

Andrade, Ivo; Bürger, Tobias

Article

Welche Unterstützung junge Menschen bei Unternehmensgründungen wichtig finden

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Andrade, Ivo; Bürger, Tobias (2025) : Welche Unterstützung junge Menschen bei Unternehmensgründungen wichtig finden, Wirtschaftsdienst, ISSN 1613-978X, Sciendo, Warsaw, Vol. 105, Iss. 2, pp. 138-142,
<https://doi.org/10.2478/wd-2025-0035>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/314833>

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.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Ivo Andrade, Tobias Bürger

Welche Unterstützung junge Menschen bei Unternehmensgründungen wichtig finden

Junge Gründer:innen bringen frische Ideen und Innovationen in die Wirtschaft. Sie stehen für kreativen Unternehmergeist, Mut und neue Geschäftsmodelle. Sie sind Treiber einer digitalen und nachhaltigen Transformation und dadurch ein wichtiger Faktor für eine zukunftsfähige Wirtschaft. Doch obwohl das Interesse an der Unternehmensgründung bei jungen Menschen groß ist, bleiben die tatsächlichen Gründungsaktivitäten in Deutschland hinter den Erwartungen zurück.

Zuletzt konnten sich 40 % der jungen Menschen im Alter von 14 bis 25 Jahren eine Unternehmensgründung vorstellen, tatsächlich gründen jedoch nur wenige (Bertelsmann Stiftung, 2024). Ein Blick auf die TEA-Quote (Total early-stage Entrepreneurial Activity) zeigt, dass in Deutschland 11 % der 18- bis 24-Jährigen innerhalb der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben oder im Begriff sind, ein Unternehmen zu gründen (Global Entrepreneurship Monitor, 2024). Anhand dieser Zahlen zeigt sich eine Diskrepanz zwischen dem Interesse ein Unternehmen zu gründen und der tatsächlichen Unternehmensgründung. Dennoch stellt sich die Frage, wie diese numerische Diskrepanz zu bewerten ist. Hinkt Deutschland beim Thema junge Gründungen seinen Potenzialen hinterher?

Potenzial noch nicht ausgeschöpft

Ein vergleichender Blick auf die TEA-Quoten anderer Industrienationen zeigt, dass die Gründungsaktivität junger Menschen in Deutschland im internationalen Vergleich

© Der/die Autor:in 2025. Open Access: Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht (creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de).

Open Access wird durch die ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft gefördert.

Ivo Andrade ist Project Manager bei der Bertelsmann Stiftung in Gütersloh.

Dr. Tobias Bürger ist Senior Project Manager und Co-Projektleiter bei der Bertelsmann Stiftung in Gütersloh.

verhältnismäßig niedrig ist (Abbildung 1). So ist die Quote für die Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen mit 11 % in Deutschland nicht einmal halb so hoch wie in den USA (24,1 %) oder unserem Nachbarland, den Niederlanden (23,3 %) – prozentual sind in den USA und den Niederlanden also mehr als doppelt so viele junge Menschen im Begriff ein Unternehmen zu gründen (Global Entrepreneurship Monitor, 2024).

Gleichzeitig gibt es weitere Hinweise darauf, dass die Gründungspotenziale innerhalb Deutschlands nicht hinreichend genutzt werden. So diagnostiziert etwa die OECD (2023) in ihrer „Missing Entrepreneurs“-Studie, dass in Deutschland zusätzlich 1,6 Mio. Unternehmer:innen verfügbar sein könnten, wäre die junge Gruppe so gründungsstark wie die der 30- bis 49-Jährigen.

Die Gründe für die vergleichsweise niedrige Gründungsquote bei jungen Menschen sind vielfältig und reichen von zu hoher finanzieller Unsicherheit, fehlenden persönlichen Netzwerken, geringem Wissen über unternehmerisches Handeln und Denken bis hin zu mangelndem Zugang zu Startkapital (Bertelsmann Stiftung, 2024). Es stellt sich demnach die Frage, wie Hürden überwunden und vorhandene Potenziale hinreichend genutzt werden können (Abbildung 2).

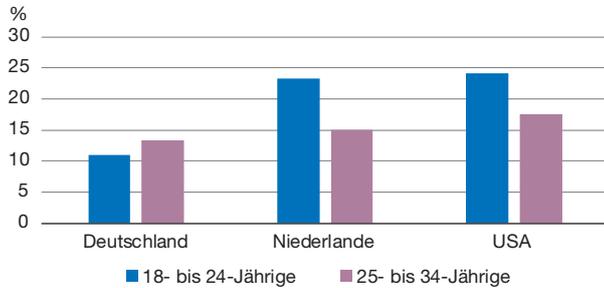
Angemessene Unterstützungsangebote

Der Young Founders Monitor¹ geht der Frage nach, welche Rahmenbedingungen sich junge Gründungsinteressierte und Gründer:innen wünschen, um existierende Potenziale hinreichend zu nutzen. Dazu werden Unterstützungsmaßnahmen im Hinblick auf ihren Einfluss auf die wahrgenommene Attraktivität ein Unternehmen zu gründen untersucht. Mittels einer Conjoint-Analyse konnten 4.752 Entscheidungen von 297 jungen Gründungsinteressierten und Gründer:innen im Alter von 18 bis 25 Jahren ausgewertet und entsprechende Präferenzprofile erstellt werden. Die Analyse zeigt, welche der Unterstützungs-

¹ Der Young Founders Monitor ist eine Kooperation der Körber-Stiftung, der Joachim Herz Stiftung, des Young Founders Network, des RKW Kompetenzzentrums und der Bertelsmann Stiftung unter Mitarbeit der Universität Bayreuth.

Abbildung 1
Gründungsquoten im internationalen Vergleich

Total early-stage Entrepreneurial Activity Quote (TEA-Quote) in ausgewählten Ländern nach Altersgruppen, 2023



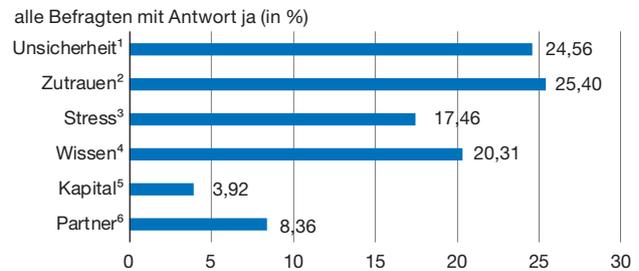
Quelle: Global Entrepreneurship Monitor (2024).

maßnahmen die Befragten bei der Unternehmensgründung am stärksten ansprechen. Die Ergebnisse machen deutlich: Alle untersuchten Unterstützungsmaßnahmen haben einen positiven Einfluss – allerdings in unterschiedlicher Stärke.

Die Conjoint-Analyse stellt eine etablierte Forschungsmethode zur Modellierung komplexer Entscheidungen dar, die es erlaubt, Aussagen über die Präferenzen von Befragten zu treffen (Green & Srinivasan, 1978). Im Rahmen der Studie wurden den Befragten Entscheidungsprofile vorgelegt, die mehrere abhängige Variablen jeweils auf

Abbildung 2
Umfrage Gründungsbarrieren

„Und warum kannst du dir eher nicht vorstellen, dich selbständig zu machen bzw. ein Unternehmen zu gründen?“ (Mehrfachauswahl möglich)



Für die repräsentative Umfrage wurden 1.694 14- bis 25-Jährige befragt.

Folgende Aussagen sind den obigen Barrieren zugeordnet: ¹ „Eine Selbständigkeit ist mir zu unsicher, ich strebe lieber ein sicheres Angestelltenverhältnis an.“; ² „Ich habe zwar eine gute Geschäftsidee, ich traue mir aber eine erfolgreiche Selbständigkeit ehrlich gesagt nicht zu.“; ³ „Die Gründung einer Selbständigkeit bzw. eines Unternehmens ist mir zu stressig.“; ⁴ „Ich weiß noch zu wenig darüber, was bei der Gründung einer Selbständigkeit bzw. eines Unternehmens zu beachten ist.“; ⁵ „Ich habe zwar eine gute Geschäftsidee, weiß aber nicht, wie oder wo ich das Startkapital dafür erhalten könnte.“; ⁶ „Zur Gründung einer Selbständigkeit bzw. eines Unternehmens fehlt mir ein gute:r Geschäftspartner:in.“

Quelle: Bertelsmann Stiftung (2024).

einer Skala von 1 (sehr unattraktiv) bis 7 (sehr attraktiv) umfassten. Ein Profil beinhaltet dabei sieben Unterstützungsmaßnahmen (wie z.B. verbesserte Vernetzungsmöglichkeiten oder Mentoringprogramme), die jedoch in

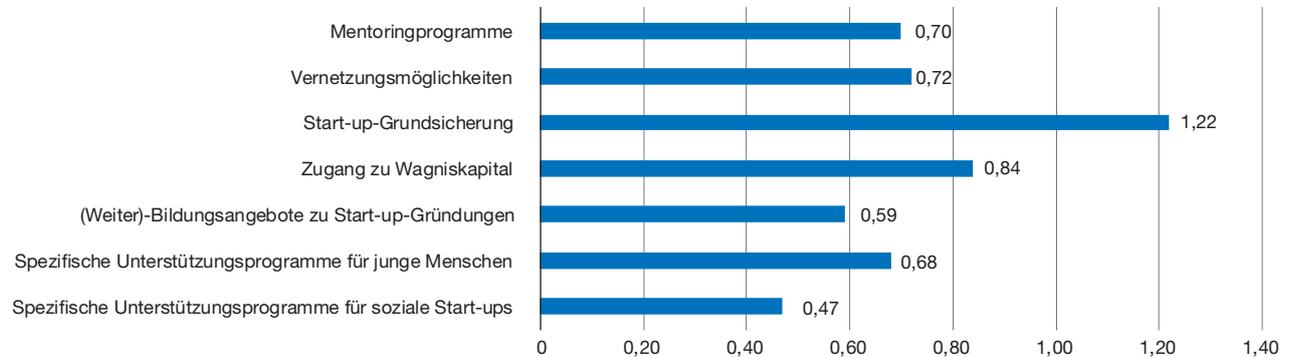
Tabelle 1
Unterstützungsmaßnahmen

Definition der jeweils betrachteten, hypothetischen Fördermaßnahmen

Fördermaßnahmen	
Mentoringprogramme	Start-up Gründer:innen erhalten Zugang zu sehr erfahrenen Gründer:innen und Spezialisten aus ihrem Technologiefeld bzw. ihrer Branche. Diese sollen mit Ratschlägen und ihrer Erfahrung Sparringspartner für unternehmerische Aktivitäten sein.
Vernetzungsmöglichkeiten	Gründer:innen können sich untereinander, aber auch mit potenziellen Kund:innen, Investor:innen und Unterstützer:innen austauschen und sich kennenlernen.
Start-up-Grundsicherung	Alle Gründungsinteressierten können eine unbürokratische „Start-up-Grundsicherung“ (Höhe äquivalent zur allgemeinen Grundsicherung) bis zu ein Jahr für die erste Unternehmensgründung beantragen. Sie erhalten grundlegende Sozialleistungen in dieser Zeit und einen Kündigungsschutz, falls sie aktuell in einer Festanstellung sind.
Zugang zu Wagniskapital	Durch verschiedene Plattformen, Unterstützungsprogramme und Austauschformate soll der Zugang zu Wagniskapital für Gründer:innen deutlich vereinfacht werden.
(Weiter)Bildungsangebote zu Start-up-Gründungen	Flächendeckende Bildungsformate für Gründungsinteressierte/Gründer:innen z. B. zu Themen wie Business Development, Ideation, Nutzung von KI zur Verbesserung der Produktivität und Mitarbeitendenführung.
Spezifische Unterstützungsprogramme für junge Menschen	Spezifische Unterstützungsprogramme für junge Menschen wie beispielsweise Gründungsstipendien für Studierende/Auszubildende/Young Professionals.
Spezifische Unterstützungsprogramme für soziale Start-ups	Spezifische Unterstützungsprogramme wie beispielsweise Gründungsstipendien für soziale Start-ups.

Quelle: Andrade et al. (2024).

Abbildung 3
Umfrageergebnis zu Unterstützungsmaßnahmen



Lesebeispiel: Wenn eine Start-up Grundsicherung vorliegt, steigt die Attraktivität ein Unternehmen zu gründen auf der Skala von 1 bis 7 um 1,22 Punkte.
Rangfolge der Effektstärken (geclustert). Bei der Rangfolge der Effektstärken, werden solche Effekte in einem Cluster zusammengefasst, welche sich anhand von Slope Difference Tests nicht signifikant voneinander unterscheiden.

Quelle: Andrade et al. (2024).

unterschiedlicher Ausprägung dargestellt werden (man spricht auch davon, dass die Attribute manipuliert werden) (Tabelle 1).

Exemplarisch bedeutet dies: In jedem Profil wird ein hypothetisches Szenario skizziert, in dem verschiedene Unterstützungsmaßnahmen vorhanden sind oder nicht vorhanden sind. Ein Szenario besteht somit aus einer Kombination verschiedener Unterstützungsmaßnahmen. Zum Beispiel: In einem Szenario gibt es ceteris paribus keine Start-up Grundsicherung, dafür aber Mentoringprogramme. In einem anderen Profil gibt es eine Start-up Grundsicherung, aber keine Mentoringprogramme. Das heißt, die Ausprägung der jeweiligen Unterstützungsmaßnahmen variiert im Hinblick auf die verschiedenen Entscheidungsprofile.

Die Auswertung der Entscheidungsprofile ermöglicht die Ableitung von Rückschlüssen auf die Präferenzen bezüglich der Relevanz einzelner Unterstützungsmaßnahmen und erlaubt ebenfalls eine Einschätzung der bevorzugten Gewichtung einzelner Unterstützungsmaßnahmen gegenüber anderen. Die systematische Manipulation der Attribute (Experimentalfaktoren) gestattet zudem die Ableitung kausaler Aussagen (z. B. die Attraktivität einer Gründung verändert sich um x %, wenn der Faktor verändert wird).

Im Rahmen der Studie wurden sämtliche Befragte gebeten, 16 Entscheidungsprofile sowie ein als „Übungsprofil“ bezeichnetes Szenario zu evaluieren. Die statistische Aussagekraft basiert demnach nicht nur auf 297 Datenpunkten (Anzahl der Befragten), sondern auf der Gesamtheit aller Aussagen. Demnach liegt der statistischen Betrachtung eine relevante Stichprobengröße von n=4.752

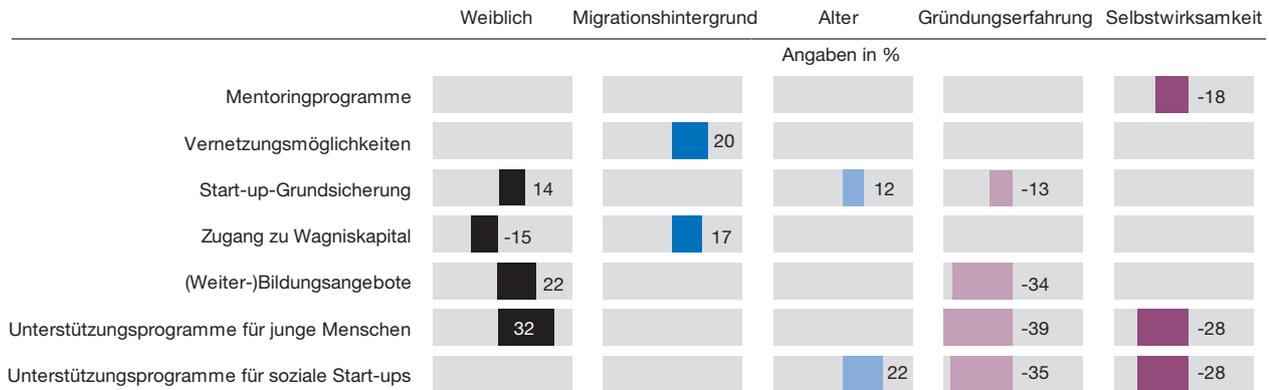
Entscheidungen zugrunde (diese Zahl ergibt sich aus 297 Befragten und 16 Entscheidungsprofilen). Durch den Einsatz robuster, geclusteter Standardfehler und Multi-Level-Regressionen (die 16 Entscheidungen werden in die jeweiligen Probanden genestet), wird die verschachtelte Struktur der Daten berücksichtigt und potenzielle Verzerrungen durch die wiederholten Entscheidungen einer Person vermieden.

Die Ergebnisse zeigen, dass alle sieben Unterstützungsmaßnahmen von den Befragten grundsätzlich positiv wahrgenommen werden und somit die Attraktivität, ein Unternehmen zu gründen, steigern. Die Effektstärke der jeweiligen Unterstützungsmaßnahmen ist allerdings unterschiedlich stark ausgeprägt. Den stärksten Effekt hat die Start-up-Grundsicherung, mit etwas Abstand folgt der Zugang zu Wagniskapital. Dadurch wird ersichtlich, dass bei jungen Gründungsinteressierten und Gründer:innen insbesondere finanzielle Unterstützungsangebote die Attraktivität ein Unternehmen zu gründen steigern würden. Vernetzungsmöglichkeiten, Mentoringprogramme und Unterstützungsprogramme für junge Menschen bilden das Mittelfeld. Darauf folgen Bildungsangebote zu Start-up-Gründungen. Den schwächsten Effekt zeigen Unterstützungsprogramme für soziale Start-ups (Abbildung 3).

Zielgruppenspezifische Bedürfnisse berücksichtigen

Bei genauerem Blick auf die Ergebnisse zeigt sich allerdings, dass die Wirkung der Unterstützungsmaßnahmen stark von den individuellen soziodemografischen Merkmalen abhängt. Zusätzlich zur allgemeinen Betrachtung der Effektstärken wurden bei der Analyse auch so-

Abbildung 4
Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen



Interaktionseffekte sind Effekte, in denen die Wirkung einer unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable davon abhängt, wie eine andere unabhängige Variable ausgeprägt ist (Aguinis et al., 2013). Beispiel: Wie stark wirkt sich eine Start-up-Grundsicherung auf die wahrgenommene Attraktivität ein Unternehmen zu gründen aus, wenn wir Frauen und Männer vergleichen?

Lesebeispiel: Jungen Frauen sind eine Start-up Grundsicherung, (Weiter-)Bildungsangebote und Unterstützungsprogramme wichtiger als jungen Männern. Der Zugang zu Wagniskapital ist ihnen um 15 % weniger wichtig.

Quelle: Andrade et al. (2024).

nannte Interaktionseffekte untersucht. Interaktionseffekte geben Aufschluss über die Wirkung einer unabhängigen Variablen auf die abhängige Variable, wenn die unabhängige Variable von der Ausprägung einer weiteren unabhängigen Variable abhängt (Aguinis et al., 2013).

In unserem Fall heißt das beispielsweise: Wie stark wirkt sich eine Start-up-Grundsicherung auf die wahrgenommene Attraktivität ein Unternehmen zu gründen aus, wenn wir Frauen und Männer vergleichen? Unterschiede in den Effektstärken zeigen sich demnach bei dem Geschlecht, dem Migrationshintergrund, dem Alter, der Gründungserfahrung und dem Vertrauen der jeweiligen jungen Menschen in ihre eigenen unternehmerischen Fähigkeiten (Selbstwirksamkeit) (Abbildung 4).

Bei jungen Frauen wirkt eine Start-up-Grundsicherung um etwa 14 % stärker aus, d.h. positiver auf die wahrgenommene Attraktivität ein Unternehmen zu gründen, als bei jungen Männern. Diese Aussage trifft auch auf spezifische Unterstützungsprogramme für junge Menschen zu, die für junge Frauen um ein Drittel (32 %) wichtiger sind. Weiterhin sind Weiterbildungsangebote für junge Frauen um 22 % wichtiger als für junge Männer. Demgegenüber ist den befragten jungen Frauen der Zugang zu Wagniskapital um 15 % weniger wichtig als jungen Männern.

Für Menschen mit Migrationshintergrund sind Vernetzungsmöglichkeiten um 20 % wichtiger als Menschen ohne Migrationshintergrund. Gleiches gilt für den Zugang

zu Wagniskapital. Fehlen Maßnahmen, die den Wagniskapitalzugang maßgeblich erleichtern, bewerten junge Menschen mit Migrationshintergrund ihre Startchancen als deutlich schlechter. Für sie ist der Zugang zu Wagniskapital bei einer Gründung um 17 % wichtiger als für Menschen ohne Migrationshintergrund.

Ältere Befragte schätzen die Attraktivität der Unternehmensgründung als geringfügig niedriger ein als jüngere, sofern kein Angebot einer Start-up-Grundsicherung besteht.² Dieses Angebot wird von älteren Befragten um 12 % höher priorisiert. Bei Unterstützungsprogrammen für soziale Start-ups ist ein vergleichbarer Zusammenhang erkennbar. Sie werden von älteren Befragten als 22 % wichtiger für die wahrgenommene Attraktivität der Unternehmensgründung eingeschätzt.

Jungen Menschen mit Gründungserfahrung ist eine Start-up-Grundsicherung weniger wichtig als jungen Menschen ohne Gründungserfahrung, zeigen die Interaktionseffekte. Die Relevanz einer solchen Grundsicherung wird von dieser Personengruppe um 13 % niedriger bewertet. Eine ähnliche Tendenz zeigt sich bei jungen Menschen mit Gründungserfahrung in Bezug auf (Weiter-)Bildungsangebote zu Start-up-Gründungen (um

² Die Aussage bezieht sich auf den Vergleich zweier Gruppen von Befragten: Eine Gruppe von jüngeren Befragten, deren mittleres Alter 19,6 Jahre beträgt und eine andere Gruppe von älteren Befragten, deren mittleres Alter 24,1 Jahren beträgt.

34 % weniger wichtig), spezifische Unterstützungsprogramme (39 % weniger wichtig) und spezifische Unterstützungsprogramme für soziale Start-ups (35 % weniger wichtig). Es lässt sich grundsätzlich festhalten, dass junge Menschen, die bereits über Gründungserfahrung verfügen, auf diese Unterstützungsangebote weniger stark positiv reagieren als junge Menschen, denen Gründungserfahrungen fehlen.

Junge Menschen, die ein starkes Vertrauen in ihre unternehmerische Selbstwirksamkeit haben, erachten Maßnahmen wie spezifische Unterstützungsprogramme und (Weiter-)Bildungsangebote zu Start-up-Gründungen als weniger relevant (jeweils 28 %). Auch Mentoringprogramme sind ihnen knapp ein Fünftel weniger wichtig (18 %). Für junge Menschen, die ein hohes Vertrauen in ihre Fähigkeiten haben, unternehmerische Aufgaben erfolgreich zu bewältigen, sind Unterstützungsmaßnahmen in geringerem Maße für die Gründung eines Unternehmens relevant.

Fazit

Unterstützungsangebote haben das Potenzial die Attraktivität einer Unternehmensgründung für junge Menschen zu steigern, wobei die Wirkung verschiedener Unterstützungsangebote variiert und sich nicht alle Angebote gleichermaßen stark positiv auswirken. Dies gilt vor allem auch dann, wenn auf soziodemografische Faktoren, wie Geschlecht, Migrationshintergrund und Alter, aber auch Gründungserfahrung und unternehmerische Selbstwirksamkeit geblickt wird. Dabei zeigt sich zudem, dass Gründungserfahrung oder vorhandene unternehmerische Selbstwirksamkeit die Notwendigkeit von Unterstützungsmaßnahmen insgesamt reduziert.

Ausgehend von den Studienergebnissen bleibt die Frage, was Entscheidungsträger:innen tun könnten, um die

Gründungsaktivitäten junger Menschen zusätzlich zu steigern. Die direkte Einbindung junger Menschen bei der Ausgestaltung von Unterstützungsangeboten kann dabei zielführend sein. Bereits existierende Unterstützungsangebote könnten hierfür ein zentraler Ansatzpunkt sein. Beispielsweise ist es denkbar, dass bereits die Kommunikation existierender Unterstützungsmaßnahmen, das heißt der Abbau von Informationsasymmetrien, zu einer Steigerung der Attraktivität und damit potenziell zu einer stärkeren Gründungsaktivität bei jungen Menschen führen kann.

Die Studienergebnisse legen nahe, dass eine Priorisierung von Unterstützungsangeboten entlang der hier vorgestellten Zielgruppen auf der Policy-Ebene sinnvoll sein könnte. Denn die Stärkung von Gründungsaktivitäten junger Menschen ist dabei nicht nur eine Frage individueller Förderung, sondern auch ein wesentlicher Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Wirtschaft insgesamt. Wenn es gelingt, junge Menschen früh zu fördern und ihnen gezielte Unterstützung zu bieten, kann dies die Innovationslandschaft bereichern und die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands nachhaltig steigern.

Literatur

- Aguinis, H., Gottfredson, R. K. & Culpepper, S. A. (2013). Best-Practice Recommendations for Estimating Cross-Level Interaction Effects Using Multilevel Modeling. *Journal of Management*, 39(6), 1490–1528.
- Andrade, I., Bürger, T., Schüler, J., Baum, M., Gorynia, N., Baharian, A. & Täube, F. (2024). *Young Founders Monitor*.
- Bertelsmann Stiftung. (2024). *Gründungsbereitschaft junger Menschen in Deutschland*.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2024). *Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2023/2024*.
- Green, P. E. & Srinivasan, V. (1978). Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook. *Journal of Consumer Research*, 5(2), 103–123.
- OECD & European Commission. (2023). *The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. OECD Publishing.

Title: *Young People’s Start-Up Potential in Germany and Opportunities for Support*

Abstract: *Entrepreneurial activity among young people in Germany remains low, thereby limiting Germany’s future innovation potential. A conjoint analysis of 297 young entrepreneurial-minded individuals identifies financial support – such as a start-up basic income and access to venture capital – as the most effective measures for increasing the attractiveness of youth entrepreneurship besides networking, mentoring and educational offers. Targeted supporting measures could help activate an untapped entrepreneurial potential and strengthen the entrepreneurial ecosystem.*