

ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (Ed.); Verband der Vereine Creditreform (Ed.)

Periodical Part

Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven, Jahrgang 2019

Junge Unternehmen

Provided in Cooperation with:

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (Ed.); Verband der Vereine Creditreform (Ed.) (2019) : Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven, Jahrgang 2019, Junge Unternehmen, ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung und Verband der Vereine Creditreform, Mannheim und Neuss, Vol. 2019, Iss. 1

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/219457>

Standard-Nutzungsbedingungen:

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

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

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

Terms of use:

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

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

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

JUNGE unternehmen

1

Gründungstätigkeit wieder rückläufig

2

Digitalisierung in Unternehmen – Gründungen sind einen Schritt voraus

Gründungstätigkeit wieder rückläufig

Nach einigen Jahren stagnierender Gründungszahlen ist die Gründungstätigkeit in Deutschland wieder deutlich gesunken. Diese Entwicklung war zu erwarten, da die Lage am Arbeitsmarkt und die Beschäftigungsmöglichkeiten allgemein trotz der sich eintrübenden Konjunktur weiterhin gut sind und die gründungsstarken Altersklassen stetig schrumpfen. Besorgniserregend ist allerdings, dass dieser Rückgang maßgeblich auf die Industriebranchen und besonders hier auf die FuE-intensive Industrie entfällt. Regional gesehen bilden nur wenige Bundesländer eine Ausnahme.

Der Rückgang im Jahr 2018 ist der stärkste seit 2014 und beträgt fast 4% (siehe Abbildung 1). So wurden im Jahr 2018 ca. 155.000 Unternehmen gegründet – 6.000 weniger als noch ein Jahr vorher und fast 60.000 weniger als vor 10 Jahren. Dieser

Rückgang kommt aus mehreren Gründen nicht unerwartet. Einerseits übt die anhaltend gute, wenn auch nicht mehr ganz so dynamische, konjunkturelle Entwicklung nur wenig Druck auf den Niedriglohnsektor aus: Gründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus oder wegen des Fehlens alternativer Beschäftigungsmöglichkeiten sind selten. Außerdem bedingen der sich weiter verschärfende Fachkräftemangel (siehe DIHK Arbeitsmarktreport 2018) und die damit einhergehenden guten Verdienstmöglichkeiten für Fachkräfte geringere Gründungsanreize für mittlere bis hohe Einkommensgruppen. Schließlich schrumpfen die gründungsstarken Altersklassen demographiebedingt seit Jahren (Vergleiche JU 2017/1), weshalb das Gründungspotenzial im Allgemeinen zurückgeht.

Zusammengenommen schaffen diese Faktoren ein Umfeld, in dem sowohl die Anreize für eine Gründung für alle Einkommensschichten sinken und gleichzeitig die Anzahl der potenziellen Gründer*innen in den Schichten sinkt. Diese Faktoren können allerdings nicht die deutlich unterschiedliche Entwicklung in den einzelnen Branchengruppen erklären. Denn der Rückgang der allgemeinen Gründungstätigkeit ist in jüngeren Jahren fast ausschließlich auf die Industriebranchen (inklusive Bau) und den Handel zurückzuführen (siehe Abbildung 2). Gerade in den Handelsbranchen ist er mit 10% besonders stark. Im Handel werden nach den konsumorientierten Dienstleistungen (KDL) die meisten neuen Unternehmen gegründet (2018 ca. 51.000 in KDL und 27.000 im Handel).

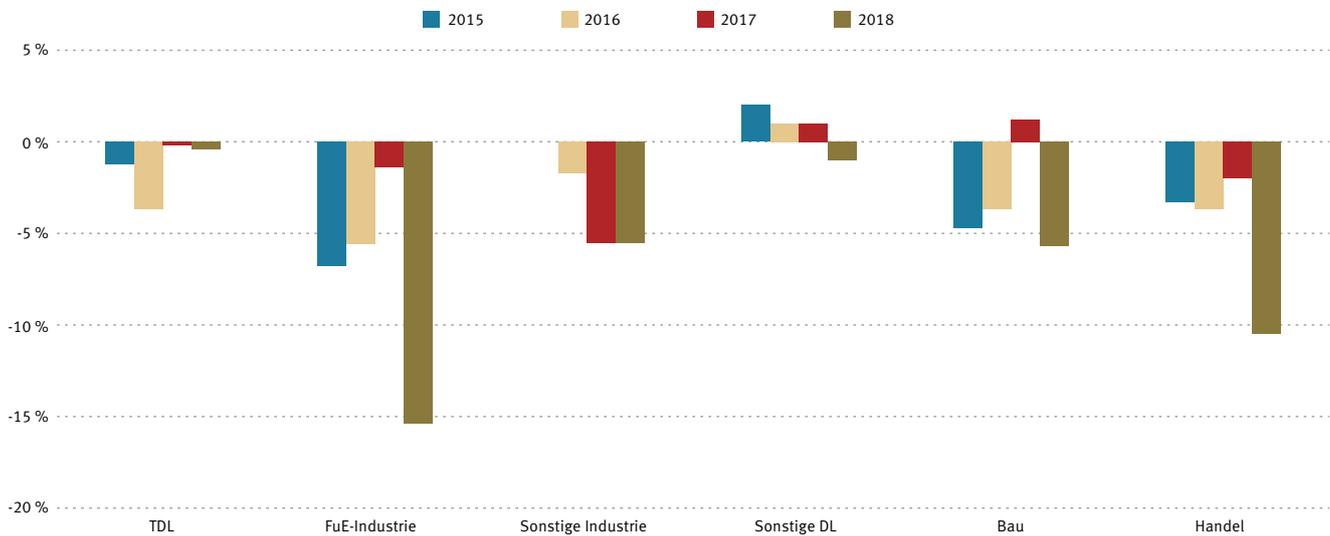
Ursache hierfür könnten die aktuell schwierigeren globalen Handelsbedingungen und die damit einhergehende Eintrübung der globalen Konjunktur sein. So sind Industriegüter naturgemäß stärker durch (drohende) Handelsbeschränkungen betroffen als dies für Dienstleistungen der Fall ist, denn letztere haben häufig einen kleineren räumlichen Fokus. Der Anreiz zur Gründung im Bereich der Industrie sollte demnach vor dem Hintergrund dieser Nachfragesituation sinken. Im Gegensatz zur Industrie, dem Baugewerbe und den Handelsbranchen, bleibt die Gründungstätigkeit in den Dienstleistungsbranchen nahezu

ABBILDUNG 1: GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT IN DER GESAMTWIRTSCHAFT 2008 – 2018



Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel (MUP), 2015, Berechnungen des ZEW.

ABBILDUNG 2: PROZENTUALE VERÄNDERUNG DER GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT NACH BRANCHEN IM VERGLEICH ZUM VORJAHR



Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel (MUP), 2015, Berechnungen des ZEW.

konstant. Dies könnte im Falle der sonstigen Dienstleistungen auf die relativ schwächere Eingebundenheit in globale Märkte zurückzuführen sein. In den technologieorientierten Dienstleistungen hingegen spielt vermutlich die zunehmende Digitalisierung und die große Bedeutung von Start-ups im Allgemeinen in diesem Marktumfeld die entscheidende Rolle, warum die Gründungstätigkeit vom übergeordneten Trend abweicht.

Markanter Rückgang der Gründungen in FuE-intensiven Industriezweigen

Ganz anders verhält es sich in den FuE-intensiven Industriezweigen der Spitzentechnologie und höherwertigen Technologie: Hier beunruhigt der starke Rückgang besonders, denn im Vergleich zur nicht technologieintensiven Industrie sollten keine gesonderten Bedingungen im globalen Handelsumfeld gelten. Im Gegenteil weisen Gründungen in der FuE-intensiven Industrie häufig einen höheren Grad der Spezialisierung auf und sehen sich daher einem naturgemäß kleineren Wettbewerbsumfeld gegenüber. Dies sollte sie eigentlich resilienter gegen Einbrüche in der aggregierten Nachfrage machen. Gleichwohl wurden im Jahr 2018 nur noch etwas mehr als 1.100 Unternehmen und damit 15% weniger als im Vorjahr in der FuE-intensiven Industrie gegründet. Zwar ist ein Rückgang der Gründungstätigkeit in FuE-intensiven Industrien nicht per se ein Indikator für sinkende Innovativität der Volkswirtschaft, vollzieht sich doch ein Großteil der Innovationsaktivitäten in Deutschland innerhalb etablierter Unternehmen. Jedoch sagt der Indikator viel darüber

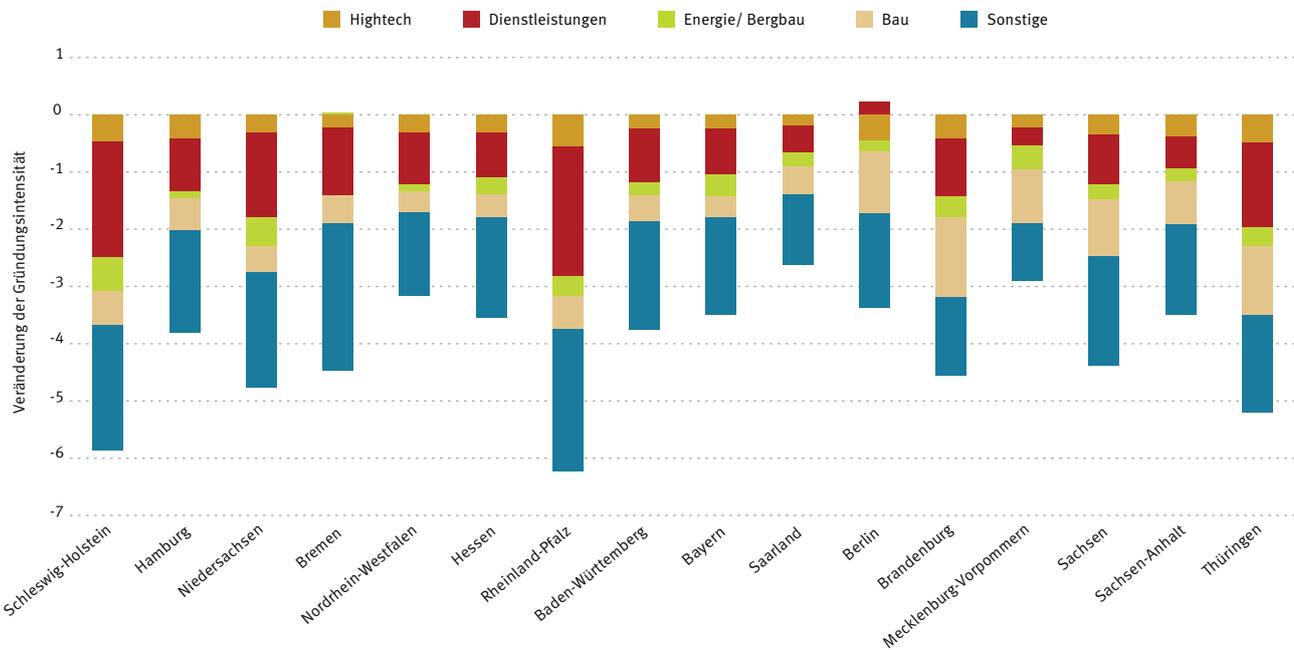
aus, in welchem Wettbewerbsumfeld diese etablierten Unternehmen stehen. Viele neue Technologiefelder wurden erst durch Start-ups in den Markt gebracht und fanden erst danach entweder durch Kauf der Technologie oder Akquise des Start-ups ihren Weg in etablierte Unternehmen. Sofern sich das deutsche Innovationssystem also nicht grundlegend hin zu einer noch stärkeren Rolle der etablierten Unternehmen entwickelt, ist diese Entwicklung nicht zufriedenstellend.

Rückgang ist bundesländerübergreifend

Bezüglich der regionalen Verteilung des Rückgangs gibt es über die Bundesländer hinweg zwar Unterschiede, jedoch kann keines der Bundesländer eine Entwicklung der Gründungszahlen gegen den Trend aufweisen. In Abbildung 3 wird der Rückgang der Gründungsintensität nach Teilbranchen und Bundesländern im Vergleich der Perioden 2011 bis 2014 und 2015 bis 2018 dargestellt.

So wurden z.B. in Schleswig-Holstein in der Periode 2015 bis 2018 durchschnittlich fast 6 neue Unternehmen pro 10.000 Personen im erwerbsfähigen Alter (PEA) weniger gegründet als noch in den Jahren 2011 bis 2014. Dies entspricht einem Rückgang von 15%. Der Rückgang ist auch in anderen Bundesländern sehr stark, darunter Rheinland-Pfalz (auch ca. 6), Thüringen (ca. 5), sowie Niedersachsen, Bremen, Brandenburg und Sachsen mit jeweils etwas mehr als 4 Gründungen weniger pro 10.000 PEA. In den Hightech-Branchen beträgt der Rückgang in allen Bundesländern ca. 0,5. Dies entspricht einem durchschnittlichen prozentualen Rückgang zwischen 8% (Bayern und Berlin) und

ABBILDUNG 3: VERÄNDERUNG DER GRÜNDUNGSINTENSITÄTEN IN AUSGEWÄHLTEN BRANCHEN NACH BUNDESLÄNDERN ZWISCHEN 2011-2014 UND 2015-2018



Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel (MUP), 2015, Berechnungen des ZEW.

25-27% (Rheinland-Pfalz, Thüringen und Sachsen-Anhalt). Somit ist der prozentuale Rückgang der Gründungen in den Hightech-Branchen lediglich in einigen wenigen Bundesländern

schwächer als der gesamtwirtschaftliche Rückgang der Gründungstätigkeit (-11%) zwischen diesen zwei Zeiträumen.

Dr. Johannes Bersch, bersch@zew.de

Digitalisierung in Unternehmen – Gründungen sind einen Schritt voraus

Digitalisierung bezeichnet den Trend der zunehmenden Durchdringung der modernen Arbeits- und Wirtschaftswelt mit digitalen Technologien und Anwendungen. Hinter dem Begriff verbirgt sich eine Bandbreite an Entwicklungen von der Entstehung neuer Geschäftsfelder im Programmierungs- und Datenverarbeitungsbereich, über die Bedienung hieraus resultierender Nachfrage nach beispielsweise IT-Sicherheit, bis zur Veränderung und Evolution bestehender Unternehmensprozesse wie der Absatzmarktanalyse oder der Kommunikation mit Kunden und Lieferanten.

Die wachsende Bedeutung digitaler Technologien und ihrer Adoption betrifft dabei alle Wirtschaftsteilnehmer. Arbeitgeber

und Arbeitnehmer, junge und etablierte Unternehmen zugleich, sehen sich einem Marktumfeld im Wandel gegenüber und sind somit unter Druck, sich auf die veränderte Situation einzustellen. Diese Veränderungen beinhalten zum einen Anpassungen auf der Organisationsebene – unter anderem in Bezug auf die Handhabung sensibler Daten und die Entwicklung einer angemessenen Infrastruktur für betriebsinterne Vernetzung – und zum anderen Veränderungen für betroffene Individuen – beispielsweise in Bezug auf Qualifikationsanforderungen oder Paradigmenwechsel in der Belegschaftszusammenstellung.

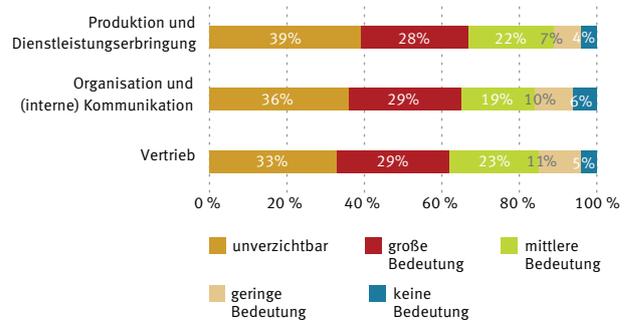
Auswertungen mit den Daten des IAB/ZEW-Gründungspanels (siehe IAB/ZEW-Gründungspanel (2018), Junge Unterneh-

men im Aufbruch zur digitalen Ökonomie, http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gruendungspanel/IAB_ZEW_Gruendungspanel_012018.pdf) zeigen, dass gerade junge Unternehmen der Digitalisierung bereits enorme Bedeutung beimessen. Auf einer fünfstufigen Skala bezeichneten mehr als 50% der Unternehmen aller Wirtschaftszweige (mit Ausnahme der Baubranche) die Bedeutung der Digitalisierung für ihr Unternehmen in den Bereichen Produktion und Dienstleistung, Organisation und Kommunikation sowie im Vertrieb als mindestens groß oder sogar unverzichtbar. In den Hightech-Branchen des Verarbeitenden Gewerbes sowie bei den technologieintensiven Dienstleistern und Softwareunternehmen gaben in der Umfrage unter Gründungen der Jahre 2013 – 2016 weniger als 20% der Firmen an, dass Digitalisierung für sie nur geringe oder gar keine Bedeutung habe. Von diesen Gründungen gaben für den Bereich Produktion und Dienstleistung, sogar nur 4% (Verarbeitendes Gewerbe) bzw. 2% (technologieintensive Dienstleister und Software) der Firmen an, dass Digitalisierung für sie keine Bedeutung habe.

Eine vergleichbare Analyse zur Bedeutung der Digitalisierung in schon länger bestehenden Unternehmen lässt sich mit den Daten vom ZEW erhobenen Mannheimer Innovationspanels durchführen (siehe ZEW 2017, Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft, Indikatorenbericht zur Innovationserhebung 2016, http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/mip/16/mip_2016.pdf). In der Erhebung zum Mannheimer Innovationspanel 2016 wurden Unternehmen gebeten, den Verbreitungsgrad der Verwendung digitaler Technologien und Prozesse im Unternehmen auf einer dreistufigen Skala anzugeben. Abbildung 2 fasst die Ergebnisse der Befragung zusammen.

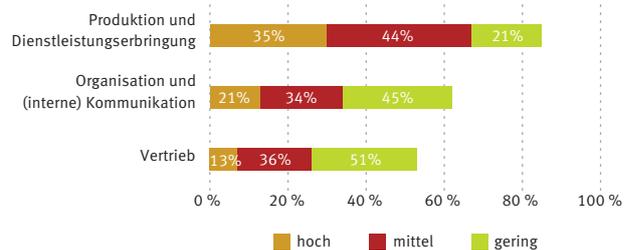
Ogleich die Ergebnisse aus Abbildung 2 mit den Resultaten zu jungen Unternehmen nur indirekt vergleichbar sind – häufige Anwendung gibt nur bedingt Auskunft über die Wichtigkeit, bei Gründungen in ihrer frühen Phase muss hohe Bedeutung nicht fortgeschrittener Anwendung gleichkommen, lassen sich dennoch im Gesamtbild interessante Trendentwicklungen verfolgen. So scheint der größte Unterschied in der Verwendung und Bedeutung digitaler Technologien und Prozesse nicht im Produktions- oder Dienstleistungsbereich, sondern in der Kommunikation und im Vertrieb vorzuliegen. Der Unterschied zwischen dem Anteil älterer Unternehmen, die mindestens in geringem Maße Digitalisierungsanwendungen verwenden und dem Anteil junger Unternehmen der Gründungskohorten 2013 – 2016, welche der Digitalisierung mindestens geringe Bedeutung bescheinigen, beträgt für den Produktionsbereich lediglich 11%. In beiden Unternehmensgruppen drückt mit über 85% die überwältigende Mehrheit der Unternehmen die Wichtigkeit der Digitalisierung aus. In den Bereichen „interne Kommunikation“ und „Vertrieb“ dagegen liegt der Anteil der älteren Unternehmen mit mindestens geringem Verbreitungsgrad (Abbildung 2) deutlich unter dem Anteil der jungen Unternehmen, die der Digitalisierung hier Bedeutung zumessen.

ABBILDUNG 1: BEDEUTUNG VON DIGITALISIERUNG IN AUSGEWÄHLTEN BEREICHEN FÜR JUNGE UNTERNEHMEN DER GRÜNDUNGSKOHORTEN 2013 – 2016



Quelle: Auswertungen aus dem IAB/ZEW Gründungspanel, 2018. Die Befragung erfasst Gründungen der Kohorten 2013 – 2016, gemessen im Jahr 2016. Die Ergebnisse der repräsentativen Umfrage wurden für die Gesamtpopulation der Unternehmensgründungen in Deutschland hochgerechnet.

ABBILDUNG 2: BEDEUTUNG VON DIGITALISIERUNGSANWENDUNGEN IN UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND 2016 NACH ANWENDUNGSGEBIETEN



Quelle: ZEW (2017), Seite 20, Abbildung 2. Auswertungen aus der Befragung 2016 des Mannheimer Innovationspanels (ZEW). Die Klassifizierungen nach „hoch“, „mittel“ und „gering“ bezeichnet den Verbreitungsgrad entsprechender Digitalisierungsanwendungen. Die nichtangegebenen Prozentpunkte betreffen Unternehmen, die für kein Anwendungsfeld Verwendung angegeben haben.

Die beschriebenen Differenzen zwischen Digitalisierung in jungen und etablierten Unternehmen lassen sich vermutlich auf mehrere Faktoren zurückführen. Zum einen mögen diese aus den strukturellen Unterschieden zwischen jungen und etablierten Firmen resultieren. Junge Unternehmen sind oft klein, während etablierte Konkurrenten zum Teil deutlich größere Belegschaften zählen oder durch andere strukturelle Gegebenheiten weniger flexibel agieren können. Die Einführung, Adoption und Wichtigkeit digitaler Anwendungen kann in diesem Zusammenhang mehr Zeit einnehmen und als Prozess eher graduell durch die Organisation wachsen. Für dieses Argument spricht, dass der Unterschied im Bereich der Produktion und Dienstleistungserbringung am geringsten ist. Bei langsamerer Anpassung an Digitalisierungsherausforderungen könnte man erwarten, dass etablierte Unternehmen gerade hier – im Kern ihres Geschäftsbereiches – zuerst ansetzen und andere Gebiete eventuell nachrangig bearbeiten.

Auf der anderen Seite ist die frühe Adoption digitaler Anwendungen wahrscheinlich gerade ein Charakteristikum junger Unternehmen. Die Besetzung neuer Absatzwege sowie die Schaffung alternativer Organisationsstrukturen können für Start-ups zum Alleinstellungsmerkmal werden, teilweise können solche Anwendungen und Strukturen gezielt eingesetzt werden, um für potenzielle Mitarbeiter oder Kunden modern und attraktiv zu wirken. Zuletzt muss auch berücksichtigt werden, dass die Unterschiede in der Digitalisierung zwischen etablierten und jungen Unternehmen mindestens teilweise auch auf sogenannte Kohorteneffekte zurückgehen.

Wenn ein heutzutage gegründetes Unternehmen mit größerer Selbstverständlichkeit Digitalisierung in den Organisationsaufbau inkorporiert als ein älteres Unternehmen es tut, dann ist es wenig verwunderlich, dass die – per definitionem – älteren, etablierten

Unternehmen gegenüber den Firmen der Gründungsjahre 2013 – 2016 geringere Digitalisierungsverbreitungsgrade ausweisen.

Im Gesamtbild zeigen die Auswertungen mit den Daten des IAB/ZEW-Gründungspanels für junge Unternehmen und mit den Daten des Mannheimer Innovationspanels für ältere Unternehmen vor allem die Bedeutung von Digitalisierung für alle Wirtschaftsteilnehmer. Die Analyse der Verbreitungsgrade und Wichtigkeit digitaler Technologien zeigt, dass Gründungen im Moment den älteren Unternehmen einen Schritt voraus zu sein scheinen. Gleichzeitig zeigen die Auswertungen insbesondere im Digitalisierungsbereich „Produktion & Dienstleistungserbringung“, dass auch etablierte Unternehmen das Potenzial und die Adoptionsnotwendigkeit der Digitalisierung erkennen und somit Anreize haben mögen, diese Lücke in Zukunft zu schließen.

Moritz Lubczyk, moritz.lubczyk@zew.de

EDITORIAL



Jung, digital, agil ...

... das sind Eigenschaften, die man oftmals mit Start-ups verbindet. Jung bedeutet dabei neu auf dem Markt, d.h. diese Unternehmen müssen keine etablierten Softwareprogramme ersetzen und eingespielte Arbeitsprozesse anpassen, wenn sie digital aggieren wollen. Vielmehr können Gründer/innen oder Gründungsteams gleich mit den passenden und aktuellen digitalen Lösungen und den dafür geeigneten organisatorischen Prozessen starten. „Jung“ bedeutet in der Regel auch klein, sprich man hat es mit einem kleinen Team zu tun, in dem Diskussionen zwar durchaus kontrovers verlaufen können, aber Lösungsvorschläge keine bürokratischen oder hierarchischen Hürden nehmen müssen, bevor sie ausprobiert und umgesetzt werden. „Jung“ bedeutet nicht zuletzt auch jung im Hinblick auf die Personen, d.h. oftmals besteht ein Start-up-Team aus jungen Menschen, die sich zu den „Digital Natives“ zählen und die nicht nur mit digitalen Endgeräten umzugehen wissen, weil sie mit diesen groß geworden sind, sondern die sich auch versiert im Internet bewegen und auf verschiedenen Social Media-Kanälen aktiv und stetig im Austausch mit ihren „Peers“ sind. Im Extremfall handelt es sich bei dem jungen Unternehmen sogar um ein digitales Start-up, das mit einem digitalen, innovativen Geschäftsmodell an den Start geht oder zumindest ein digitales Produkt oder einen digitalen Dienst anbietet, von Anfang an eine digitale DNA besitzt und wie selbstverständlich agile Arbeitsmethoden anwendet.

Demgegenüber stehen die etablierten Unternehmen, denen häufig nachgesagt wird, dass sie sich schwer tun mit der digitalen Transformation, deren Bedeutung nicht erkennen oder für Digitalisierung schlichtweg nicht die nötige Zeit aufbringen. Sie haben die digitale Transformation nicht in der Führungsebene strategisch verankert, bedürfen langwieriger Anpassungen, um eine neue Software zu implementieren, ihre Geschäftsprozesse zu vernetzen oder ihre Kunden online zu bewerben und in den Innovationsprozess einzubeziehen. Auch ist es selten, dass sie digitale, zum Beispiel App-basierte, Dienste anbieten oder gar ihr ganzes Geschäftsmodell auf digital umstellen.

Soweit so extrem.

Die Zahlen der ZEW-Analysen zeigen, dass junge Unternehmen den etablierten bei der Digitalisierung tatsächlich einen Schritt voraus sind, zumindest was die Organisati-

on und Kommunikation sowie den Vertrieb angeht. Wer jung, klein und agil startet, tut sich hierbei leichter. Schließlich sind es gerade die technischen Dienstleister einschließlich der Software, die den geringsten Rückgang beim Gründungsgeschehen aufweisen. In diesem Marktsegment besteht offensichtlich noch Raum für neue Ideen trotz oder gerade wegen des drohenden konjunkturellen Abschwungs. Dennoch ist auch bei den etablierten Unternehmen ein zunehmendes Bewusstsein für die Bedeutung der Digitalisierung festzustellen. Das Verarbeitende Gewerbe hat bei der Digitalisierung in den letzten ein bis zwei Jahren deutliche Fortschritte gemacht, obgleich die Dienstleistungsunternehmen weiterhin die Nase vorne haben und – allein aufgrund ihres höheren Digitalisierungspotenzials – auch in Zukunft haben werden. Gleichwohl liegen in der etablierten Wirtschaft noch Potenziale brach, obwohl verschiedene Studien zeigen, dass digitale Unternehmen innovativer und produktiver sowie besser gewappnet für Krisenzeiten sind. Im europäischen Vergleich rangiert Deutschland bei der Integration digitaler Anwendungen in Unternehmen laut EU Kommission derzeit auf Rang 13 von 28. Das kann nicht zufriedenstellen.

Nun wäre es allerdings für etablierte Unternehmen sicherlich nicht zielführend den Start-ups einfach nachzueifern oder diese gar kopieren zu wollen, insbesondere, wenn sie gegenwärtig erfolgreich sind und sich eine starke Marktposition erarbeitet haben. Jedoch können sie aus Kooperationen mit Start-ups durchaus Impulse erhalten, nicht nur im Hinblick auf neue Ideen, die etablierten Unternehmen zu Innovationen verhelfen, sondern auch im Hinblick auf eine Organisation und Kommunikation, die sich digitaler Instrumente bedient oder durch deren Nutzung zumindest begünstigt wird. Die Augen hier offener zu halten und Neues auszuprobieren kann diesen etablierten Unternehmen nützen. Die Produkte und Dienste, aber auch die Fähigkeiten und das Wissen digitaler Start-ups, können eine sinnvolle Ergänzung für die etablierten Unternehmen sein, um die digitale Transformation voranzutreiben. Letztlich muss man nicht warten bis ein Start-up von einem amerikanischen Unternehmen aufgekauft wird, bevor man seine Existenz zur Kenntnis nimmt.

Prof. Dr. Irene Bertschek, irene.bertschek@zew.de
Forschungsbereichsleiterin Digitale Ökonomie