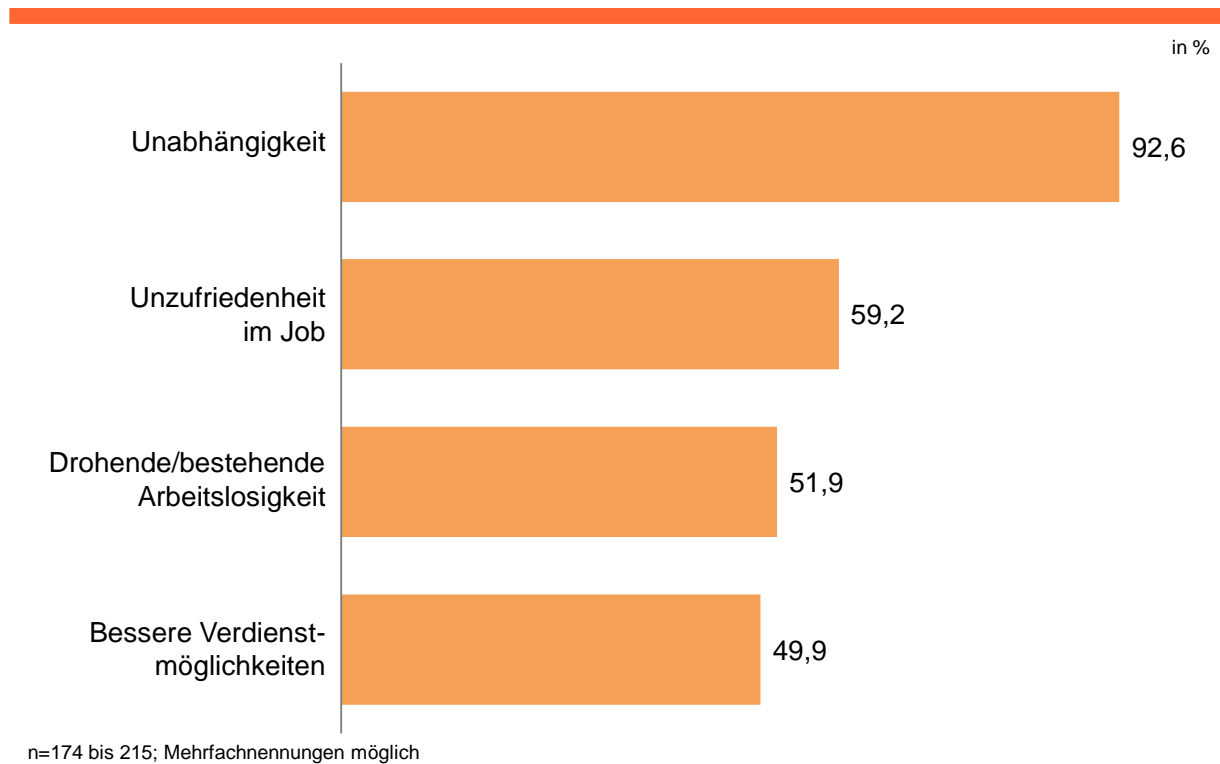
Für die Entwicklung und die Bestandsfestigkeit eines neugegründeten Unternehmens spielt das Humankapital der Gründer eine zentrale Rolle (Unger et

al. 2011; Bosma et al. 2004). In der betrachteten Stichprobe weisen rund drei Viertel der Gründer ein höheres Bildungsniveau in Form des (Fach-)Abiturs auf. Auch über Erfahrungen in/mit der Gründungsbranche – also branchenspezifisches Humankapital – verfügt mit zwei Drittel die Mehrheit der Gründer.

Ein Blick auf die vier am häufigsten genannten Motive für die Gründung zeigt insbesondere, dass das Streben nach Unabhängigkeit ein zentrales Motiv ist: Dieses Motiv gaben fast 93 % der befragten Gründer als (sehr) wichtig für ihr Interesse an einer unternehmerischen Tätigkeit an (vgl. Abbildung 4).

Mit deutlichem Abstand folgen die zweit- bis viertplatzierten Gründungsmotive: Gut sechs von zehn der Befragten gaben Unzufriedenheit mit dem aktuellen Job als wichtiges Motiv für ihre Gründung an. Rund jeden zweiten Gründer motivierten eine drohende oder bereits bestehende Arbeitslosigkeit bzw. die besseren Verdienstmöglichkeiten in der Selbstständigkeit zur Gründung.

Abbildung 4: Hauptmotive der Gründer – Top 4



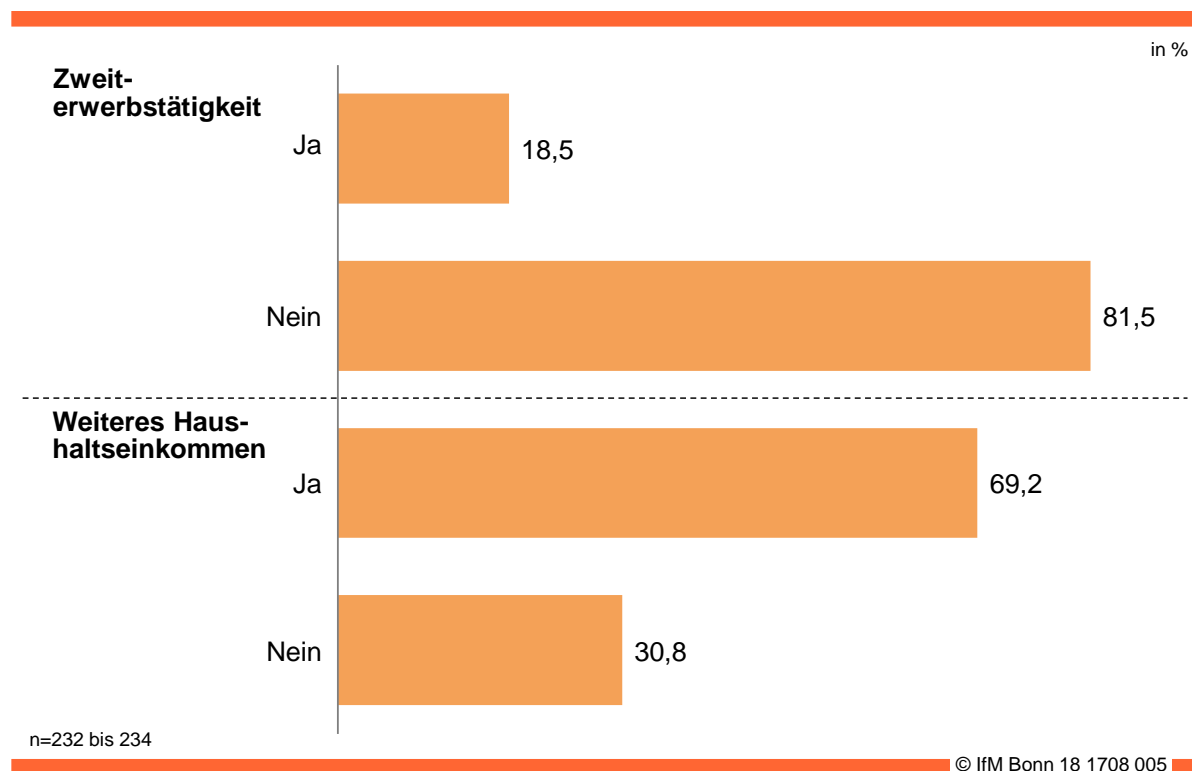
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Ein Blick auf die Erwerbs- und Haushaltssituation der Gründer zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung zeigt, dass insgesamt zwei von zehn Gründern im Jahr der Gründung neben der Selbstständigkeit noch einer zweiten Erwerbstätigkeit nachgingen – und damit zur Gruppe der sogenannten hybriden Gründer

gezählt werden kann. Somit verfügen diese über eine weitere Einnahmequelle, die neben den Erträgen aus der Selbstständigkeit zur Deckung des Lebensunterhalts beiträgt (vgl. Abbildung 5).

Bisherige Forschungen zur hybriden Selbstständigkeit zeigen, dass diese Form der Selbstständigkeit seltener in Vollzeit ausgeführt wird (Suprinovič et al. 2016). Unsere Analysen ergeben, dass die durchschnittliche Wochenarbeitszeit, die Gründer für ihre Selbstständigkeit im Jahr der Gründung aufwenden, bei 40 Wochenstunden liegt. Die Gruppe der hybriden Gründer unterscheidet sich dabei signifikant von der Gruppe der Gründer ohne Zweiterwerbstätigkeit. Erstere arbeiten im Durchschnitt 24 Stunden pro Woche, während von Letzteren im Durchschnitt 44 Wochenstunden angegeben worden sind.

Abbildung 5: Erwerbs- und Haushaltssituation der Gründer



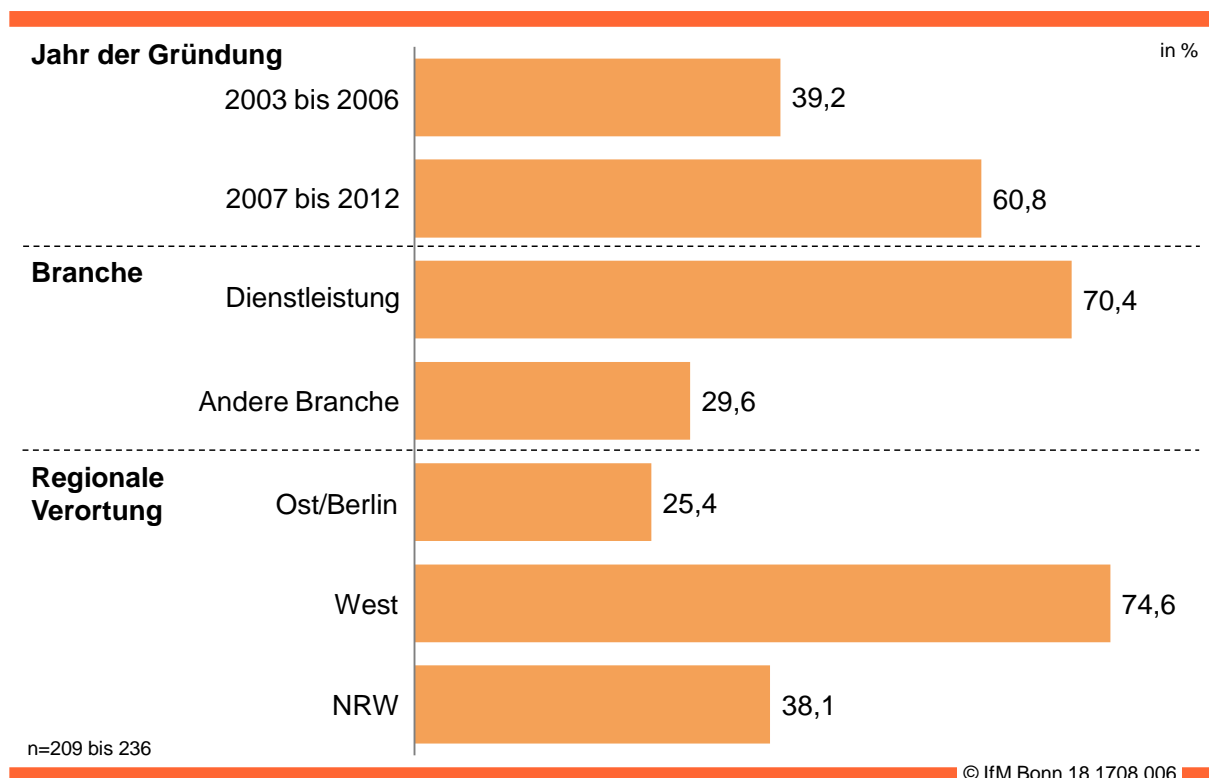
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Eine zusätzliche Absicherung für Gründer ist ein weiteres Haushaltseinkommen, z. B. des Partners – insbesondere in der Anfangsphase, in der die Umsätze i.d.R. noch sehr schwanken bzw. zunächst nicht vorhanden sind. In unserer Stichprobe trägt in gut sieben von zehn Fällen ein weiteres Haushaltsmitglied zur Deckung des Lebensunterhalts des Gründers bei. Darüber hinaus helfen ausreichende, finanzielle Mittel Unternehmen in der frühen Entwick-

lungsphase kurzfristige Misserfolge oder monetäre Engpässe besser zu überwinden. Das durchschnittliche Startkapital der von uns betrachteten Neugründungen betrug 20.524,52 Euro. Der entsprechende Median liegt dagegen bei 8.000 Euro und ist damit deutlich niedriger. Das lässt darauf schließen, dass das durchschnittliche Startkapital von einigen Ausreißern stark in die Höhe getrieben wird. Dementsprechend ist unsere Stichprobe von eher kleineren Gründungen mit geringem Startkapital dominiert.

Darüber hinaus zeigt sich, dass das Gros der von uns betrachteten Neugründungen im Dienstleistungsbereich vorgenommen worden sind. Dabei haben drei Viertel der Neugründer ihren Unternehmenssitz in einem der westlichen Bundesländer, wobei NRW mit einem Anteil von gut 38 % dominiert. Was den Gründungszeitpunkt betrifft, so erfolgten rund sechs von zehn der Neugründungen im Zeitraum 2007 bis 2012, während knapp 40 % im Zeitraum 2003 bis einschließlich 2006 entstanden sind (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Unternehmens- und umfeldbezogene Merkmale der neugegründeten Unternehmen



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

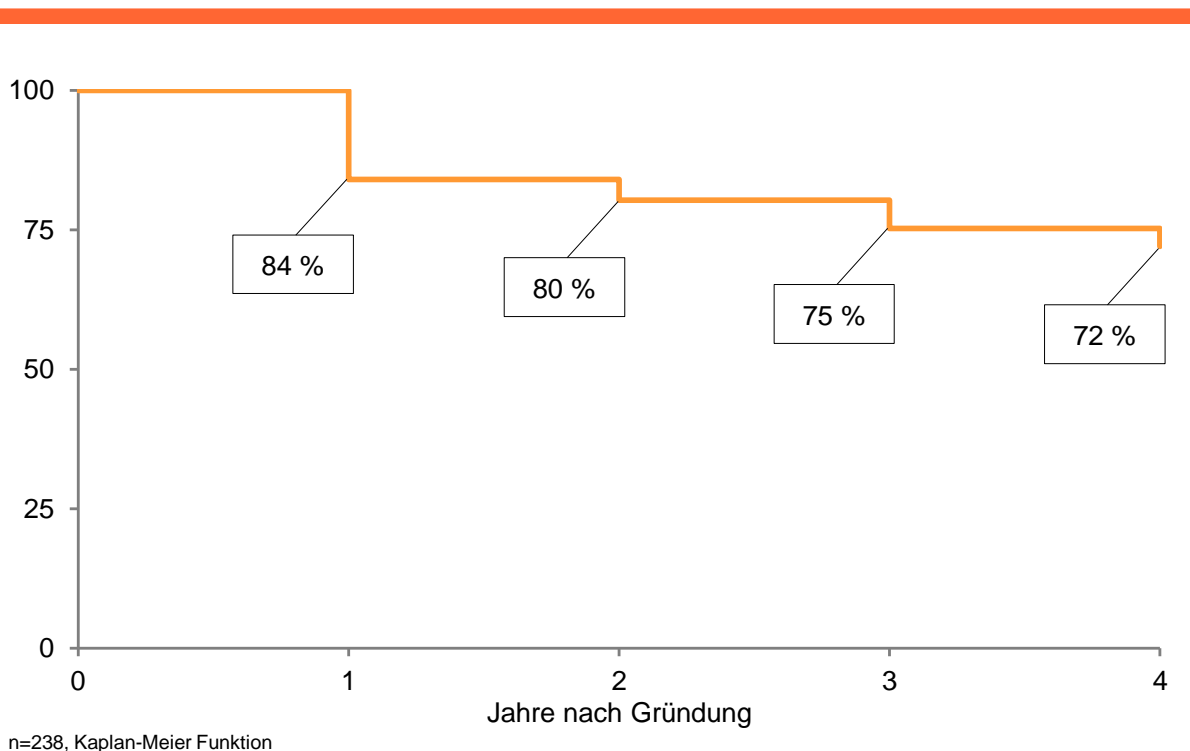
## 4 Entwicklung neugegründeter Unternehmen und ihr Erfolg

### 4.1 Überleben bzw. Aufgabe

Zentral für den Erfolg einer Neugründung ist das Überleben (vgl. Kapitel 2.1). Bisherige Forschungen für Deutschland gaben Sterblichkeitsraten von 40 % bis 50 % für die ersten fünf Jahre nach Gründung an. Selbige Studien zeigen auch, dass die meisten Aufgaben im ersten Jahr nach der Gründung erfolgen (Rink et al. 2013; Schneck/May-Strobl 2013; Fritsch et al. 2006).

Im Gründerpanel des IfM Bonn sind ein Jahr nach Gründungsvollzug von den ursprünglich 238 Neugründungen noch 84 % dieser Unternehmen am Markt tätig. Dies entspricht einer Aufgabequote von 16 % (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Jährliche Überlebensraten



© IfM Bonn 18 1708 007

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn

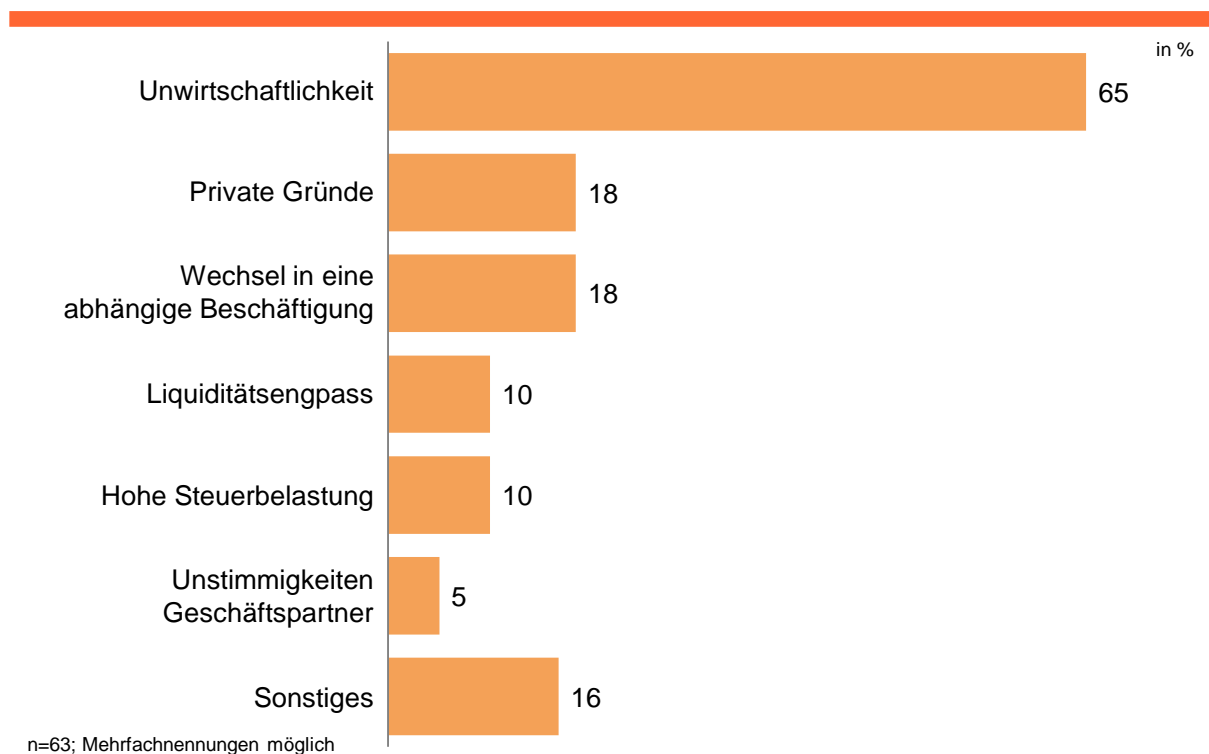
Die jährlichen Aufgabequoten in den Folgejahren schwanken dagegen zwischen 3 % und 5 % und sind damit im Vergleich zum ersten Jahr deutlich kleiner – damit kommen wir zu ganz ähnlichen Ergebnissen wie frühere Studien. So verringert sich der Anteil der Neugründungen, die im Jahr zwei nach Gründung noch am Markt existieren, auf 80 %, im dritten Jahr auf 75 % und im vierten Jahre schließlich auf 72 %. Insgesamt beenden damit folglich mehr als ein Viertel (28 %) aller Neugründungen unserer Stichprobe ihre Unternehmertätig-

keit innerhalb der ersten vier Jahre. Die tatsächliche Aufgabequote neugegründeter Unternehmen wird vermutlich höher liegen, weil nicht alle Gründer, die ihr Unternehmen aufgegeben haben, noch weiter an den Befragungen des Gründerpanels teilgenommen haben: Sei es deshalb, weil sie die Fragebögen nicht mehr erreichten (Unternehmenssitz wurde aufgegeben) oder sei es aus mangelndem Interesse.

Auch ohne genaue Kenntnis der tatsächlichen Aufgabequoten von Neugründungen ist grundsätzlich zu konstatieren, dass eine relativ hohe Sterblichkeitsrate unter Neugründungen nicht überraschend ist. Denn das Testen einer (neuen) Geschäftsidee ist immer auch mit der Gefahr des Scheiterns verbunden. Vor allem das erste Jahr nach der Gründung ist dabei stärker als die Folgejahre von einem starken Selektionsprozess geprägt, weil zunächst die Tragfähigkeit neugegründeter Unternehmen auf dem Prüfstand steht.

Im Gründerpanel wurden auch die Gründe für die Unternehmensaufgabe abgefragt. Der am häufigsten genannte Grund war dabei Unwirtschaftlichkeit der Gründung. Dieser führte in fast zwei Drittel der Fälle zur Aufgabe der Gründung (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Aufgabegründe



Im Vergleich dazu wurden tatsächliche Liquiditätsschwierigkeiten nur in jedem zehnten Fall als Aufgabegrund angegeben. Als zweithäufigste Ursache für die Aufgabe der Gründung wurden mit jeweils 18 % private Gründe sowie der Wechsel in eine abhängige Beschäftigung genannt.

Die Analyse der Aufgabegründe hat zwar erste Hinweise auf mögliche Einflussfaktoren geliefert. Erkenntnisse über personen-, unternehmens- bzw. umfeldbezogene Einflussfaktoren, die die Aufgabe einer Neugründung darüber hinaus befördern bzw. die Aufgabe hemmen und damit ein Überleben begünstigen, sind daraus allerdings nicht direkt ableitbar. Deshalb nutzen wir im Folgenden zusätzlich ein ökonometrisches Schätzmodell. Mit dessen Hilfe kann der Einfluss von Determinanten der in Kapitel 2.2 vorgestellten drei Einflussgruppen auf die Wahrscheinlichkeit des Marktaustritts neugegründeter Unternehmen analysiert werden. Der Vorteil von multivariaten Modellen liegt auf der simultanen Betrachtung verschiedener Einflussfaktoren. Konkret wird ein so genanntes "Überlebensmodell" geschätzt. Das Besondere an diesem Modell ist, dass es den Zeitverlauf abbildet und dabei berücksichtigt, in welchem Jahr nach Gründungsvollzug eine Neugründung aufgegeben worden ist. So prüft das Modell mit den ersten drei Variablen, wie sich die Aufgabewahrscheinlichkeit in den Jahren zwei, drei und vier nach Gründung im Vergleich zum ersten Jahr verändert. Das erste Jahr bildet damit die Referenzkategorie im Modell. Insgesamt umfasst das Überlebensmodell 438 Beobachtungen. Ursächlich hierfür ist die Berücksichtigung des Zeitverlaufs: Um diesen darstellen zu können, wird jedes Jahr (bis zur Aufgabe) einer Neugründung einzeln im Modell miteinbezogen. Deshalb übersteigt hier die Zahl der Beobachtungen unsere Fallzahl von 238.

Die Berücksichtigung des Zeitverlaufs ermöglicht es, auch zeitabhängige Einflussfaktoren in das Modell einzubeziehen: Dies betrifft die vom Gründer geleisteten Wochenstunden, die Existenz einer weiteren Erwerbstätigkeit sowie die Existenz eines weiteren Haushaltseinkommens (Einkommen des Partners, Kapitaleinkünfte etc.). Da sich diese Determinanten im Zeitverlauf verändern können, wird entsprechend für diese Variablen der Einfluss aus der jeweiligen vorherigen Periode überprüft. Die Angaben zu den übrigen, zeitunabhängigen Variablen, wie z. B. Alter des Gründers oder vorhandenes Startkapital, stammen dagegen vom Zeitpunkt der Gründung. Genauso wie der NUI-Indikator

des IfM Bonn<sup>4</sup>, den wir als umfeldbedingten Einflussfaktor zusätzlich noch ins Modell aufgenommen haben.

Um greifbarer bestimmen zu können, wie stark ein Einflussfaktor die Wahrscheinlichkeit des Marktaustritts innerhalb der ersten vier Jahre nach Gründung beeinflusst, sind in Tabelle 2 die marginalen Wahrscheinlichkeitsveränderungen ausgewiesen. Diese geben an, wie sich die Wahrscheinlichkeit eines Marktaustrittes *ceteris paribus* ändert, wenn sich die jeweilige unabhängige Variable um eine Einheit ändert.

Analog zu den Überlebensraten in Abbildung 7 zeigt auch das Überlebensmodell die Bedeutung des ersten Jahres für die Aufgabewahrscheinlichkeit von Neugründungen auf (vgl. Tabelle 2): Demnach ist ein signifikant negativer Einfluss der Jahre zwei bis vier im Vergleich zum Referenzjahr erkennbar. Insbesondere im Jahr vier nach der Gründung sinkt im Vergleich zum ersten Jahr im Durchschnitt die Wahrscheinlichkeit eines Marktaustritts um etwa 17 Prozentpunkte.

Von den zwölf im Modell berücksichtigten personen-, unternehmens- oder umfeldbezogenen Einflussfaktoren haben nur vier einen signifikanten Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit des Marktaustritts. Hinderlich für die Aufgabewahrscheinlichkeit – und damit begünstigend für das Überleben – wirken sich eine relevante Branchenerfahrungen des Gründers sowie das Startkapital aus: Im Durchschnitt sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass ein Gründer seine Unternehmung innerhalb der ersten vier Jahre nach Gründung aufgibt, *c. p.* um 5 Prozentpunkte, wenn ein Gründer über relevante Branchenerfahrung in der Branche der Unternehmensgründung verfügt. Auch das Startkapital hat einen signifikant negativen Effekt auf die Aufgabewahrscheinlichkeit. Ein höheres Startkapital senkt im Durchschnitt die Wahrscheinlichkeit des Marktaustritts in den ersten vier Jahren nach Gründung. Ausreichende, finanzielle Mittel scheinen folglich neugegründeten Unternehmen in der frühen Entwicklungsphase zu helfen, um kurzfristige Misserfolge oder monetäre Engpässe besser überwinden zu können. Daher können sie als eine Art Puffer in turbulenten Zeiten angesehen werden, der das Überleben in den ersten Jahren nach Gründung begünstigt.

---

<sup>4</sup> Der NUI-Indikator gibt an, wie viele Gewerbebetriebe pro 10.000 Einwohner im erwerbsfähigen Alter in einer Region im entsprechenden Jahr neu angemeldet wurden (IfM Bonn 2017). Dieser Indikator bildet damit die regionale Gründungsintensität ab.



Tabelle 2: Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit des Marktaustrittes neugegründeter Unternehmen

Abhängige Variable: Marktaustritt (ja/nein) Referenz: Marktaustritt Jahr 1 nach Gründung	Marginale Wahrscheinlichkeitsveränderung
Marktaustritt Jahr 2 nach Gründung	-0.070** (0.031)
Marktaustritt Jahr 3 nach Gründung	-0.058* (0.031)
Marktaustritt Jahr 4 nach Gründung	-0.169** (0.066)
<b>Soziodemografische Merkmale</b>	
Geschlecht: Weiblich	-0.040 (0.029)
Log(Alter) bei Messebesuch	-0.036 (0.091)
Abitur	-0.012 (0.029)
Relevante Branchenerfahrung	-0.050* (0.027)
Motiv: Arbeitslosigkeit	0.060* (0.031)
<b>Erwerbs- und Haushaltssituation</b>	
Wochenstunden	-0.000 (0.001)
Weitere Erwerbstätigkeit	0.056* (0.033)
Weiteres Haushaltseinkommen	0.040 (0.032)
<b>Unternehmensbezogene Merkmale</b>	
Log(Startkapital)	-0.007* (0.004)
Dienstleistungen	-0.037 (0.027)
<b>Umfeldbezogene Merkmale</b>	
NUI-Indikator	-0.007 (0.005)
Gründung 2006 und später	0.012 (0.028)
Beobachtungen	438
Pseudo R <sup>2</sup>	0,21

© IfM Bonn

Anmerkung: \*Signifikanzniveau 0,05; \*\*Signifikanzniveau 0,01; Robuste Standardfehler in Klammern.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn

Die beiden anderen zentralen Einflussfaktoren wirken sich dagegen hinderlich auf das Überleben aus: So haben Gründer, die parallel zur Selbstständigkeit

noch einer weiteren Erwerbstätigkeit<sup>5</sup> nachgehen (bspw. um auftretende Auftragsschwierigkeiten kurz nach Gründung besser abfedern zu können) im Durchschnitt eine signifikant höhere Wahrscheinlichkeit, dass sie innerhalb der ersten vier Jahre das Unternehmen wieder aufgeben. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass im Falle der hybriden Selbstständigkeit, in denen der Gründer neben der Selbstständigkeit auch noch einer abhängigen Beschäftigung nachgeht, die Wahrscheinlichkeit, komplett in die abhängige Beschäftigung zu wechseln naturgemäß höher ist als bei Gründern, die ausschließlich der Selbstständigkeit nachgehen und denen keine abhängige Beschäftigung als Alternative direkt zur Verfügung steht (Suprinovič et al. 2016).

Auch Gründer, die das Motiv der bestehenden oder drohenden Arbeitslosigkeit als (sehr) wichtig für ihre Gründung angaben, weisen unter sonst gleichen Bedingungen eine um 6 Prozentpunkte höhere Wahrscheinlichkeit des Marktaustrittes innerhalb der ersten vier Jahre auf. Mit einer drohenden oder bestehenden Arbeitslosigkeit geht i.d.R. ein höherer Anteil an Gründungen aus der Not hervor (Block/Wagner 2010). Furdas/Kohn (2011) und Caliendo/Kritikos (2010b) zeigten für diese Gründungen in ihren Analysen eine erhöhte Aufgabewahrscheinlichkeit, so dass von einem ähnlichen Effekt in unserer Stichprobe ausgegangen werden kann. Jedoch sollte berücksichtigt werden, dass eine Unternehmensaufgabe in diesem Kontext nicht zwingend negativ zu bewerten ist. Die Selbstständigkeit kann auch als eine Art Übergangszeit dienen bzw. geplant sein. In diesem Fall dient sie dazu, wieder in eine abhängige Beschäftigung zu kommen (Brenke 2013).

## 4.2 Deckung des Lebensunterhaltes

Die Höhe des Unternehmereinkommens ist eine der zentralen Kriterien dafür, ob ein Gründer seine unternehmerische Tätigkeit mittel- bis langfristig fortführt oder nicht (Sandner et al. 2008). Entsprechend eignet es sich gut, um den Erfolg eines neugegründeten Unternehmens zu beurteilen und trägt zugleich den individuellen Gegebenheiten des jeweiligen Gründers Rechnung (Sandner et al. 2008; Schmidt 2002). Dies gilt analog für die subjektive Einschätzung, ob ein Gründer seinen Lebensunterhalt aus der unternehmerischen Tätigkeit bestreiten kann. Von besonderem Interesse ist dabei vor allem, wann Neugründer den Punkt erreichen und von ihrem Unternehmergehalt leben können. Die

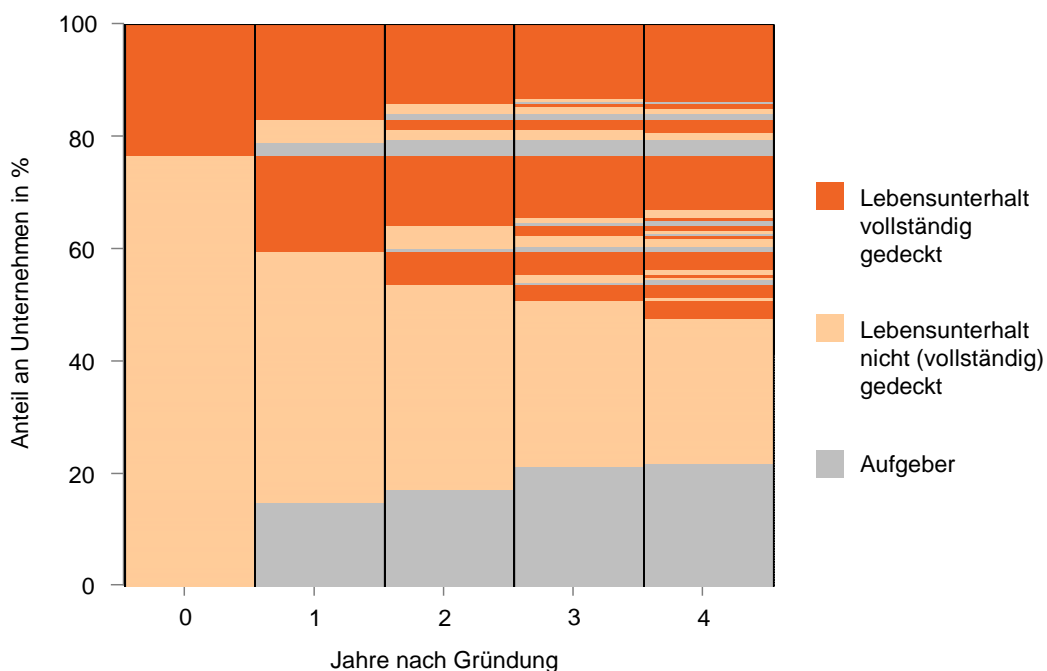
---

5 Eine Verzerrung der Ergebnisse aufgrund einer erhöhten Korrelation zwischen Wochenarbeitsstunden und einer zweiten Erwerbstätigkeit ist zu vermuten, weshalb zwei weitere Modellspezifikationen geschätzt worden sind (vgl. Tabelle A1 im Anhang). Allerdings zeigt sich dort kein großer Unterschied zwischen den Modellen – weder im Hinblick auf die Ausprägungen noch im Hinblick auf die Signifikanzen.

Frage danach wurde den Gründern des Gründerpanels in jeder Erhebungswelle nach Vollzug ihrer Gründung gestellt, so dass uns Antworten auf diese Frage für nahezu jede Neugründung für insgesamt fünf Zeitpunkte vorliegen.

Eine Sequenzanalyse ermöglicht es, diese Vielzahl an Informationen leserfreundlich aufzubereiten und die Antworten jedes Gründers (Zeile) für jeden der Zeitpunkte (Spalte) grafisch darzustellen.<sup>6</sup> Der Grad der Deckung des Lebensunterhaltes wird mit Hilfe der Farben wiedergegeben (vgl. Abbildung 9): Konnten Gründer ihren Lebensunterhalt vollständig aus ihrem Unternehmergehalt decken, sind die Felder dunkel eingefärbt. War dagegen eine Deckung des Lebensunterhaltes in einem Jahr nicht (vollständig) möglich, ist das entsprechende Feld hell. Die grauen Felder stehen für jene Neugründungen, die im Beobachtungszeitraum ihre Gründung aufgegeben haben.

Abbildung 9: Deckung des Lebensunterhaltes



n=218

© IfM Bonn 18 1708 009

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Mit Blick auf die Abbildung 9 wird deutlich, dass sich der Anteil der Gründer, die von ihrer Unternehmung leben können, im Zeitverlauf erwartungsgemäß

<sup>6</sup> Eine Voraussetzung der Sequenzanalyse ist, dass Antworten von jedem Gründer zu jedem der in die Analyse einbezogenen Zeitpunkte vorliegen müssen. Daher mussten wir 20 Fälle ausschließen, in denen der Gründer diese Frage in einer der von uns analysierten Wellen einmal nicht beantwortet hatte.

erhöht: Während im Gründungsjahr (Jahr 0) lediglich knapp ein Viertel der befragten Neugründer ihren Lebensunterhalt komplett aus der Selbstständigkeit decken können, sind es nach vier Jahren fast die Hälfte aller von uns analysierten Gründer. Bei dieser Entwicklung ist auffällig, dass die erstmalige Deckung des Lebensunterhaltes in der Mehrzahl der Fälle einen Wendepunkt für den Gründer darstellt: Gelingt es den Gründern erst einmal, den Lebensunterhalt vollständig durch das Unternehmergehalt zu bestreiten, setzt sich dieser "Erfolg" in der Regel auch in den darauf folgenden Jahren fort.

Anders scheint es sich im Falle der Nichtdeckung bzw. nicht vollständigen Deckung des Lebensunterhaltes zu verhalten: Während allgemein zu erwarten wäre, dass Neugründer nach mehreren Jahren ohne auskömmliches Unternehmergehalt aus dem Markt austreten würden (Brüderl et al. 2009), trifft dies interessanterweise nur auf etwa jeden fünften der Neugründer zu. Rund ein Viertel der von uns untersuchten Gründer verbleibt trotz nicht-auskömmlichen Einkommens auch vier Jahre nach der Gründung am Markt.

Eine nähere Analyse der Neugründungen, die zu einem Zeitpunkt innerhalb der ersten vier Jahre ein auskömmliches Unternehmergehalt erwirtschafteten, und jenen, denen dies nicht gelang, offenbart eine Reihe signifikanter Unterschiede.<sup>7</sup> Insbesondere im Hinblick auf die Einkommens- und Haushaltssituation zeigt der Vergleich, dass Gründer, die ihren Lebensunterhalt mit ihrer Selbstständigkeit zu keinem Zeitpunkt decken können, signifikant häufiger über eine zweite Erwerbstätigkeit verfügen als solche mit auskömmlichen Unternehmergehalt (7,4 % vs. 33,9 %). Auch ist die durchschnittliche Wochenarbeitszeit Ersterer mit 32,2 Stunden signifikant geringer als die Letzterer mit 45,2 Stunden (vgl. Tabelle 3).

Es kann daher vermutet werden, dass für einen Teil der Gründer, die ihren Lebensunterhalt nicht aus der Selbstständigkeit bestreiten können, die Selbstständigkeit per se nicht als alleinige Quelle zur Deckung des Lebensunterhaltes gedacht ist. Dafür spricht auch, dass Gründer ohne auskömmliches Unternehmergehalt signifikant häufiger über ein weiteres Haushaltseinkommen verfügen als Gründer, die von ihrer Selbstständigkeit leben können.

---

<sup>7</sup> Eine multivariate Analyse der Einflussfaktoren war aufgrund der Fallzahlen nicht möglich.

Tabelle 3: Unternehmereinkommen deckt Lebensunterhalt

	Unternehmereinkommen deckt Lebensunterhalt	Unternehmereinkommen deckt Lebensunterhalt <i>nicht</i>
Personenbezogene Merkmale		
Geschlecht: Weiblich	46,4	52,5
Ø-liches Alter (in Jahren)	<b>40,4</b>	<b>43,1</b>
Abitur	75,0	81,7
Motiv: Arbeitslosigkeit	50,9	42,5
Branchenerfahrung	68,2	61,0
Erwerbs- und Einkommenssituation		
Weitere Erwerbstätigkeit	<b>7,4</b>	<b>33,9</b>
Arbeitsstunden pro Woche	<b>45,2</b>	<b>32,2</b>
Weiteres Haushaltseinkommen	<b>62,9</b>	<b>78,3</b>
Unternehmensbezogene Merkmale		
Startkapital	21.621,35 €	27.767,92 €
Dienstleistungsbranche	<b>67,0</b>	<b>83,1</b>
Umfeldbezogene Merkmale		
NUI-Indikator	177,3	173,6
Gründung nach 2006	68,5	67,3

n=137 bis 159

© IfM Bonn

Anmerkung: Fett gedruckte Anteile, beziehungsweise Beträge sind mindestens auf einem Signifikanzniveau von 10 % verschieden für beide Gruppen.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Darüber hinaus stellen wir einen Brancheneffekt fest: Gründer, deren Unternehmertätigkeit in keinem Jahr auskömmlich war, sind signifikant häufiger im Dienstleistungsbereich zu finden als solche Gründer, die ihren Lebensunterhalt in mindestens einem Jahr decken konnten. Möglicherweise trägt das in dieser Branche vorzufindende geringe Ausmaß an Vorprodukten und damit die vergleichsweise geringen Fixkosten dazu bei, dass auch Gründungen, die keine ausreichenden Erträge abwerfen, am Markt verbleiben. Schließlich sind auch Gründer, die kein auskömmliches Unternehmergehalt erwirtschaften, signifikant älter als solche, denen dies gelingt.

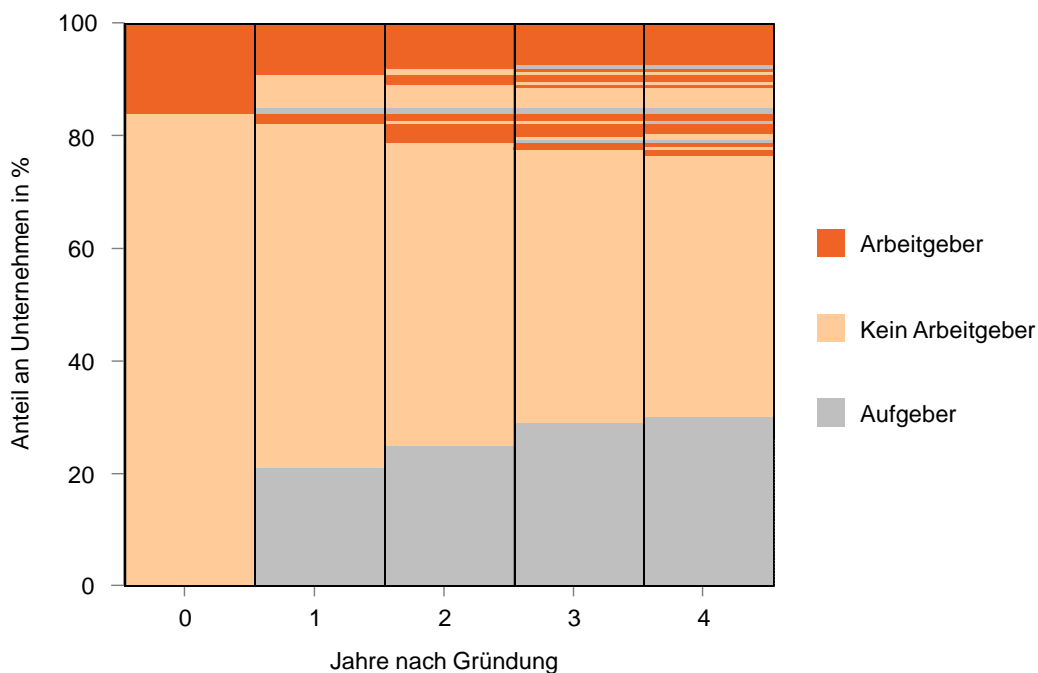
### 4.3 Schaffung von Arbeitsplätzen

Neugegründete Unternehmen, die schnell wachsen, stehen aufgrund der ihnen zugesprochenen hohen Beschäftigungseffekte seit jeher im Zentrum des wirtschaftspolitischen Interesses (Schmidt 2002). Allerdings zeigen Forschungen für Deutschland – wie auch für andere Länder –, dass der größte Teil des

positiven Beschäftigungseffekts auf einige wenige Unternehmen entfällt (Fritsch 2016). Die Mehrheit der Neugründungen bleibt nicht nur eher klein, sondern tritt überhaupt nicht als Arbeitgeber in Erscheinung: So starten circa 80 % der Neugründer in Deutschland ohne Mitarbeiter (Metzger 2017).

Auch die Frage nach der Beschäftigung von Mitarbeitern (und damit die Frage nach einer Betätigung als Arbeitgeber) wurde den Gründern des Gründerpanels ab dem Zeitpunkt der Gründung in jeder Nachbefragungswelle gestellt. Eine Auswertung dieser Informationen mittels Sequenzanalyse ermöglicht auch hier eine grafische Aufbereitung zur visuellen Veranschaulichung der verschiedenen Entwicklungsverläufe (vgl. Abbildung 10): Dunkel sind jene Felder markiert, in denen Gründer als Arbeitgeber tätig wurden. Wurden hingegen keine Mitarbeiter in einem der Jahre beschäftigt, wird dies durch eine helle Färbung deutlich. Die Aufgeber sind schließlich – wie bereits in Abbildung 9 – grau eingefärbt.

Abbildung 10: Beschäftigung von Mitarbeitern



n=173

© IfM Bonn 18 1708 010

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Unsere Auswertung bestätigt, dass Neugründer nur selten als Arbeitgeber in Erscheinung treten: Mit 84 % startet das Gros der Neugründungen ihre Unternehmenstätigkeit ohne Beschäftigte und auch vier Jahre später haben noch rund 70 % keine Mitarbeiter eingestellt. Umgekehrt zeigt sich allerdings auch – wenn auch nicht so deutlich – dass gut jede sechste Neugründung direkt im

Gründungsjahr mit Beschäftigten startet. Allerdings kann nur knapp die Hälfte dieser Gründer ihren Status als Arbeitgeber dann auch im gesamten Beobachtungszeitraum aufrecht halten, während die andere Hälfte diesen Status zumindest zeitweise verliert. Im Gegenzug werden nur wenige Unternehmer, die zum Gründungszeitpunkt keine Mitarbeiter beschäftigt haben, im weiteren Verlauf zu Arbeitgebern.

Die Sequenzanalyse der Beschäftigtenentwicklung liefert noch einen weiteren Anhaltspunkt zur Entwicklung neugegründeter Unternehmen: Gründungen mit Beschäftigten weisen eine höhere Bestandsfestigkeit auf als solche ohne Beschäftigte. Alle Unternehmensaufgaben stammen aus der Gruppe der Soloselbstständigen. Dies deutet daraufhin, dass die Einstellung von mindestens einem Mitarbeiter als eine Art Meilenstein in der Entwicklung eines jungen Unternehmens gesehen werden kann.

Ein Vergleich von Gründern mit und ohne Beschäftigte hinsichtlich der personen-, unternehmens- und umfeldbezogenen Einflussfaktoren soll Aufschluss über systematische Unterschiede zwischen Gründern mit Mitarbeitern und Soloselbstständigen geben. Tatsächlich zeigen sich, wenn auch nur wenige, signifikante Unterschiede zwischen beiden Typen von Gründungen (vgl. Tabelle 4): So gehören von Frauen gegründete Unternehmen signifikant häufiger zur Gruppe der Soloselbstständigen als zur Gruppe der Gründer mit Mitarbeitern.

Die Gegenüberstellung der beiden Gründertypen zeigt zudem, dass Gründer, die als Arbeitgeber in Erscheinung treten, eine signifikant höhere Anzahl an Arbeitsstunden pro Woche leisten als solche ohne Beschäftigte. Diese liegen mit durchschnittlich fast 50 Arbeitsstunden pro Woche auch über dem Niveau der üblichen Arbeitszeit einer abhängigen Beschäftigung in Vollzeit. Auch sind Gründer ohne Beschäftigte signifikant häufiger im Dienstleistungsbereich tätig als Gründer mit Beschäftigten. Ein Erklärungsansatz hierfür ist sicherlich, dass gerade in dieser Branche die effiziente Mindestgröße eines Unternehmens i.d.R. gering und daher Wachstum für ein Überleben am Markt nicht notwendig ist.

Tabelle 4: Beschäftigung von Mitarbeitern

	Arbeitgeber	Kein Arbeitgeber
Personenbezogene Merkmale		
Geschlecht: Weiblich	<b>32,3</b>	<b>47,1</b>
Ø-liches Alter (in Jahren)	40,7	41,7
Abitur	66,7	79,8
Motiv: Arbeitslosigkeit	42,3	49,4
Branchenerfahrung	70,4	65,4
Erwerbs- und Einkommenssituation		
Weitere Erwerbstätigkeit	10,3	19,0
Arbeitsstunden pro Woche	<b>49,3</b>	<b>37,5</b>
Weiteres Haushaltseinkommen	70,0	70,1
Unternehmensbezogene Merkmale		
Startkapital	31.306,45 €	19.819,44 €
Dienstleistungsbranche	<b>60,0</b>	<b>77,6</b>
Umfeldbezogene Merkmale		
NUI-Indikator	174,2	176,9
Gründung nach 2006	<b>44,0</b>	<b>82,3</b>

n=103 bis 117

© IfM Bonn

Anmerkung: Fett gedruckte Anteile, beziehungsweise Beträge sind mindestens auf einem Signifikanzniveau von 10% verschieden für beide Gruppen.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Schließlich zeigt sich ein Einfluss des Gründungsjahrs: Erfolgte die Neugründung nach 2006 beschäftigen die Gründer deutlich seltener Mitarbeiter als Unternehmen, die zwischen 2003 und vor 2006 gegründet wurden. Über die genaue Ursache dieses Befundes kann nur spekuliert werden: Möglicherweise sind hier die Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise der Jahre 2007 bis 2009 und die anschließende Staatsschuldenkrise in Europa spürbar. In deren Folge war die Auftragslage der meisten Neugründungen volatiler als in Zeiten konjunkturellen Aufschwungs. Dies könnte sich unter Umständen negativ auf die Bereitschaft der Gründer, Mitarbeiter zu beschäftigen, ausgewirkt haben. In diesem Zusammenhang ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass bereits seit längerer Zeit eine generelle Tendenz zur Soloselbstständigkeit zu beobachten ist (Welter 2006), die ebenfalls dieses Ergebnis erklären kann.



#### 4.4 Verschiedene Typen von Neugründungen und deren Erfolg im Jahr vier nach der Gründung

Die vorangegangenen Kapitel haben gezeigt, dass die Beschäftigung von Mitarbeitern wie auch das Bestreiten des Lebensunterhaltes Meilensteine für den Fortbestand einer Neugründung darstellen. Die Frage, wie viele der von uns analysierten Neugründungen diese Meilensteine vier Jahre nach der Gründung tatsächlich erreicht haben, konnten wir bis dato noch nicht beantworten. Der Klärung dieser Frage wollen wir nun nachgehen.

Von den Neugründungen, die vier Jahre nach der Gründung noch am Markt sind, kann etwa die Hälfte von ihrem Unternehmergehalt ihren Lebensunterhalt vollständig decken, als Arbeitgeber sind dagegen nur 18 % aktiv. Da anzunehmen ist, dass Gründer i.d.R. nur als Arbeitgeber tätig werden, wenn der eigene Lebensunterhalt durch die Gründung gedeckt werden kann, werden die beiden Meilensteine in einer Tabelle einander gegenübergestellt (vgl. Tabelle 5). Unsere Vermutung bestätigt sich: Denn tatsächlich kann das Gros derjenigen, die als Arbeitgeber auftreten, auch ihren Lebensunterhalt decken, allerdings ist ihr Anteil mit 16 % eher gering.

Tabelle 5: Entwicklungstypen von Neugründungen im Jahr vier nach Gründung

		Lebensunterhalt gedeckt	
		Nein	Ja
Arbeitgeber	Nein	45,0 %	36,7 %
	Ja	2,3 %	16,0 %

n=169 © IfM Bonn

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

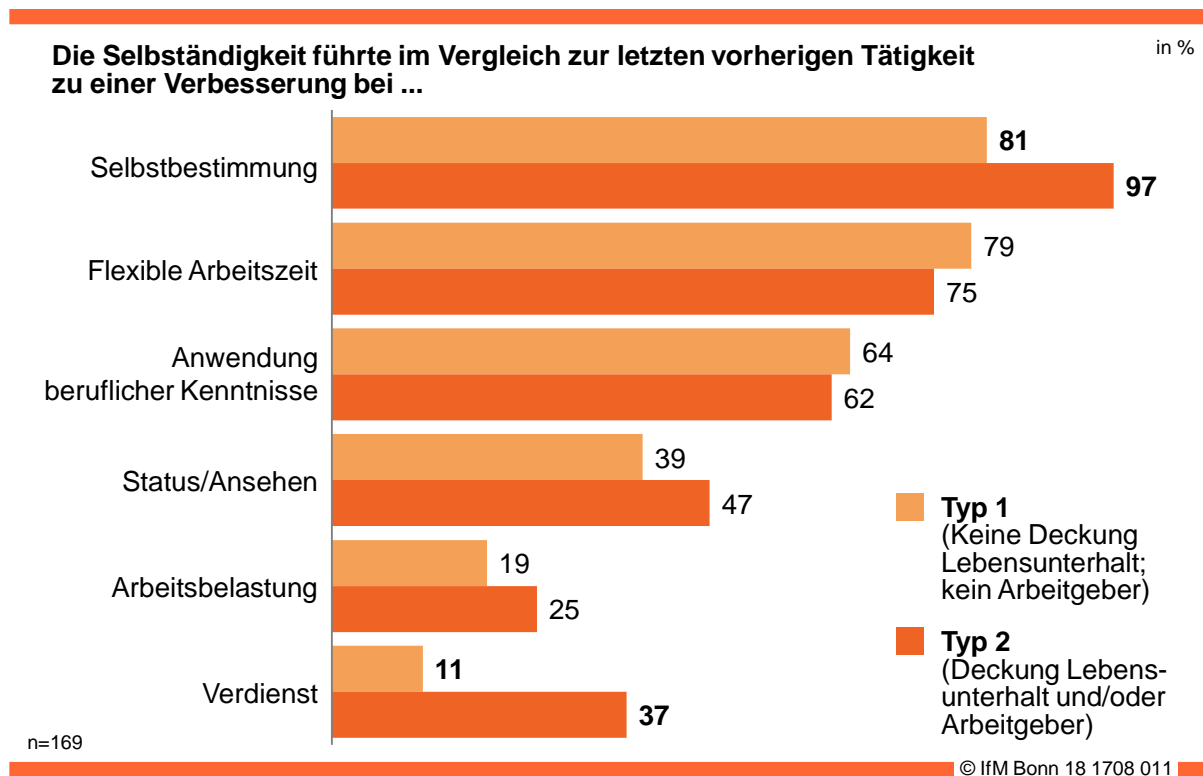
Die größte Gruppe – mit einem Anteil von 45 % – stellen dagegen solche Neugründungen dar, die weder als Arbeitgeber in Erscheinung treten noch ihren Lebensunterhalt aus ihrem Unternehmergehalt bestreiten können. Diese Neugründer konnten somit bislang keinen der Meilensteine erreichen. Die zweitgrößte Gruppe bilden mit fast 37 % solche Gründungen, die einen Meilenstein genommen haben: nämlich ihren Lebensunterhalt selbst mit der Unternehmertätigkeit bestreiten zu können. Die kleinste Gruppe mit knapp 2 % stellen solche Gründungen dar, die zwar Mitarbeiter beschäftigen, jedoch den eigenen Lebensunterhalt noch nicht mit ihrer Gründung bestreiten können.

Dass im Jahr vier nach Gründung noch immer solche Gründungen dominieren, die in keinem von uns untersuchten Kriterium Erfolg hatten, ist überraschend. Daher schauen wir uns diese Gruppe von Gründern nochmal genauer an, indem wir diese hinsichtlich der personen-, unternehmens- und umfeldbezogenen Einflussfaktoren mit den anderen Gründern vergleichen, die mindestens einen der Meilensteine erreicht haben. Dieser Vergleich liefert nahezu identische Ergebnisse, wie der Vergleich in Kapitel 4.2 zur Deckung des Lebensunterhalts. Soll heißen: Signifikante Unterschiede ergeben sich zwischen den beiden Gruppen vor allem in der Haushalts- und Einkommenssituation. Diese belegen, dass die unternehmerische Tätigkeit der Gründer, die weder als Arbeitgeber auftreten noch ihren Lebensunterhalt aus der Selbstständigkeit decken können, möglicherweise nicht als Haupterwerb dient bzw. ein weiteres Haushaltseinkommen zur Absicherung des Lebensunterhaltes existiert.

In Anbetracht dieser Situation schauen wir uns an, wie die Gründer ihre Selbstständigkeit im Vergleich zur vorherigen Tätigkeit bewerten – eine entsprechende Frage wurden den Gründern im Jahr vier nach Gründung im Gründerpanel gestellt. In Abbildung 11 ist für beide Gründertypen dargestellt, was sich im Vergleich zur vorherigen Tätigkeit verbessert hat. Unabhängig vom Gründertyp zeigt sich zunächst, dass das Gros aller Gründer sich in ihrer Selbstständigkeit im Vergleich zur vorherigen Tätigkeit viel selbstbestimmter fühlen. Dass es dennoch einen signifikanten Unterschied zwischen Gründern, die keine der Meilensteine erreicht haben, und den anderen Gründern gibt, mag darin begründet liegen, dass für das Ausmaß der Selbstbestimmung auch die verfügbaren finanziellen Mittel nicht ganz unerheblich sind. Und genau an dieser Verfügbarkeit mangelt es bei Ersteren – was auch die Beantwortung der Frage zum Verdienst verdeutlicht.

In zwei der abgefragten Punkte sehen jedoch mehr Gründer, die weder Arbeitgeber sind noch ihren Lebensunterhalt decken können, Verbesserungen gegenüber ihrem vorherigen Job verglichen mit der anderen Gruppe von Gründern: im Hinblick auf die Flexibilität ihrer Arbeitszeiten und im Hinblick auf die Anwendung ihrer beruflichen Kenntnisse. Möglicherweise sind es genau diese Faktoren gemeinsam mit dem hohen Grad der Selbstbestimmung, die die Gründer, die weder Mitarbeiter beschäftigten noch ihren Lebensunterhalt vollständig decken können, in einer nach objektiven Kriterien nicht erfolgreichen Gründung verbleiben lassen.

Abbildung 11: Beurteilung der Selbstständigkeit im Vergleich zur letzten vorherigen Tätigkeit

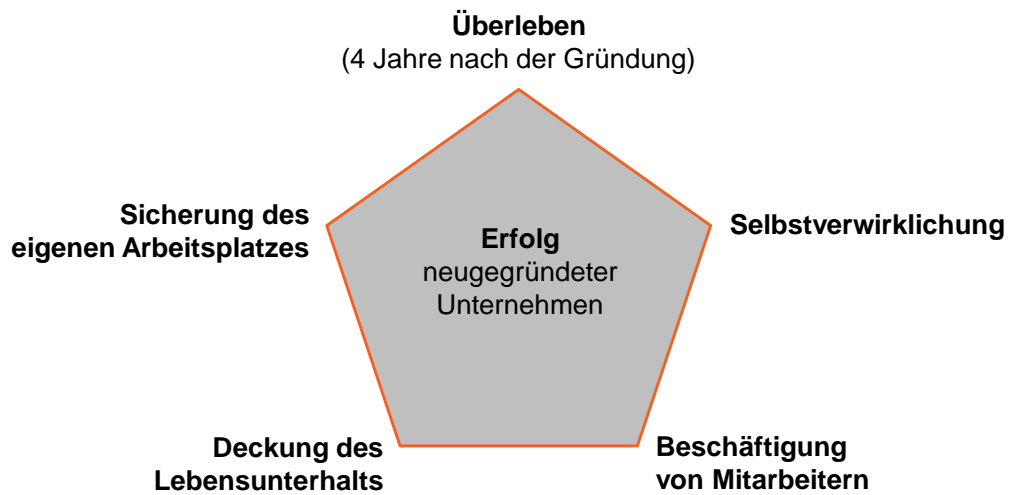


Anmerkung: Fett gedruckte Anteile, beziehungsweise Beträge sind mindestens auf einem Signifikanzniveau von 10 % verschieden für beide Gruppen.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.

Folglich sollten im Rahmen der Betrachtung des Erfolgs neugegründeter Unternehmen neben objektiven Kriterien wie Überleben am Markt, Deckung des eigenen Lebensunterhaltes und die Beschäftigung von Mitarbeitern auch die Sicherung des eigenen Arbeitsplatzes und subjektive Erfolgsindikatoren, wie Selbstverwirklichung in Form von Flexibilität der Arbeitszeit, der Anwendung beruflicher Kenntnisse und Selbstbestimmung, als weitere subjektive Erfolgsdimensionen verwendet werden (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Erweiterung der Erfolgsdimensionen von Neugründungen



## 5 Fazit und Handlungsempfehlungen

Die vorliegende Studie zeigt, dass die von der Wirtschaftspolitik gewünschten Neugründungen, die schnell wachsen und Mitarbeiter beschäftigen, in der wirtschaftlichen Realität eher selten anzutreffen sind. Das Gros der von uns analysierten Neugründungen hat auch vier Jahre nach der Gründung keine Mitarbeiter. Zwar können diesen Neugründern Wachstumsambitionen per se nicht abgesprochen werden, allerdings ist zu vermuten, dass viele dieser Gründer Wachstum nicht in den Fokus ihrer Neugründung stellen und Aufträge nur im Rahmen der persönlichen Kapazitäten annehmen (Wolter et al. 2015).

Auch ein auskömmliches Unternehmergehalt, das eine Deckung des Lebensunterhaltes ermöglicht, realisiert nach vier Jahren nur knapp die Hälfte der Neugründer. Dieser Befund ist auf den ersten Blick überraschend, wäre doch anzunehmen, dass ohne auskömmliches Gehalt zumindest mittel- bis langfristig ein Marktaustritt die Folge wäre. Für diesen Verbleib am Markt sind sehr unterschiedliche Phänomene verantwortlich: Im Falle von Gründern mit einer zweiten Erwerbstätigkeit ist genau diese hybride Form der Selbstständigkeit Erklärung für unseren Befund: denn in diesen Fällen ist die unternehmerische Tätigkeit nicht primär zur Deckung des Lebensunterhaltes gedacht bzw. nicht ausreichend. Dafür spricht auch die signifikant geringere Wochenarbeitszeit. In einigen anderen Fällen ist sicherlich auch zu vermuten, dass die Markterschließung noch nicht abgeschlossen ist. In den Fällen, in denen ein weiteres Haushaltseinkommen zur Verfügung steht, ist anzunehmen, dass nicht ausschließlich ökonomische Ziele mit der Neugründung verfolgt werden. Vielmehr scheinen andere Faktoren wie Flexibilität der Arbeitszeit und Selbstbestimmung der Grund für das Festhalten an einer nach ökonomischen Kriterien nicht-erfolgreichen Gründung zu sein. Die Bewertung des Erfolges von neugegründeten Unternehmen sollte daher in künftigen Forschungsarbeiten weiter gefasst werden, indem neben ökonomischen Kriterien auch die persönliche Zufriedenheit des Gründers und dessen Zielsetzungen betrachtet werden. Denn je stärker der persönliche Einfluss des Eigentümers ist, was insbesondere auf kleine Unternehmen zutrifft, desto stärker steht der Erfolg in einem direkten Zusammenhang mit der Gründerperson selbst und deren Verständnis von Erfolg (Brüderl et al. 2009).

Vier Jahre nach der Gründung sind insgesamt knapp drei Viertel der von uns ursprünglich untersuchten Neugründungen noch am Markt tätig, das verbleibende Viertel der Neugründungen wurde im Beobachtungszeitraum aufgege-

ben. Die Aufgabe der Gründung erfolgte dabei signifikant häufiger innerhalb des ersten Jahres als in den Jahren zwei, drei oder vier nach Gründung. Folglich kann das erste Jahr als kritische Phase für die frühe Entwicklung einer Neugründung angesehen werden, in welcher die Marktfähigkeit des Unternehmens wie auch die Fähigkeit des Gründers als Unternehmer auf dem Prüfstand stehen. Unsere Ergebnisse deuten darauf hin, dass Gründer durchaus in der Lage sind, schnell zu erkennen, ob ihr Gründungsvorhaben erfolgreich am Markt bestehen kann oder nicht. Am Markt findet augenscheinlich ein funktionierender Selektionsprozess statt, der dazu führt, dass – nach ökonomischen Maßgaben – ausschließlich nicht erfolgreiche Neugründungen aufgegeben werden und aus dem Markt ausscheiden.

Die hier gefundenen Typen von Neugründungen mit ihren so unterschiedlichen Entwicklungsverläufen in den ersten vier Jahren verdeutlichen die Heterogenität der Gründungslandschaft in Deutschland. Eine gezielte und für unterschiedliche Teilgruppen ausdifferenzierte Ansprache durch die Wirtschaftspolitik ist gleichwohl schwierig, weil die Identifikation dieser Unternehmen ex ante schwer möglich – wenn nicht sogar unmöglich – ist (Bridge 2010). Unsere Befunde machen aber auch deutlich, dass eine Fokussierung der Wirtschaftspolitik auf Ziele, wie die Erhöhung der Zahl der Selbstständigen und die Schaffung von Arbeitsplätzen, zu eng gefasst ist. Vielmehr sollten bei der Bewertung des Gründungsgeschehens vermehrt auch Aspekte, wie die subjektive Zufriedenheit der Gründer sowie deren soziale Teilhabe, Beachtung finden (Kranzusch et al. 2017). Denn auch Neugründungen ohne ausgeprägte Wachstums- und Beschäftigungseffekte haben positive Effekte für die Volkswirtschaft. Aus diesem Grund sollte sich der Fokus der Wirtschafts- wie auch Mittelstandspolitik weiterhin auf die Schaffung von günstigen Rahmenbedingungen für Unternehmen im Allgemeinen und Gründer im Besonderen richten. Im Zuge der digitalen Transformation, die in den letzten Jahren auch mehr und mehr die Grundlage für die Gründung neuer Unternehmen war, sind hier insbesondere gute Standortbedingungen, entsprechend ausgebildete Fachkräfte und speziell der Aufbau einer guten digitalen Infrastruktur – auch jenseits der Ballungsgebiete zu nennen (Brink et al. 2018).

## Literaturverzeichnis

Aldrich, H.; Auster, E. R. (1986): Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications, *Research in organizational behavior*, 8, S. 165-198.

Audretsch, D. B.; Mahmood, T. (1995): New firm survival: new results using a hazard function, *The Review of Economics and Statistics*, 77 (1), S. 97-103.

Audretsch, D. B.; Houweling, P.; Thurik, A. R. (2000): Firm survival in the Netherlands, *Review of industrial organization*, 16 (1), S. 1-11.

Backes-Gellner, U.; Werner, A. (2007): Entrepreneurial signaling via education: A success factor in innovative start-ups, *Small Business Economics*, 29 (1-2), S. 173-190.

Block, J. H.; Wagner, M. (2010): Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials, *Schmalenbach Business Review*, 62 (2), S. 154-174.

Bosma, N.; Van Praag, M.; Thurik, R.; De Wit, G. (2004): The value of human and social capital investments for the business performance of startups, *Small Business Economics*, 23 (3), S. 227-236.

Brenke, K. (2013): Allein tätige Selbständige: starkes Beschäftigungswachstum, oft nur geringe Einkommen, *DIW-Wochenbericht*, 80 (7), S. 3-15.

Bridge, S. (2010): Rethinking enterprise policy. Can failure trigger new understanding?

Brink, S.; Nielen, S.; May-Strobl, E. (2018): Innovationstätigkeit des nicht-forschenden Mittelstands, *Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialien Nr. 266*, Bonn.

Brüderl, J.; Preisendörfer, P.; Ziegler, R. (1998): *Der Erfolg neugegründeter Betriebe: eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen*, Berlin.

Brüderl, J.; Preisendörfer, P.; Ziegler, R. (2009): *Der Erfolg neu gegründeter Betriebe: eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen*, 3., erw. Auflage, Berlin.

Caliendo, M.; Kritikos, A. S. (2010a): Start-ups by the unemployed: characteristics, survival and direct employment effects, *Small Business Economics*, 35 (1), S. 71-92.

Caliendo, M.; Kritikos, A. S. (2010b): Gründungen aus Arbeitslosigkeit: Nur selten aus der Not geboren und daher oft erfolgreich, *DIW Wochenbericht*, 77 (18), S. 2-7.

Carton, R. B.; Hofer, C. W. (2006): *Measuring organizational performance: Metrics for entrepreneurship and strategic management research*, Cheltenham.

Cholotta, K.; Drobnič, S. (2009): Wann ist eine Gründung erfolgreich? Facetten und Faktoren objektiven Erfolges in kleinen Unternehmen, *Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship (ZfKE)*, 57 (3–4), S. 239-258.

Cooper, A. C.; Gimeno-Gascon, F. J.; Woo, C. Y. (1994): Initial human and financial capital as predictors of new venture performance, *Journal of Business Venturing*, 9 (5), S. 371-395.

Egeln, J.; Falk, U.; Heger, D.; Höwer, D.; Metzger, G. (2010): *Ursachen für das Scheitern junger Unternehmen in den ersten fünf Jahren ihres Bestehens. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim, Neuss.*

Ettl, K. (2010): *Unternehmerinnen und Erfolg aus individueller und kontextueller Perspektive*, Siegen.

Fackler, D.; Schnabel, C.; Wagner, J. (2013): Establishment exits in Germany: The role of size and age, *Small Business Economics*, 41 (3), S. 683-700.

Frank, H.; Korunka, C. (1996): Zum Informations-und Entscheidungsverhalten von Unternehmensgründern: Der Zusammenhang von Handlungskontrolle und Gründungserfolg, *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 66 (8), S. 947-964.

Fritsch, M.; Brixy, U.; Falck, O. (2006): The effect of industry, region, and time on new business survival – A multi-dimensional analysis, *Review of Industrial Organization*, 28 (3), S. 285-306.

Fritsch, M. (2016): Individuelle, gesamtwirtschaftliche, sektorale und regionale Determinanten von Gründungen und unternehmerischer Selbstständigkeit, in: Fritsch, M. (Hrsg.): *Entrepreneurship:Theorie, Empirie, Politik*, S. 79-93.



Fritz, W. (1990): Marketing – Ein Schlüsselfaktor des Unternehmenserfolges? Eine kritische Analyse vor dem Hintergrund der empirischen Erfolgsfaktorenforschung, Mannheim.

Furdas, M.; Kohn, K. (2011): Why is start-up survival lower among necessity entrepreneurs? A decomposition approach, 2nd IZA Workshop on Entrepreneurship Research, Bonn.

Geroski, P. A.; Mata, J.; Portugal, P. (2010): Founding conditions and the survival of new firms, *Strategic Management Journal*, 31 (5), S. 510-529.

Heckmann, M.; Schnabel, C. (2005): Überleben und Beschäftigungsentwicklung neu gegründeter Betriebe, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg/Lehrstuhl für Arbeitsmarkt- und Regionalpolitik: Diskussionspapiere Nr. 39, Erlangen-Nürnberg.

Icks, A.; Levering, B.; May-Strobl, E.; Ettl, K. (2015): Wirtschaftspolitische Implikationen der Gründungsforschung, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialien Nr. 237, Bonn.

IfM Bonn (2017): Gründungen und Unternehmensschließungen, <https://www.ifm-bonn.org/statistiken/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/#accordion=0&tab=0>, Abruf am 07.02.2018.

Kranzusch, P. (2005): Die Besucher von Gründermessen - Ergebnisse aus Besucherbefragungen der Gründermessen in Berlin, Dresden und Essen, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: Jahrbuch für Mittelstandsforschung 1/2005, Schriften der Mittelstandsforschung Nr. 108 NF, Wiesbaden.

Kranzusch, P.; Kay, R. (2011): Das Gründerpanel des IfM Bonn: Konzeption und Nutzungsmöglichkeiten, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialie Nr. 208, Bonn.

Kranzusch, P.; May-Strobl, E.; Levering, B.; Welter, F.; Ettl, K. (2017): Das Zukunftspanel Mittelstand 2017-Update einer Expertenbefragung zu aktuellen und zukünftigen Herausforderungen des deutschen Mittelstands, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialien Nr. 256, Bonn.

Mata, J.; Portugal, P. (1994): Life duration of new firms, *The Journal of Industrial Economics*, 42 (3), S. 227-245.

Metzger, G. (2017): KfW-Gründungsmonitor 2017: Beschäftigungsrekord mit Nebenwirkungen: So wenige Gründer wie nie, KfW Bankengruppe: KfW Research, Frankfurt am Main.

Müller-Böling, D.; Klandt, H. (1993): Unternehmensgründung. , in: Hauschildt, J.; Grün, O. (Hrsg.): Ergebnisse empirischer betriebswirtschaftlicher Forschung: Zu einer Realtheorie der Unternehmung, Stuttgart, S. 135-178.

Parker, S. C. (2004): The economics of self-employment and entrepreneurship, Cambridge.

Parker, S. C. (2009): The economics of entrepreneurship, Cambridge.

Picot, A.; Laub, U.-D.; Schneider, D. (1989): Innovative Unternehmensgründungen: Eine betriebswirtschaftliche Analyse, Berlin.

Praag, M. V.; Wit, G. D.; Bosma, N. (2005): Initial capital constraints hinder entrepreneurial venture performance, The Journal of Private Equity, 9 (1), S. 36-44.

Rink, A.; Seiwert, I.; Opfermann, R. (2013): Unternehmensdemografie: methodischer Ansatz und Ergebnisse 2005 bis 2010, Wirtschaft und Statistik, S. 422-439.

Sandner, P.; Block, J.; Lutz, A. (2008): Determinanten des Erfolgs staatlich geförderter Existenzgründungen - eine empirische Untersuchung, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 78 (7-8), S. 753-777.

Schefczyk, M. (1999): Erfolgsdeterminanten von Venture Capital-Investments in Deutschland, Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 51 (12), S. 1123-1145.

Schenk, R. (1998): Beurteilung des Unternehmenserfolges, in: Frese, M. (Hrsg.): Erfolgreiche Unternehmensgründer: Psychologische Analysen und praktische Anleitungen für Unternehmer in Ost- und Westdeutschland, Göttingen, S. 59-82.

Schmidt, A. G. (2002): Indikatoren für Erfolg und Überlebenschancen junger Unternehmen, in: Albach, H.; Pinkwart, A. (Hrsg.): Gründungs- und Überlebenschancen von Familienunternehmen, S. 21-54.

Schneck, S.; May-Strobl, E. (2013): Wohlstandseffekte des Gründungsge-  
schehens, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialien Nr.  
223, Bonn.

Schulte, R. (2006): Begriff und Merkmale junger Unternehmen, WiSt - Wirt-  
schaftswissenschaftliches Studium, 35 (7), S. 479-424.

Sorensen, J.; Chang, P. (2006): Determinants of successful entrepreneurship:  
A review of the recent literature. Report prepared for the Ewing Marion  
Kauffman Foundation, <https://ssrn.com/abstract=1244663>, Abruf am  
29.05.2018.

Stinchcombe, A. L.; March, J. (1965): Social structure and organizations,  
Handbook of organizations, 7, S. 142-193.

Strotmann, H. (2007): Entrepreneurial survival, Small business economics, 28  
(1), S. 87-104.

Suprinovič, O.; Schneck, S.; Kay, R. (2016): Einmal Unternehmer, immer  
Unternehmer? Selbstständigkeit im Erwerbsverlauf, Institut für Mittel-  
standsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialien Nr. 248, Bonn.

Thornhill, S.; Amit, R. (2003): Learning about failure: Bankruptcy, firm age, and  
the resource-based view, Organization Science, 14 (5), S. 497-509.

Ullrich, K.; Werner, A. (2013): Alt oder Neu? Übernahmegründer und Neu-  
gründer im Vergleich, KfW Economic Research: Studien und Materialien,  
Frankfurt am Main.

Unger, J. M.; Rauch, A.; Frese, M.; Rosenbusch, N. (2011): Human capital and  
entrepreneurial success: A meta-analytical review, Journal of Business  
Venturing, 26 (3), S. 341-358.

Van Praag, C. M. (2003): Business survival and success of young small  
business owners, Small Business Economics, 21 (1), S. 1-17.

Welter, F. (2006): Mythos Unternehmenswachstum? Ein kritischer und  
reflektierender Blick auf Wachstumspfade von KMU, Kleine und mittlere  
Unternehmen in neuen Märkten: Aufbruch und Wachstum. Lohmar, S. 19-36.

Wolter, H.-J.; Werner, A.; Schneck, S. (2015): Zur Entwicklungsdynamik  
neugegründeter Unternehmen: Eine Längsschnittanalyse auf Basis des

Umsatzsteuerpanels, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn: IfM-Materialien Nr. 238, Bonn.

Zimmerman, M. A.; Zeitz, G. J. (2002): Beyond survival: Achieving new venture growth by building legitimacy, *Academy of Management Review*, 27 (3), S. 414-431.

## Anhang

Tabelle A1: Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit des Marktaustrittes neugegründeter Unternehmen

Abhängige Variable: Marktaustritt (ja/nein) <i>Referenz: Marktaustritt Jahr 1 nach Gründung</i>	(1a)	(1b)
	Marginale Wahrscheinlichkeitsveränderung	
Marktaustritt Jahr 2 nach Gründung	-0.066** (0.031)	-0.072** (0.030)
Marktaustritt Jahr 3 nach Gründung	-0.056* (0.031)	-0.059* (0.031)
Marktaustritt Jahr 4 nach Gründung	-0.170** (0.066)	-0.170*** (0.066)
<b>Soziodemografische Merkmale</b>		
Geschlecht: Weiblich	-0.044 (0.028)	-0.038 (0.030)
Log(Alter) bei Messebesuch	-0.059 (0.087)	-0.033 (0.092)
Abitur	-0.008 (0.029)	-0.011 (0.029)
Relevante Branchenerfahrung	-0.058** (0.026)	-0.051* (0.028)
Motiv: Arbeitslosigkeit	0.060* (0.031)	0.057* (0.031)
<b>Erwerbs- und Haushaltssituation</b>		
Wochenstunden	-0.001 (0.001)	
Weitere Erwerbstätigkeit		0.066** (0.031)
Weiteres Haushaltseinkommen	0.037 (0.033)	0.040 (0.032)
<b>Unternehmensbezogene Merkmale</b>		
Log(Startkapital)	-0.008** (0.004)	-0.008** (0.004)
Dienstleistungen	-0.040 (0.027)	-0.035 (0.027)
<b>Umfeldbezogene Merkmale</b>		
NUI-Indikator	-0.007 (0.005)	-0.007 (0.005)
Gründung 2006 und später	0.017 (0.027)	0.011 (0.028)
Beobachtungen	438	438
Pseudo R <sup>2</sup>	0,20	0,21

© IfM Bonn

Anmerkung: \*Signifikanzniveau 0,05; \*\*Signifikanzniveau 0,01; Robuste Standardfehler in Klammern.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des Gründerpanels des IfM Bonn.