

Durst, Susanne; Leyer, Michael

Working Paper

Bedürfnisse von Existenzgründern in der Gründungsphase

Frankfurt School - Working Paper Series, No. 173

Provided in Cooperation with:

Frankfurt School of Finance and Management

Suggested Citation: Durst, Susanne; Leyer, Michael (2011) : Bedürfnisse von Existenzgründern in der Gründungsphase, Frankfurt School - Working Paper Series, No. 173, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt a. M.

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/50547>

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.

Frankfurt School – Working Paper Series

No. 173

**Bedürfnisse von Existenzgründern in der
Gründungsphase**

by Susanne Durst* and Michael Leyer*

September 2011

* Both authors contributed equally to this work and should be considered co-first authors.

Abstract

Start-ups are a dominant factor for the economic development of a country. However, the foundation of a company is a complex procedure and many start-ups fail. External support is available from many sources as e.g. business angels, tax advisors, chambers of industry and commerce, banks and venture capitalists. Here, the main question is, which needs do the company founders really have and which external source is preferred for a support of these needs. To answer this question an empirical study was conducted, questioning company founders. The results show that the needs of company founders for external support are on an average level. If the company founders require external help, they prefer different sources. Thus, regional networks of different actors should be set up to support the process of setting up a company. This enhances the chances of the external actors and the company founder to set up a sustainable successful collaboration.

Key words: entrepreneurship, analysis of needs, empirical study

JEL classification: D22; L26; M13

ISSN: 14369753

Contact:

Dr. Susanne Durst*
Institut für Entrepreneurship
Universität Liechtenstein
Fürst-Franz-Josef-Strasse, 9490 Vaduz
Fürstentum Liechtenstein

E-mail: susanne.durst@uni.li

Michael Leyer*
ProcessLab
Frankfurt School of Finance & Management
Sonnemannstraße 9-11
60314 Frankfurt am Main, Germany

E-Mail: m.leyer@fs.de

This article was published in Frankfurt am Main.

* Both authors contributed equally to this work and should be considered co-first authors.

Danksagung

Die Autoren der Studie möchten sich bei allen Teilnehmern für ihre Bereitschaft zur Beantwortung des Fragebogens bedanken. Diese ist besonders für Gründer nicht selbstverständlich, da sie in der Regel viel Zeit in ihr Unternehmen investieren müssen. Darüber hinaus gilt ein besonderer Dank Herrn Sebastian Schmidt, der in seiner Bachelor-Thesis wesentliche Grundlagen für die Studie mit entwickelt hat. Zudem möchten wir uns bei Manon Wehlmann bedanken, die als studentische Hilfskraft am ProcessLab mit an der Erarbeitung der Studie beteiligt war.

Content

Danksagung.....	3
1 Einleitung	5
2 Hintergrund	7
3 Durchführung der Untersuchung.....	11
4 Ergebnisse der Studie	13
4.1 Soziodemografische Daten	13
4.2 Motive der Gründung.....	14
4.3 Bedarf an Unterstützung	15
4.4 Typen von Existenzgründern	19
5 Fazit.....	22
Literaturverzeichnis	24
Anhang	26

1 Einleitung

Die Gründung eines Unternehmens, unabhängig davon, ob es sich um eine Neu- oder (derivative) Übernahmegründung handelt (Szyperski und Nathusius, 1999), wird als wesentlicher Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes gesehen (Herbig et al., 1994). Daher wurden in den vergangenen Jahren von vielen Regierungen Programme aufgelegt, mit dem Ziel Unternehmensgründungen bzw. das Entstehen einer Gründungskultur zu fördern. So gibt es z.B. in Deutschland die Initiative "Gründerland Deutschland", die auf die Schaffung einer stärkeren Gründungskultur abzielt. Ähnliche Aktivitäten werden von der Europäischen Kommission, z.B. Erasmus for Young Entrepreneurs und die Förderung von Existenzgründungen für Migranten und Personen von ethnischen Minderheiten, angeboten. Einige Universitäten bieten zudem spezielle Studiengänge und Weiterbildungen zur Existenzgründung und weitere Unterstützung für studentische Ausgründungen an (z.B. Technologietransferstellen und den Zugang zu Netzwerken und Infrastruktur). Daneben gibt es eine ganze Reihe von weiteren Akteuren wie z.B. Business Angels, Industrie- und Handelskammer (IHK), Handwerkskammer (HWK), Steuerberater, Managementberater, Banken und Risikokapitalgeber, die Gründer im Gründungsprozess unterstützen.

Die Schritte zur Gründung eines eigenen Unternehmens sind nicht immer einfach. Es sind eine Vielzahl von unterschiedlichen Aspekten zu berücksichtigen, die sich nicht immer alleine bewältigen lassen. Dies kann umso mehr zutreffen je innovativer bzw. komplexer die zu verwirklichende Geschäftsidee ist. Unterstützung in diesem Zusammenhang können externe Personen und/oder Unternehmen bieten.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, welche Bedürfnisse Existenzgründer haben und wie diese am besten unterstützt werden können. Denn eine Neugründung bedeutet für den Gründer immer eine extreme Herausforderung, da er möglicherweise nicht über alle notwendigen Kenntnisse für die Unternehmensgründung verfügt. Genau an diesem Punkt setzt die vorliegende Studie an, die gemeinsam von der Universität Liechtenstein und der Frankfurt School of Finance & Management durchgeführt wurde. Im Rahmen der Studie möchten wir nähere Informationen über die Bedürfnisse im Zusammenhang mit der Gründung (Neugründung oder Übernahmegründung) gewinnen. Dabei interessiert uns insbesondere in welchen Bereichen Gründer eine Unterstützung durch externe Personen/Unternehmen in Anspruch nehmen bzw. sich wünschen würden. Dazu soll auch eine Unterscheidung hinsichtlich möglicher unterschiedlicher Typen vorgenommen werden. Der Fokus der Studie liegt hinsichtlich dieser Thematik auf der Vorgründungsphase.

Die Studie ist wie folgt gegliedert: In Abschnitt 2 erfolgt eine Übersicht über den theoretischen Hintergrund, der die Grundlage für die Erarbeitung des Fragebogens bildet. Die

Vorgehensweise der durchgeführten Untersuchung wird in Abschnitt 3 dargestellt. Abschnitt 4 präsentiert die Ergebnisse der Studie. In Abschnitt 5 werden schließlich Handlungsempfehlungen aus den Ergebnissen abgeleitet.

2 Hintergrund

Unternehmensgründungen lassen sich in der Regel den sogenannten Kleinstunternehmen zuordnen. Diese werden nach der Definition der Europäischen Union mit einer Mitarbeiterzahl von weniger als neun und einem Jahresumsatz oder Bilanzsumme von weniger als 2 Mio. Euro charakterisiert. Der Anteil der Kleinstunternehmen entspricht in Deutschland etwa 81,5% aller Unternehmen (Jung, 2010). Auch wenn sie die geringsten Anteile an Umsatz, Bruttoinvestitionen und Bruttowertschöpfung von Unternehmen aufweisen, bilden sie dennoch das unternehmerische Fundament der deutschen Volkswirtschaft. So sorgen Unternehmensgründungen in Deutschland jährlich für einen Zuwachs von ca. 170.000 Unternehmen (Verhältnis von Gewerbeanmeldungen und -abmeldungen) (Angele, 2007). Zudem hängen auch 20 Prozent aller Beschäftigungsstellen an ihnen (Jung, 2010).

Die Entscheidung für die Gründung eines Unternehmens hat weitreichende Konsequenzen für den Gründer. Daher sollte diese Entscheidung intensiv durchdacht werden. Dies beinhaltet, neben anderen Faktoren, eine Selbsteinschätzung der eigenen Neigungen und Fähigkeiten, die Bereitschaft ein Unternehmen über einen längeren Zeitraum zu führen und die Analyse, ob die Gründung finanzierbar ist. Auch der Kontakt zu anderen Unternehmensgründern, kann eine Auswirkung auf die Entscheidung haben (De Clercq und Arenius, 2006). Weiterhin können eine passende Ausbildung, Branchenkenntnisse sowie bereits vorhandene Gründungserfahrungen den Erfolg für die Existenzgründung unterstützen (Delmar und Shane, 2004).

Die größten Antriebsfaktoren potentieller Gründer sind der Drang zur Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung (De, 2005). Allerdings zeigen Studien, dass die Angst vor dem Scheitern über die Hälfte der Gründungswilligen davon abhält, ihr Vorhaben umzusetzen (Brixy et al., 2010). Hauptgründe sind die Aufgabe einer sicheren Beschäftigung, der drohende Verlust der finanziellen Existenz und der Verlust des gesellschaftlichen Ansehens im Falle eines Scheiterns. Aber auch externe Faktoren, wie schlechte ökonomische Rahmenbedingungen oder regulatorische Einschränkungen, können ein Gründungsvorhaben verhindern (Hebig, 1999).

Erfolgt dennoch eine Gründung, scheitern circa 50 Prozent innerhalb der ersten Jahre (Jungbauer-Gans und Preisendörfer, 1991). Wesentliche Gründe hierfür sind eine mangelnde Planung (Jungbauer-Gans und Preisendörfer, 1991), mangelnde Erfahrung im operativen Geschäft (Hebig, 1999) und nicht zuletzt ein Mangel an Kapital oder finanzielle Fehlentscheidungen (Bruno et al., 1987). Die Ursachen dafür liegen oft in der Zeit vor der eigentlichen Gründung des Unternehmens (Mellewigt und Witt, 2001). Allerdings ist ein frühes Scheitern insbesondere aufgrund von finanziellen Schwierigkeiten nicht auf negative Rahmenbedingungen, d.h. fehlende Angebote von Fördermitteln und (Beratungs-)Dienstleistungen zurückzu-

führen (Brixy et al., 2010). Vielmehr lässt sich feststellen, dass das vorhandene Angebot von Förder- und Beratungsinstitutionen nur teilweise wahrgenommen wird.

Für die Gründung eines Unternehmens greifen Gründer vor allem auf Wissen aus ihrer Ausbildung, ihrer Berufserfahrung usw. zurück. Daher liegt der Fokus vor allem zu Beginn der Unternehmenstätigkeit auf dem persönlichen Humankapital des Gründers (De Clercq und Arenius, 2006). Dies bedeutet im Gegenzug, dass die Möglichkeiten des Gründers von diesem Kapitalstock beeinflusst werden. Eine falsche Nutzung dieses Kapitalstocks bzw. unüberlegte Entscheidungen haben daher im Gegensatz zu etablierten Unternehmern negativere Implikationen auf den Unternehmenserfolg. Diese Ressourcenbeschränkung könnte durch die Nutzung externer Unterstützung reduziert werden.

Das Angebot der externen Unterstützung sollte dabei an den Bedürfnissen der Existenzgründer ausgerichtet sein, um eine bedarfsgerechte Unterstützung zu ermöglichen. Dafür sollte der Gründungsprozess näher betrachtet werden. In der Literatur finden sich eine Vielzahl an unterschiedlichen Ansätzen, die versuchen der Abgrenzung und Einteilung der Existenzgründung in verschiedene Phasen gerecht zu werden. Dabei erstreckt sich die Anzahl der Phasen von zwei (Mellewigt und Witt, 2001), drei (Brixy et al., 2010) und vier (Steggmann, 2007) bis hin zu sieben Phasen (Kaiser und Gläser, 1999). Daraus lassen sich fünf generische Phasen der Existenzgründung zusammenfassen (Abbildung 1). Der rote Pfeil kennzeichnet dabei die Vorgründungsphase, die auch in der Studie untersucht werden soll, d.h. es interessieren uns die Bedürfnisse vor der eigentlichen Gründung.

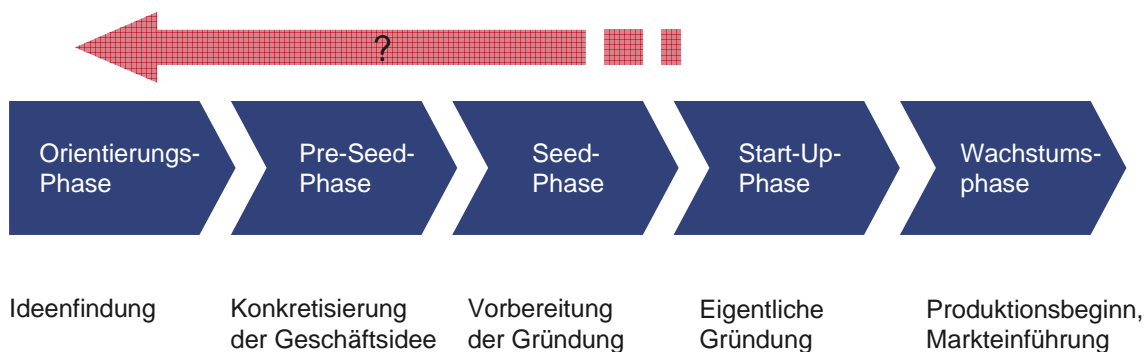


Abbildung 1: Generische Phasen der Existenzgründung

In diesen Vorgründungsphasen kann eine Reihe von Problemen auftreten. So unterscheidet De (2005) in interne und externe Probleme (Tabelle 1). Interne Probleme sind vom Gründer beeinflussbar, während externe Probleme schwer zu ändernde Rahmenbedingungen sind.

Interne Probleme	Externe Probleme
Zu geringe Eigenkapitalquote	Mangelnde Nachfrage
Qualifizierte Personalbeschaffung	Verzögerte Zahlungen von Kunden
Unzureichende Kenntnis von Finanzierungsmöglichkeiten	Marktpreisrisiken (beispielsweise Personalkosten)
Zu hohe Arbeitsbelastung	Sicherheitsforderungen der Kapitalgeber
Schlechte Preispolitik	Zweifel am Gründer
	Konkurrenzdruck
	Steuern & Abgaben

Tabelle 1: Interne vs. Externe Probleme von Existenzgründern (De, 2005)

Eine weitere Unterteilung von potentiellen Problemen in der Vorgründungsphase wird von (Steggmann, 2007) hinsichtlich einer zeitlichen Dimension vorgenommen. Danach können alle Probleme in drei Dimensionen eingeteilt werden:

- Probleme, auf die zum Zeitpunkt der Gründung kein Einfluss genommen werden kann.
- Probleme, die von Anfang an proaktiv durch eigenes Verhalten behoben werden können.
- Probleme, auf die der Gründer sich von Anfang an durch Berücksichtigung in der Unternehmensplanung reaktiv einstellen kann.

Anhand dieser Dimensionen können die internen und externen Probleme eingeordnet und hinsichtlich ihres Auftretens und möglicher Unterstützung präzisiert werden (Tabelle 2).

Kurzfristig nicht lösbar (langfristige Probleme)	Proaktive Anpassung (kurzfristige Probleme)	Reaktive Berücksichtigung (kurzfristige Probleme)
Unzureichende Ausbildung	Unzureichende Eigenkapitalquote	Marktpreisrisiken
Unzureichende Branchenerfahrung	Mangelnde Nachfrage	Wettbewerbsverhalten
Keine oder zu lange Berufserfahrung	Mangelndes Wissen (In Finanzen, Marketing, Personal, Rechnungswesen, Produktionswirtschaft)	Steuern & Abgaben
Vorhergehende Selbstständigkeit	Ungenügende Planung	
Mangel an Eigenmotivation	Zu kleines Netzwerk	
Zu hohe Sicherheitsforderungen der Kapitalgeber / mangelnde Bonität	Zweifel am Gründer durch Externe	

Tabelle 2: Problemarten von Entrepreneuren

Bei der Betrachtung sollte zudem berücksichtigt werden, dass nicht jeder Gründer gleich ist. So können unterschiedliche Typen von Existenzgründern verschiedene Bedürfnisse haben.

Um verschiedene Typen von Unternehmensgründern zu identifizieren, werden die in Abbildung 2 erfassten Merkmale herangezogen. So spielen einerseits das Alter (bezüglich z.B. Berufserfahrung) und die Ausbildung (z.B. vorhandenes Wissen) eine Rolle für eine Bedürfniserfassung. Andererseits sind die persönlichen Eigenschaften und die Motive der Existenzgründung wesentliche Faktoren für die eventuell benötigte Unterstützung.

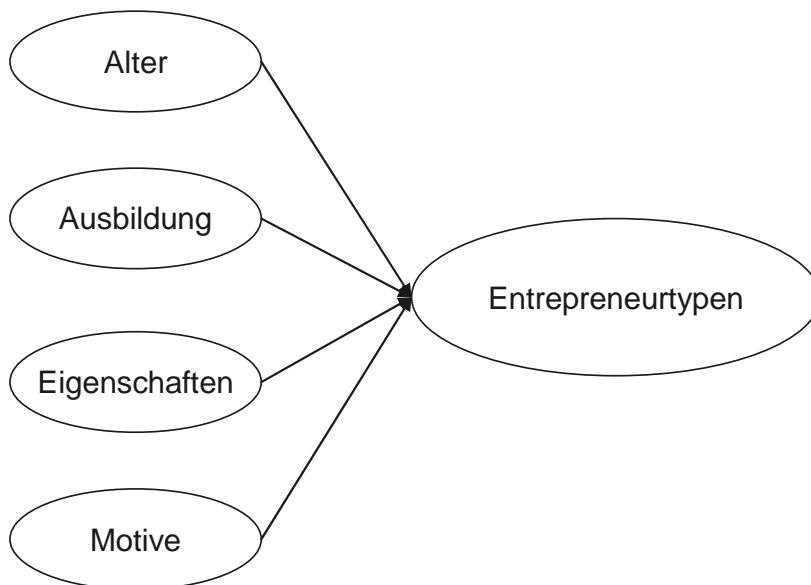


Abbildung 2: Typenbildung von Gründern

3 Durchführung der Untersuchung

Die Durchführung der empirischen Erhebung entspricht der für solche Projekte üblichen Vorgehensweise (z.B. Schöneck und Voß, 2005). Für eine quantitative Auswertung und zur Vermeidung von unklaren oder unvollständigen Antworten haben wir überwiegend geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antworten verwendet (Evans und Mathur, 2005). Für einige Fragen wurde eine Mischung aus beiden Typen verwendet, um zusätzliche Informationen der Teilnehmer zu erfragen (Diekmann, 2005). Für die Bewertung von Aspekten wie den Motiven für die Unternehmensgründung, Eigenschaften und den Bedürfnissen nach Unterstützung wurde eine fünfstufige Likert-Skala (1 „unwichtig“ bis 5 „sehr wichtig“) verwendet.

Der Fragebogen ist explorativer Art und basiert auf den theoretischen Überlegungen aus Kapitel 2. Er ist in drei Abschnitte unterteilt (Abbildung 3). Im ersten Abschnitt werden die demographischen Angaben der Teilnehmer erfragt. Dies ist vor allem für die Typenbildung notwendig. Um ein besseres Bild über die Motivation der Unternehmensgründung der Teilnehmer zu bekommen, werden im zweiten Abschnitt typische Eigenschaften der Kunden erfragt. Auch diese sollen für die Typenbildung genutzt werden. Der dritte Abschnitt stellt den Kern der Studie dar. Hier werden sowohl die Bedürfnisse hinsichtlich der Gründung ermittelt als auch die Anlaufstellen, die die Teilnehmer dafür als relevant erachten.

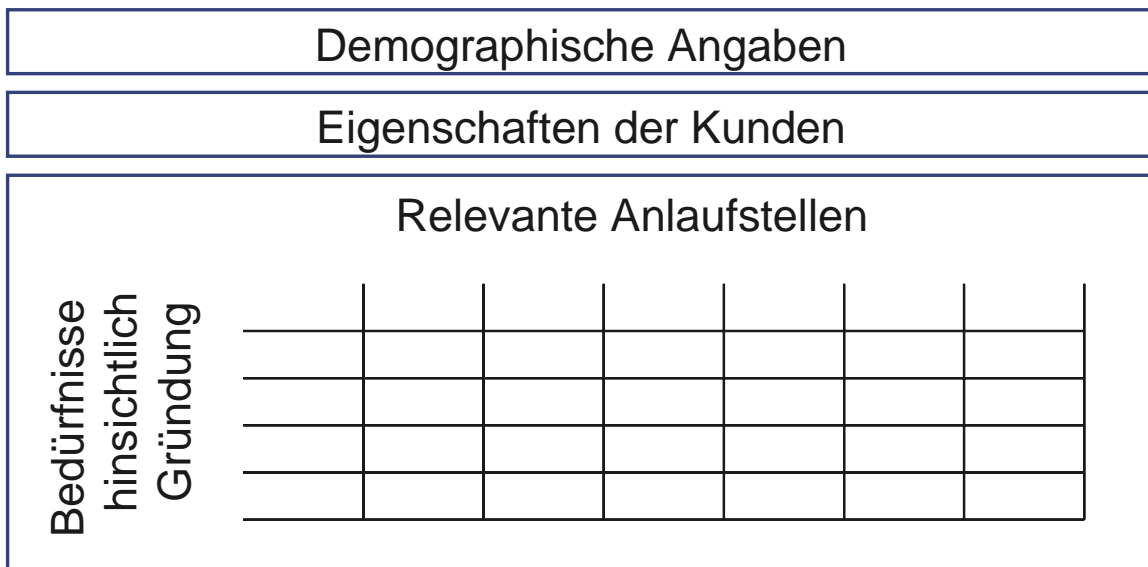


Abbildung 3: Struktur des Fragebogens¹

¹ Der vollständige Fragebogen befindet sich in Anhang 1.

Der Fragebogen wurde vor der Durchführung der Befragung einem Pre-Test unterzogen. Ziel war es, die logische Reihenfolge der Fragen, die Verständlichkeit und die Beantwortbarkeit in einem vorgesehenen Zeitrahmen (10 Minuten) sicherzustellen. Dies erfolgte durch eine Person mit Erfahrung in der Online-Marktanalyse und eine Person mit Erfahrung in der Unternehmensgründung.

Für die Durchführung der Studie wurde der Fragebogen in einem Online-Tool implementiert. Damit wurde eine unkomplizierte, ortsunabhängige Verbreitung des Fragebogens ermöglicht. Zudem konnte damit gesteuert werden, dass die Teilnehmer bei bestimmten Antworten nur die für sie relevanten Fragen beantworten mussten. Der Fragebogen war für potentielle Teilnehmer im Zeitraum November 2010 bis April 2011 freigeschaltet. Zur Gewinnung von Teilnehmern wurden Kontakte aus den Institutionen der beiden Autoren (dem KMU Zentrum der Universität Liechtenstein und der Frankfurt School of Finance & Management) mit einem kurzen Anschreiben darum gebeten, den Fragebogen auszufüllen. Darüber hinaus wurde das Anliegen in themenrelevanten Gruppen des sozialen Geschäftsnetzwerks Xing verbreitet. Um den Anreiz zur Teilnahme zu erhöhen, wurde den Teilnehmern die Ergebnisse der Studie in Aussicht gestellt.

4 Ergebnisse der Studie

4.1 Soziodemografische Daten

Insgesamt haben 108 Personen den Link zum Fragebogen angeklickt. Allerdings haben nur 59 Personen tatsächlich begonnen den Fragebogen auszufüllen. Von diesen haben wir 43 für die Untersuchung relevante Fragebögen identifiziert. Die anderen Personen haben nur Angaben zu soziodemographischen Fragen beantwortet und kamen daher für eine Auswertung nicht in Frage. Die verbliebenen 43 Fragebögen stellen die realisierte Stichprobe dar und sind bis auf einzelne nicht beantwortete Fragen vollständig. Diese Zahl ist nominal gesehen nicht sehr hoch. Es kann allerdings davon ausgegangen werden, dass die Teilnehmer ein Interesse an der wahrheitsgemäßen Beantwortung der Fragen hatten, da die Umfrage aktiv angeklickt wurde. Tabelle 3 gibt einen Überblick über die soziodemographischen Daten der Teilnehmer.

Variable	Durchschnitt	Standardabweichung	Median	Minimum	Maximum
Geschlecht (1 = weiblich; 2 = männlich)	1.72	.454	2	1	2
Berufliche Ausbildung (1 = ja; 2 = nein)	1.51	.506	2	1	2
Berufserfahrung (in Jahren)	14.49	10.034	13	0	34
Unternehmen bereits gegründet (1 = ja; 2 = nein)	1.26	.441	1	1	2
Gründungsjahr	2007	4.764	2008	1986	2010
Anzahl der Mitarbeiter	5.59	11.967	2	0	60
Investierte Zeit in die Gründung (in Wochen)	16.97	20.479	9	1	88
Gründung mehrerer Unternehmen (1 = ja; 2 = nein)	1.59	.499	2	1	2
Existenz des gegründeten Unternehmens (1 = ja; 2 = nein)	1.57	.514	2	1	2
Art der Gründung (1 = Neugründung; 2 = Übernahmegründung)	1.18	.405	1	1	2
Geschäftsidee bereits vorhanden (1 = ja; 2 = nein)	1.18	.405	1	1	2
Einschätzung des Innovationsgrades der Geschäftsidee (1 - 5)	3.56	.882	4	2	5

Tabelle 3: Soziodemographische Daten der Befragten [N=43]

Betrachtet man die prozentuale Verteilung ausgewählter Werte so zeigt sich, dass über zwei Drittel der Teilnehmer (71,1%) männlich sind, weiblich sind dagegen nur 27,9%. Die Gründung eines Unternehmens findet über alle Altersklassen verteilt statt (Abbildung 4).

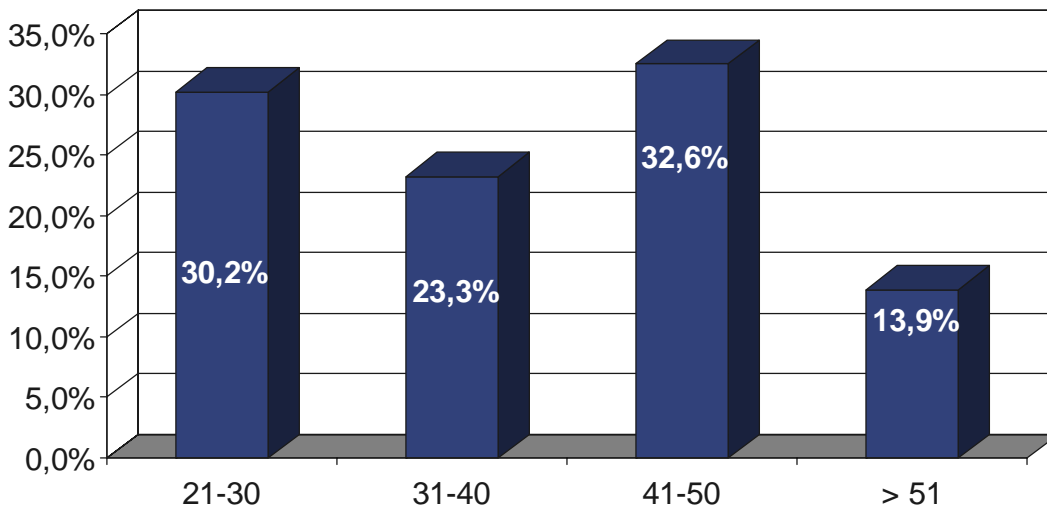


Abbildung 4: Alter der Teilnehmer [N=43]

Allerdings konzentriert sich das Alter der Befragten auf die Altersgruppen „21-30“ und „41-50“. Es scheint, als gäbe es zwei wesentliche Phasen im Leben, in denen sich eine Person entscheidet, ein Unternehmen zu gründen. Einerseits finden Gründungen eher in einem Alter zwischen 21 und 30, also nach Abschluss einer Berufsausbildung oder eines Studiums, statt. Andererseits in einem Alter zwischen 41 und 50, wenn eine Person bereits einige Erfahrungen im Berufsleben gewonnen hat und eventuell nach neuen oder alternativen Möglichkeiten/Herausforderungen strebt.

Knapp drei Viertel der Teilnehmer (74,4%, N=32) haben bereits ein Unternehmen gegründet, d.h. sie haben einen vollständigen Überblick über ihre Erfahrungen und Bedürfnisse in der Gründungsphase. Dabei handelt es sich überwiegend um Neugründungen (81,8 %, N=11). Lediglich 19,2% haben eine Übernahmegründung durchgeführt, d.h. ein bestehendes Unternehmen übernommen.

4.2 Motive der Gründung

Der Hauptgrund für die Gründung eines Unternehmens ist der Wunsch nach Selbständigkeit (33,3%, N=13) sowie die Überzeugung von der eigenen Geschäftsidee bzw. des Geschäftsmodells (30,8%, N=12). Andere Gründe wie die Entdeckung einer Marktlücke (10,3%, N=4), die Unzufriedenheit mit der vorherigen/derzeitigen Beschäftigung (10,3 %, N = 4), plötzliche Arbeitslosigkeit (10,3%, N=4) sowie ein Mangel an Einkommensalternativen (5,1%, N=2) spielen dagegen keine bedeutende Rolle. Dies lässt darauf schließen, dass die wenigsten Teil-

nehmer der Studie aus der Not heraus gehandelt haben, sondern sich bewusst für die Gründung eines Unternehmens entschieden haben.

Dabei wurden die Befragten nicht von Motiven wie einem höheren Einkommen (Mittelwert von 3.27, Standardabweichung 0.932) oder Prestige (Mittelwert von 2.73, Standardabweichung 1.045) getrieben, sondern viel mehr durch den Wunsch, selbständig zu sein (Mittelwert von 4.27, Standardabweichung 0.838), etwas Neues zu erschaffen (Mittelwert von 4.30, Standardabweichung 0.777) und dem Wunsch nach Selbstverwirklichung (Mittelwert von 4.00, Standardabweichung 0.717).

Für dieses Ziel haben die Befragten hinsichtlich ihrer persönlichen Eigenschaften eine sehr positive Selbsteinschätzung (Abbildung 5). Im Durchschnitt sind die für eine Existenzgründung als notwendig erachteten Eigenschaften stark bis sehr stark bei den Befragten ausgeprägt. Die einzige Ausnahme ist die Risikobereitschaft, die lediglich etwas mehr als ein Drittel der Antwortenden bei sich stark bzw. sehr stark ausgeprägt sieht.

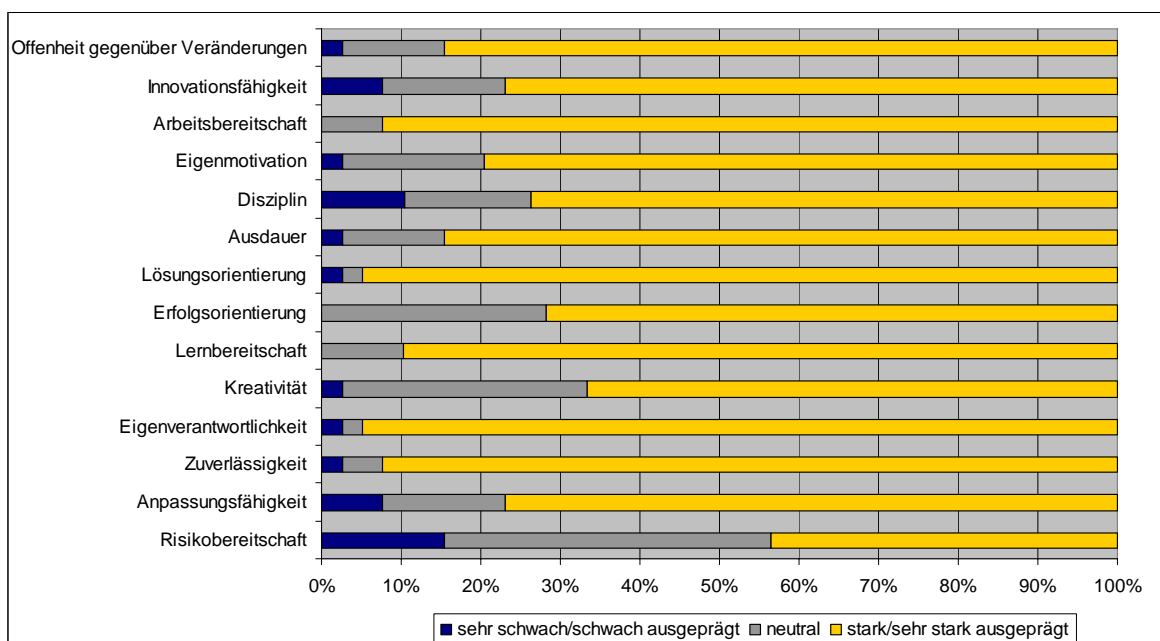


Abbildung 5: Persönliche Eigenschaften der Befragten (N = 39)

4.3 Bedarf an Unterstützung

Um in Erfahrung zu bringen, welchen Herausforderungen sich die Existenzgründer in der Gründungsphase gegenüber sehen, wurden die Teilnehmer gebeten diese zu bewerten. Eine Übersicht über die Antworten gibt Abbildung 6. Die größten Herausforderungen sehen die Befragten im fehlenden Netzwerk, einem zu geringen Eigenkapital und einer unzureichenden

betriebswirtschaftlichen Kompetenz des Gründers. Aber es werden auch Probleme in der unzureichenden Planung von Gründern, der mangelnden Nachfrage nach der angebotenen Dienstleistung/ dem angebotenen Produkt sowie unzureichenden Finanzierungsmöglichkeiten gesehen. Dagegen wird die Gründungsförderung durch den Staat als sehr positiv eingeschätzt. Auch der viel diskutierte Mangel an Fachpersonal wird als unwichtig erachtet. Zudem spielen Steuern und Abgaben aus Sicht der Befragten (noch) keine kritische Rolle. Die Arten dieser Herausforderungen sind unterschiedlichster Natur. So könnten Gründer einerseits persönlich gefördert werden, andererseits könnten Rahmenbedingungen verändert werden. Welche Bedürfnisse sich aus den Herausforderungen ergeben wird im Folgenden dargestellt.

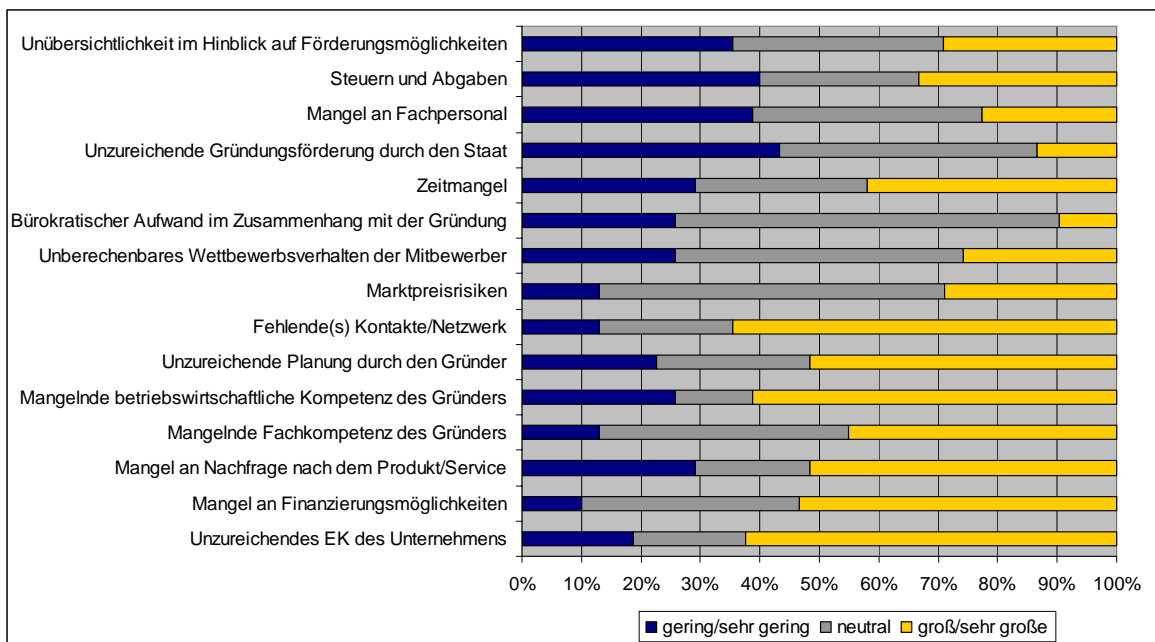


Abbildung 6: *Einschätzung der Herausforderungen im Zusammenhang mit der Gründung*²

Befragt nach den Bedürfnissen während der Gründung ergibt sich, dass der Bedarf der Teilnehmer durchschnittlich nicht sehr hoch ist (Tabelle 4). Um herauszufiltern, welche Bedürfnisse wichtig sind, haben wir hier nur die Antworten „hoch“ und „sehr hoch“ in die Auswertung mit einbezogen. Mit weitem Abstand haben die Befragten vor allem ein Bedürfnis nach Marktinformationen. Aber auch im Marketing, bei der Vertragsgestaltung, Kenntnissen in betriebswirtschaftlichen Bereichen sowie beim Aufbau von Geschäftskontakten besteht ein höherer Bedarf nach Unterstützung. Dies deckt sich weitestgehend mit den Herausforderungen; der Bedarf an externer Unterstützung ist allerdings nur bei rund einem Drittel bis der Hälfte der Befragten vorhanden. Gar keinen Bedarf haben die Befragten vor allem bei der

² Die Bewertungen auf der fünfstufigen Likert-Skala wurden gruppiert. Hierzu wurden die Antworten „sehr gering“ und „gering“ zusammengefasst sowie die Antworten „hoch“ und „sehr hoch“.

Erstellung eines Businessplans. Dies ist erstaunlich, da im Allgemeinen dieser Punkt als kritisch hervorgehoben wird. Auch Unterstützung hinsichtlich Kreativitäts- und Managementtechniken sowie bei der Personalplanung wird wenig benötigt. Dies ist nachvollziehbar, da solche Fähigkeiten in der Anfangsphase eines Unternehmens eher weniger benötigt werden.

Bedürfnisse der Gründer	Anteil der Antwortenden mit „hohem“ und „sehr hohem“ Interesse
Kenntnisse in betriebswirtschaftlichen Bereichen [N=34]	35,3 %
Marktinformationen [N=33]	60,7 %
Beratung bei der Unternehmensplanung [N=33]	21,2 %
Unterstützung bei der Personalplanung [N=33]	9,1 %
Unterstützung im Marketing [N=34]	41,2 %
Unterstützung bei der Finanzierung [N=34]	29,4 %
Unterstützung bei der Erstellung von Förderanträgen [N=34]	23,5 %
Unterstützung bei der Vertragsgestaltung [N=34]	41,4 %
Unterstützung bei der Internationalisierung [N=34]	23,5 %
Unterstützung bei der Anmeldung von Rechten [N=34]	29,4 %
Unterstützung bei der Erstellung eines Businessplans [N=34]	2,9 %
Unterstützung bezüglich Kreativitätstechniken [N=34]	8,8 %
Unterstützung bezüglich Managementtechniken [N=34]	8,8 %
Unterstützung beim Aufbau von Geschäftskontakten/ Netzwerken [N=34]	32,4 %

Tabelle 4: Hoher und sehr hoher Unterstützungsbedarf je nach Bedürfnis

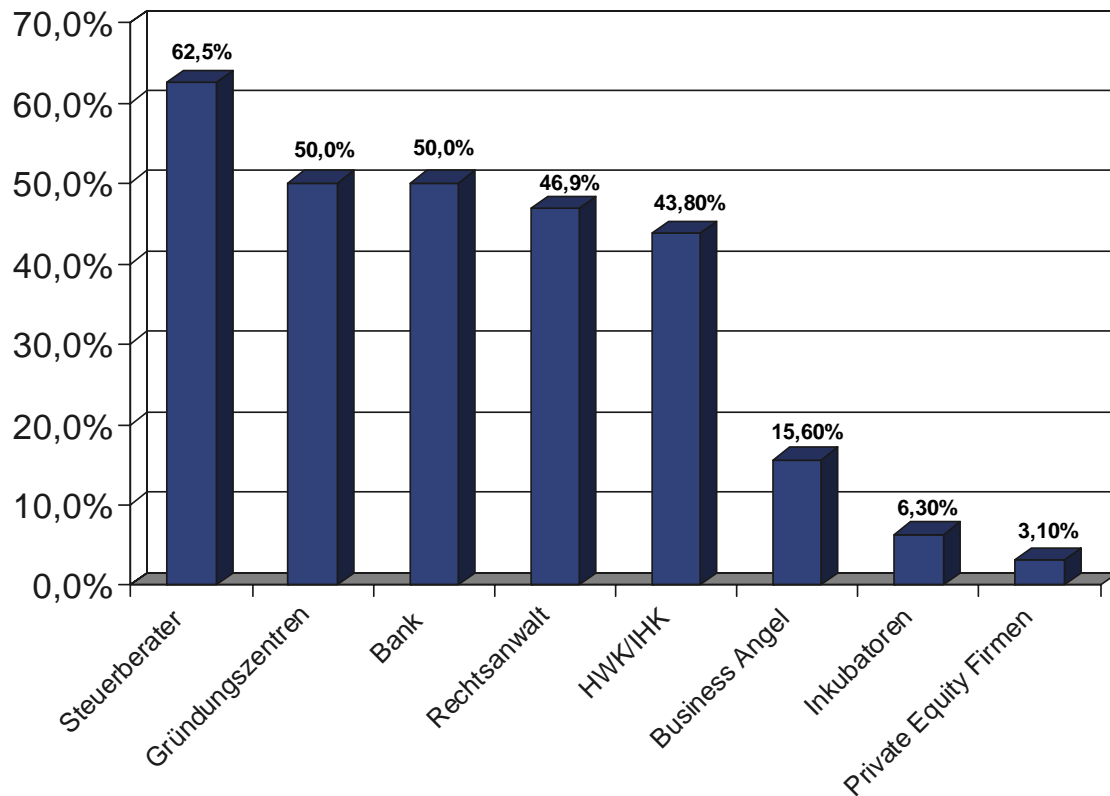
Für die Antwortenden mit einem „hohen“ und „sehr hohen“ Bedürfnis haben wir zudem ausgewertet, von welcher Anlaufstelle diese sich am ehesten eine Unterstützung vorstellen können (Tabelle 5). Inkubatoren und Private Equity Firmen sind für kein Bedürfnis eine bevorzugte Anlaufstelle. Dagegen spielen vor allem Gründungszentren eine große Rolle aus Sicht der Befragten. Aber auch Business Angel sowie die örtlichen Handwerkskammern (HWK) und Industrie- und Handelskammer (IHK) sind wichtige Anlaufstellen. Die Ergebnisse verdeutlichen den hohen Stellenwert von Steuerberatern in betriebswirtschaftlichen Bereichen. Dagegen sind Rechtsanwälte bei ihren originären Aufgaben die bevorzugte Anlaufstelle. Auch die Bank steht bei ihrer originären Aufgabe, der Unterstützung der Finanzierung, an erster Stelle. Allen genannten Anlaufstellen wird aber weder bei der Beratung für die Unternehmensplanung, der Unterstützung im Marketing und bei Managementtechniken sowie beim Aufbau von einem geschäftlichen Netzwerk die Hauptkompetenz zugeschrieben.

Bedürfnisse der Gründer	Bevorzugte Anlaufstelle bei großem Interesse
Kenntnisse in betriebswirtschaftlichen Bereichen [N=11]	Steuerberater (45,5 %)
Marktinformationen [N=17]	HWK/ IHK (47,1 %)
Beratung bei der Unternehmensplanung [N=6]	Sonstige (21,2 %)
Unterstützung bei der Personalplanung [N=3]	Gründungszentren/ Business Angel/ Sonstige (33,3 %)
Unterstützung im Marketing [N=12]	Sonstige (50,0 %)
Unterstützung bei der Finanzierung [N=8]	Bank (75,0 %)
Unterstützung bei der Erstellung von Förderanträgen [N=7]	Gründungszentren (85,7 %)
Unterstützung bei der Vertragsgestaltung [N=13]	Rechtsanwalt (92,3 %)
Unterstützung bei der Internationalisierung [N=7]	Business Angel/ HWK/ IHK (42,9 %)
Unterstützung bei der Anmeldung von Rechten [N=9]	Rechtsanwalt (88,9 %)
Unterstützung bei der Erstellung eines Businessplans [N=1]	Steuerberater/ Gründungszentren (100,0 %)
Unterstützung bezüglich Kreativitätstechniken [N=3]	HWK/ IHK/ Gründungszentren/ Business Angel (33,3 %)
Unterstützung bezüglich Managementtechniken [N=3]	Sonstige (100,0 %)
Unterstützung beim Aufbau von Geschäftskontakten/ Netzwerken [N=9]	Sonstige (55,6 %)

Tabelle 5: Bevorzugte Anlaufstellen für Bedürfnisse bei großem Interesse

Das gewonnene Bild spiegelt sich auch in den Antworten über bereits stattgefundene Kontaktaufnahmen wider (Abbildung 7). Knapp zwei Drittel der Antwortenden hatten bereits Kontakt zu einem Steuerberater. Dagegen ist der Kontakt zu Private Equity Firmen, Inkubatoren und Business Angels verschwindend gering gewesen. Die anderen Anlaufstellen wurden jeweils von rund der Hälfte der Antwortenden bereits in der Vergangenheit kontaktiert. Das benötigte Wissen scheint damit bei vielen Teilnehmern vorhanden zu sein. In der Folge wird der Kontakt zur externen Anlaufstelle nicht für notwendig erachtet oder die externe Institution scheint für Unterstützungsmaßnahmen uninteressant zu sein. Allerdings liefern die detaillierten Ergebnisse pro Bedürfnis einen Anhaltspunkt, welche Anlaufstelle überhaupt welches Angebot vorhalten bzw. intensivieren sollte.

Abbildung 7: Kontakt zu externen Anlaufstellen (N = 32)



4.4 Typen von Existenzgründern

Die erhobenen Daten können nun dazu genutzt werden, unterschiedliche Typen von Existenzgründern zu identifizieren. Dazu werden in einem ersten Schritt die wesentlichen Eigenschaften der Gründer identifiziert. Zu diesem Zweck wird eine explorative Faktorenanalyse (Hauptachsen-Faktorenanalyse; Varimax Rotation; KMO: 0.575; Bartlett's Test of Sphericity $\chi(210) = 536.04$ ($p < .000$)) durchgeführt. Damit lassen sich die einzelnen Eigenschaften zu vier wesentlichen Eigenschaften von Existenzgründern zusammenfassen (Abbildung 8).

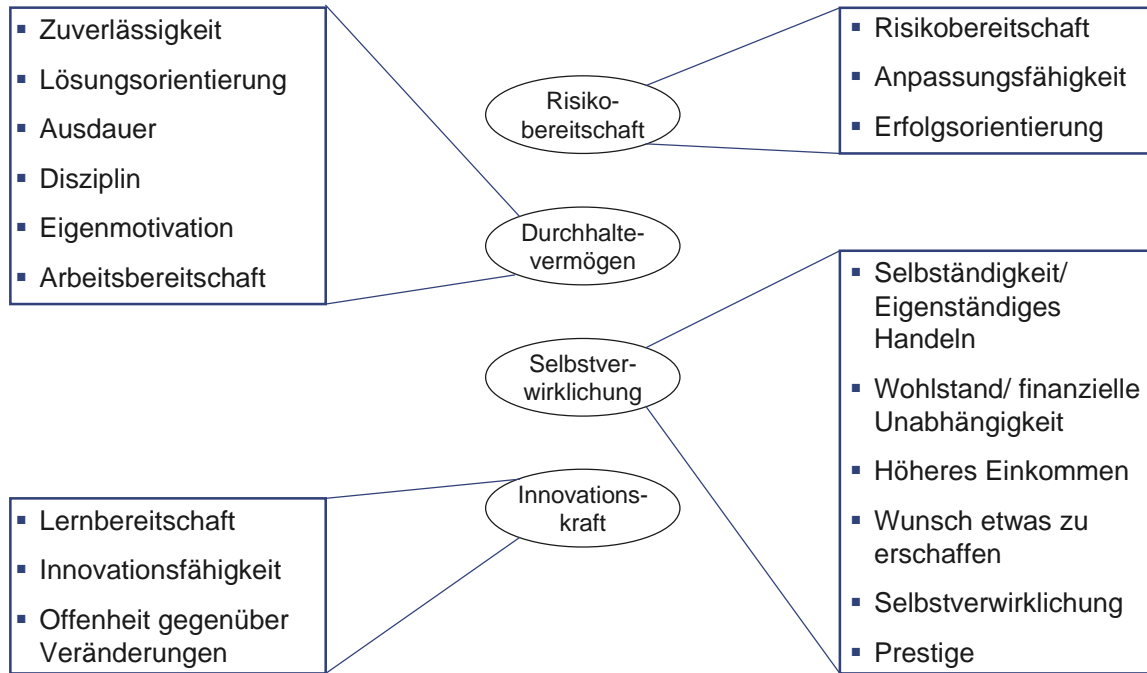


Abbildung 8: Wesentliche Eigenschaften von Existenzgründern

Für die Bildung der Typen von Existenzgründern wurde eine zweistufige Clusteranalyse durchgeführt. Dazu wurden die vier Eigenschaften sowie der Ausbildungsgrad mit in die Analyse einbezogen. Das Ergebnis sind zwei Cluster, d.h. zwei Typen von Existenzgründern.³ Die Ergebnisse zeigen, dass der Ausbildungsgrad keine Rolle spielt. Für beide Typen wurde zudem getestet, ob es einen Unterschied hinsichtlich des Alters gibt. Dabei lassen sich die Altersgruppen „21-30“ und „31-40“ eindeutig dem ersten Typ und die Altersgruppen „41-50“ und „> 51“ dem zweiten Typ zuordnen.⁴ Im Ergebnis lassen sich die zwei Typen wie in Abbildung 9 dargestellt charakterisieren.

³ Die detaillierten Ergebnisse befinden sich in Anhang 2.3.

⁴ Die Ergebnisse des Chi-Quadrat-Tests befinden sich in Anhang 2.4.

	Typ 1 Nachhaltige Gründer (N = 18)	Typ 2 Experimentierer (N = 19)
Alter	> 40 Jahre	< 40 Jahre
Risikobereitschaft	✓	✗
Durchhaltevermögen	✓	✗
Selbstverwirklichung	✓	✗
Innovationskraft	✗	✓

Abbildung 9: Typen von Existenzgründern

Existenzgründer, die sich dem ersten Typ zuordnen lassen, sind älter und stehen in der Regel schon länger im Berufsleben. Es kann davon ausgegangen werden, dass diese den Entschluss zur Unternehmensgründung nach reichlicher Überlegung und auf Basis umfangreicher Branchenerfahrung fassen. Ziel ist die Gründung eines auf Dauer angelegten Unternehmens, d.h. sie streben die Verwirklichung eines lang gehegten Lebenstraums an. Dafür sind die Existenzgründer über einen längeren Zeitraum bereit hart zu arbeiten. Dafür gehen sie in der Regel ein hohes Risiko ein, da sie vor allem ihre etablierte berufliche Stellung aufgeben.

Existenzgründer, die sich dem zweiten Typ zuordnen lassen, sind erheblich jünger und stehen am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn. Das Ziel einer Existenzgründung ist das Ausprobieren einer innovativen Idee. Allerdings ist die Risikobereitschaft gering. Diesen Gründern geht es nicht darum sich selber zu verwirklichen, sondern sie wollen einfach eine Idee ausprobieren.

Vergleicht man die Ausprägung der Bedürfnisse je nach Typ, ergeben sich nur für zwei Bedürfnisse statistisch signifikante Unterschiede. Mitglieder von Typ 2 brauchen erheblich mehr Unterstützung bei der Unternehmensplanung ($\chi(1) = 7.404$, $p < .01$, Kontingenzkoeffizient = .428, $N = 33$). Zudem benötigen sie mehr Beratung bei der Anmeldung von Rechten ($\chi(1) = 4.163$, $p < .05$, Kontingenzkoeffizient = .330, $N=34$). Für diese beiden Bedürfnisse zeigt sich, dass Mitglieder von Typ 1 aufgrund einer längeren Erfahrung im Berufsleben weniger Unterstützungsbedarf benötigen.

5 Fazit

Fasst man die Ergebnisse der Studie zusammen, ist der Bedarf von Existenzgründern nach externer Unterstützung lediglich durchschnittlich ausgeprägt. Für die einzelnen Bedürfnisse werden zudem nur bestimmte Partner als relevant angesehen. Daher sollte idealerweise eine Netzwerkbildung zur Unterstützung von Existenzgründern angestrebt werden (Abbildung 10). So sollten Marktinformationen vor allem durch die HWK/IHK bereitgestellt werden, z.B. durch (regionale) Branchenanalysen. Kurse zur Vermittlung von BWL-Kenntnissen sollten von Gründerzentren angeboten werden. Steuerberater können hier zusätzliche Dienstleistungen über die Steuerthematik hinaus offerieren. Unterstützung beim Marketing bzw. bei der Netzwerkbildung kann durch weitere Partner erfolgen (die allerdings im Rahmen der Studie nicht identifiziert werden konnten). Dies kann z.B. auch das von einigen Studienteilnehmern genutzte soziale Onlinenetzwerk Xing sein. Rechtsanwälte können gezielte Angebote bei der Vertragsgestaltung und Unterstützung bei der Anmeldung von Patenten für Existenzgründer machen. Banken sollten sich dagegen auf ihre originäre Funktion der Finanzierung von Existenzgründern fokussieren. Bilden diese Partner regionale Netzwerke, dann bieten sich für alle Beteiligten Vorteile. Gründer bekommen über eine Anlaufstelle Kontakt zu den weiteren Partnern, wenn sie weitere Unterstützung bei der Gründung benötigen. Die einzelnen Partner können sich auf ihre jeweilige Kernaufgabe konzentrieren und lernen den Gründer besser und früher als bisher im Gründungsprozess kennen. Dies ist z.B. für Banken interessant, da sie bereits früh ihre Erwartungen für eine mögliche Finanzierung kommunizieren können. Damit steigen die Chancen für eine nachhaltige erfolgreiche Zusammenarbeit der Beteiligten. Für die zentrale Kontaktstelle bieten sich dabei vor allem Gründungszentren an, da sie die Akteure solcher regionalen Netzwerke als neutrale Institution zusammen bringen können. Dabei können die identifizierten Typen von Existenzgründern als Startpunkt für eine gezielte und bedarfsgerechte Unterstützung dienen.

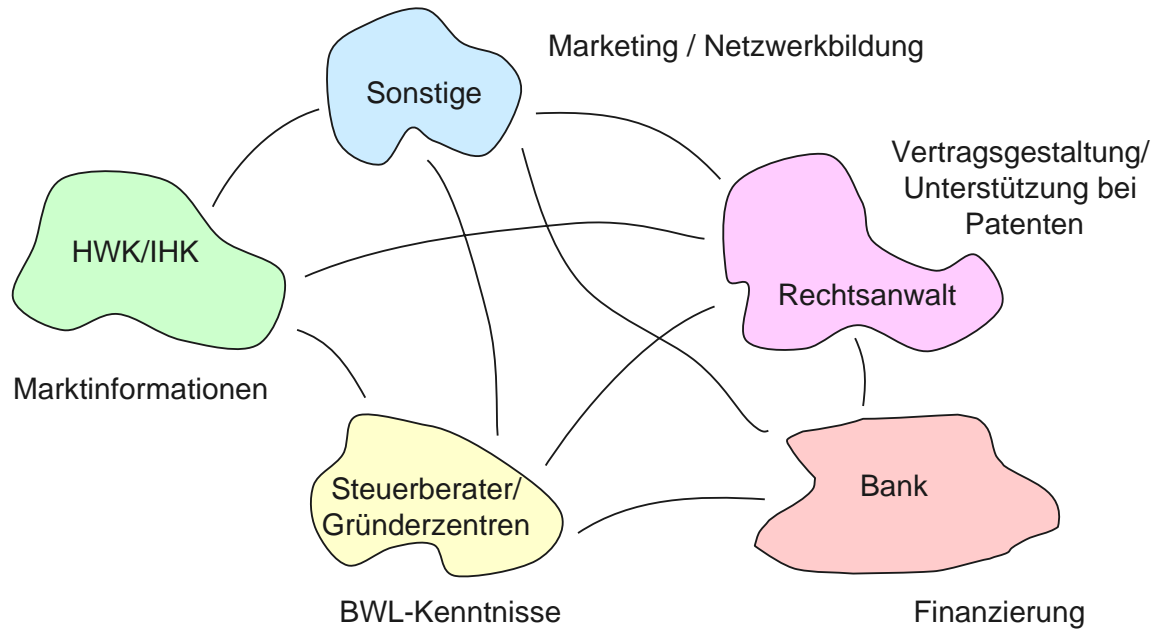


Abbildung 10: Bedürfniserfüllung durch ein Netzwerk von Partnern

Bei der Interpretation der Ergebnisse sollte berücksichtigt werden, dass die relativ kleine Anzahl von Teilnehmern nur eine begrenzte Repräsentativität ermöglicht. Zudem kann die Nutzung des sozialen Netzwerkes Xing zu Verzerrungen geführt haben. Auf dieser melden sich vor allem internetaffine Gründer an, die sich dort über Aktivitäten austauschen oder für ihr Unternehmen werben möchten. Das Ziel der explorativen Studie war jedoch nicht Repräsentativität zu erreichen, sondern Denkanstöße für eine Verbesserung der Unterstützung von Existenzgründern zu geben.

Literaturverzeichnis

- Angele, J. (2007). Gewerbeanzeigen 2006. Gründungen und Schließungen. Statistisches Bundesamt: Wiesbaden.
- Brixy, U./ Hundt, C./ Sternberg, R. (2010). Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2009. Global Entrepreneurship Monitor: Hannover, Nürnberg.
- Bruno, A.V./ Leidecker, J.K./ Harder, J.W. (1987). Why firms fail. *Business Horizons*, 30 (2), S. 50-58.
- De Clercq, D./ Arenius, P. (2006). The role of knowledge in business start-up activity. *International Small Business Journal*, 24 (4), S. 339-358.
- De, D.A. (2005). *Entrepreneurship*. Pearson, München.
- Delmar, F./ Shane, S. (2004). Legitimizing first. Organizing activities and the survival of new ventures. *Journal of Business Venturing*, 19 (1), S. 385-410.
- Diemann, A. (2005). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Rowohlt, Hamburg.
- Evans, J.R./ Mathur, A. (2005). The value of online surveys. *Internet Research*, 15 (2), S. 37-48.
- Hebig, M. (1999). *Existenzgründungsberatung*. Erich Schmidt, Bielefeld.
- Herbig, P./ Golden, J.E./ Dunphy, S. (1994). The relationship of structure to entrepreneurial and innovative success. *Marketing Intelligence & Planning*, 12 (9), S. 37-48.
- Jung, S. (2010). Ausgewählte Ergebnisse für kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland 2007. Statistisches Bundesamt: Wiesbaden.
- Jungbauer-Gans, M./ Preisendörfer, P. (1991). Verbessern eine gründliche Vorbereitung und sorgfältige Planung die Erfolgchancen neugegründeter Unternehmen? *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 43 (1), S. 987-995.
- Kaiser, L./ Gläser, J. (1999). Entwicklungsphasen neugegründeter Unternehmen. Trierer Arbeitspapiere zur Mittelstandsökonomie, Universität Trier: Trier.
- Mellewig, T./ Witt, P. (2001). Die Bedeutung des Vorgründungsprozesses für die Evolution von Unternehmen. Stand der empirischen Forschung. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 72 (1), S. 81-110.
- Schöneck, N./ Voß, W. (2005). *Das Forschungsprojekt. Planung, Durchführung und Auswertung einer quantitativen Studie*. VS, Wiesbaden.
- Stegmann, J. (2007). *Funktionen der Hausbank bei der Unterstützung von Unternehmensgründungen*. Josef Eul Lohmar, Köln.

Szyperski, N./ Nathusius, K. (1999). *Probleme der Unternehmensgründung. Eine betriebswirtschaftliche Analyse unternehmerischer Startbedingungen*. 2. Aufl., Josef Eul, Lohmar, Köln.

Anhang

A.1: Fragebogen

Titelseite

Sehr geehrte Teilnehmerin, sehr geehrter Teilnehmer,

vielen Dank, dass Sie sich einen Augenblick Zeit nehmen, um diesen Fragebogen zum Thema Entrepreneurunterstützung auszufüllen. Die Bearbeitung wird ca. 10 Minuten in Anspruch nehmen.

Wir versichern Ihnen, dass wir alle Angaben von Ihnen vertraulich und nur für die Zwecke unseres Forschungsprojekts verwenden werden. Ferner werden die Auswertungen keine Rückschlüsse auf Ihre Person zulassen.

Sollten Sie genauere Informationen zur Studie wünschen, senden Sie uns bitte eine eMail an processlab@fs.de, oder rufen Sie uns unter +49 (0) 69 154008 747 an.

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe.

Mit freundlichen Grüßen

Susanne Durst und Michael Leyer

Fragenkomplex A

Bitte geben Sie Ihr Alter an.

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

- 20 oder jünger 21 - 30 31 - 40 41 - 50 51 oder älter

Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

Weiblich Männlich

Bitte geben Sie Ihren höchsten Schulabschluss an.

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen. Falls für Sie die Antwort 4 oder 5 zutrifft, so spezifizieren Sie diese bitte.

- 1 Hauptschulabschluss
- 2 Realschulabschluss
- 3 Allgemeine- oder Fachhochschulreife
- 4 Hochschulabschluss
- 5 Promotion

Haben Sie eine berufliche Ausbildung abgeschlossen?

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen. Falls Sie 1 wählen, so spezifizieren Sie Ihre Antwort bitte.

- 1 Ja
- 2 Nein

Über wie viele Jahre Berufserfahrung verfügen Sie?

Bitte Wert in Jahren angeben.

Haben Sie Ihr Unternehmen bereits offiziell gegründet?

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

- Ja
- Nein

Seit wann besteht das Unternehmen?

Bitte das Jahr der Gründung angeben.

Wie viel Zeit haben Sie in Ihre Gründung investiert?

Bitte Wert in Wochen angeben.

Haben Sie bereits in der Vergangenheit ein Unternehmen gegründet?

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

- Ja
- Nein

Möchten Sie ein neues Unternehmen gründen oder streben Sie eine Übernahmegründung an?

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

- Gründung eines neuen Unternehmens
- Übernahmegründung

Wie viel Zeit haben Sie bereits in Ihre Gründung investiert?

Bitte Wert in Wochen angeben.

Haben Sie bereits eine Geschäftsidee?

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

- Ja
- Nein

Fragenkomplex B

Was ist der Hauptgrund für Ihre Entscheidung ein Unternehmen zu gründen?

Bitte eine Antwortmöglichkeit wählen.

- Wunsch nach Selbstständigkeit
- Überzeugung von Idee/Geschäftsmodell
- Entdeckung einer Marktlücke
- Unzufriedenheit mit derzeitiger Beschäftigung
- Plötzliche Arbeitslosigkeit
- Mangel an Einkommensalternativen

Welches sind Ihre (Haupt-)Motive bei der Unternehmensgründung? Bitte bewerten Sie diese in Bezug auf Ihre Ausprägungsstärke.

Mehrfachantworten sind möglich

sehr schwach
ausgeprägt schwach aus-
geprägt neutral stark aus-
geprägt sehr stark
ausgeprägt

Selbstständigkeit / Eigenständiges Handeln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohlstand / Finanzielle Unabhängigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Höheres Einkommen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wunsch etwas zu erschaffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Selbstverwirklichung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prestige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewinn an Einfluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie stark sehen Sie die folgenden Eigenschaften bei sich ausgeprägt?					
Bitte alle Antwortmöglichkeiten bewerten					
	sehr schwach ausgeprägt	schwach aus- geprägt	neutral	stark aus- geprägt	sehr stark ausgeprägt
Risikobereitschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anpassungsfähigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zuverlässigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigenverantwortlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kreativität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lernbereitschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erfolgsorientierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lösungsorientierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausdauer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Disziplin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigenmotivation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitsbereitschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovationsfähigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Offenheit gegenüber Veränderungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				Ja	Nein
Bank				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Private Equity Firmen				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
HWK/IHK				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Steuerberater				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rechtsanwalt				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gründungszentren				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Business Angel				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inkubatoren				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige:				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie hoch schätzen Sie Ihren Bedarf an externer Unterstützung bei Ihrer Gründung ein?					
Bitte den Grad der Ausprägung angeben					
<input type="checkbox"/> sehr geringer Bedarf <input type="checkbox"/> geringer Bedarf <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> hoher Bedarf <input type="checkbox"/> sehr hoher Bedarf					

Fragenkomplex C

Wie hoch schätzen Sie konkret Ihr persönliches Bedürfnis ein nach:

Bitte alle Möglichkeiten beantworten

	sehr gering	gering	neutral	hoch	sehr hoch
Kenntnissen in betriebswirtschaftlichen Bereichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marktinformationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung bei der Unternehmensplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Personalplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung im Marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Finanzierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Erstellung von Förderanträgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Vertragsgestaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Internationalisierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Anmeldung von Rechten (z.B. Patenten, Namensrechten,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Erstellung eines Businessplans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bezüglich Kreativitätstechniken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bezüglich Managementtechniken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung beim Aufbau von Geschäftskontakten/Netzwerken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Von welchen Anlaufstellen können Sie sich Unterstützung jeweils am ehesten vorstellen?

Bitte alle Antwortmöglichkeiten wählen. Mehrfachnennungen möglich.

	Private Bank Equity Firmen	Private Equity Firmen	HWK/ IHK	Steuer- berater	Rechts- anwalt	Grün- dungs- zentren	Busi- ness Angel	Inku- batoren	Sons- tige
Kenntnissen in betriebswirtschaftlichen Bereichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marktinformationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung bei der Unternehmensplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Personalplanung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung im Marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Finanzierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Erstellung von Förderanträgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Vertragsgestaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Internationalisierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Anmeldung von Rechten (z.B. Patenten, Namensrechten,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Erstellung eines Businessplans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Unterstützung bezüglich Kreativitätstechniken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bezüglich Managementtechniken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung beim Aufbau von Geschäftskontakten/Netzwerken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie beurteilen Sie die folgenden Herausforderungen im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen?									
Bitte alle Antwortmöglichkeiten beurteilen									
		sehr geringe Herausforderung	geringere Herausforderung	Her-neutral	neut-ral	große Herausforderung	Her-sehr große Herausforderung	sehr große Herausforderung	große Herausforderung
Unzureichendes Eigenkapital des Unternehmers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Finanzierungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Nachfrage nach dem Produkt/Service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangelnde Fachkompetenz des Gründers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangelnde betriebswirtschaftliche Kompetenz des Gründers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unzureichende Planung durch den Gründer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende(s) Kontakte/Netzwerk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marktpreisrisiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Unberechenbares Wettbewerbsverhalten der Mitbewerber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bürokratischer Aufwand im Zusammenhang mit der Gründung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitmangel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unzureichende Gründungsförderung durch den Staat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangel an Fachpersonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Steuern und Abgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unübersichtlichkeit in Hinblick auf Förderungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Welche Beratungsleistungen wünschen Sie sich im Zusammenhang mit Ihrer Gründung?					

Endseite

Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens. Sie haben uns damit sehr weitergeholfen.

Als Dankeschön für Ihre Mithilfe stellen wir Ihnen gerne eine Zusammenfassung der Studie zur Verfügung.

Senden Sie uns dazu einfach eine kurze Email an processlab@fs.de. Diese werden wir getrennt von Ihren Antworten erhalten, so dass die Anonymität Ihrer Antworten gewährleistet ist.

Mit freundlichen Grüßen

Susanne Durst und Michael Leyer

A.2: Typenbildung [N=39]

A.2.1: Ergebnisse der Faktorenanalyse

Rotierte Faktorenmatrix^a

	Faktor				
	1	2	3	4	5
Risikobereitschaft	,096	,205	,196	,538	-,041
Anpassungsfähigkeit	,007	,154	,087	,535	,096
Zuverlässigkeit	,742	,089	,095	,237	,479
Eigenverantwortlichkeit	,123	,292	,285	,205	,313
Kreativität	,334	,315	,483	-,142	,206
Lernbereitschaft	,220	-,106	,555	,197	,012
Erfolgsorientierung	,452	-,107	-,004	,561	-,225
Lösungsorientierung	,597	,040	,376	,434	,167
Ausdauer	,658	,230	,073	,391	,259
Disziplin	,839	-,018	,149	-,040	,152
Eigenmotivation	,730	,055	,238	-,099	-,253
Arbeitsbereitschaft	,641	-,034	,292	,298	-,106
Innovationsfähigkeit	,120	,085	,911	,034	,023
Offenheit gegenüber Veränderungen	,152	,149	,768	,250	,140
Selbstständigkeit / Eigenständiges Handeln	,196	,732	,220	,114	-,053
Wohlstand / Finanzielle Unabhängigkeit	-,151	,818	-,018	,055	-,014
Höheres Einkommen	-,103	,857	-,022	,192	-,032
Wunsch etwas zu erschaffen	,300	,485	,382	,281	,176
Selbstverwirklichung	,335	,719	,275	,055	-,059
Prestige	,000	,583	-,164	,035	-,538
Gewinn an Einfluss	-,093	,539	-,127	,082	-,650

Extraktionsmethode: Hauptachsen-Faktorenanalyse.
 Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.
 a. Die Rotation ist in 9 Iterationen konvergiert.

Ergebnisse der relevanten statistischen Werte:

- KMO-criteria: 0.575 (> 0.5 erfüllt)
- Bartlett's Test of Sphericity $\chi(210) = 536.04$ ($p < .0001$)

A.2.2: Ergebnisse der Clusteranalyse

Zentroide

	Cluster
--	---------

		1	2	Kombiniert
BART factor score 1 for analysis 1	Mittelwert	,1369878	-,1174181	,0000000
	Standardabweichung	1,13930795	1,00072745	1,06032272
BART factor score 2 for analysis 1	Mittelwert	-,3271114	,2803812	,0000000
	Standardabweichung	1,28769863	,71475237	1,05110458
BART factor score 3 for analysis 1	Mittelwert	,1575473	-,1350405	,0000000
	Standardabweichung	1,21754374	,90701182	1,05735720
BART factor score 4 for analysis 1	Mittelwert	,0562659	-,0482279	,0000000
	Standardabweichung	1,17044745	1,18195827	1,16229627
Ausbildung	Mittelwert	3,3889	3,8571	3,6410
	Standardabweichung	1,03690	,65465	,87320

A.2.3: Ergebnisse des Chi-Quadrat-Tests.

A1 Alter

		Cluster		
		1	2	Kombiniert
21 – 30	Häufigkeit	0	11	11
	Prozent	,0%	100,0%	100,0%
31 – 40	Häufigkeit	0	10	10
	Prozent	,0%	100,0%	100,0%
41 – 50	Häufigkeit	12	0	12
	Prozent	100,0%	,0%	100,0%
51 oder älter	Häufigkeit	6	0	6
	Prozent	100,0%	,0%	100,0%

FRANKFURT SCHOOL / HFB – WORKING PAPER SERIES

No.	Author/Title	Year
169.	Libman, Alexander/ Schultz, André Tax Return as a Political Statement	2011
168.	Kostka, Genia / Shin, Kyoung Energy Service Companies in China: The Role of Social Networks and Trust	2011
167.	Andriani, Pierpaolo / Herrmann-Pillath, Carsten Performing Comparative Advantage: The Case of the Global Coffee Business	2011
166.	Klein, Michael / Mayer, Colin Mobile Banking and Financial Inclusion: The Regulatory Lessons	2011
165.	Cremers, Heinz / Hewicker, Harald Modellierung von Zinsstrukturkurven	2011
164.	Roßbach, Peter / Karlow, Denis The Stability of Traditional Measures of Index Tracking Quality	2011
163.	Libman, Alexander / Herrmann-Pillath, Carsten / Yarav, Gaudav Are Human Rights and Economic Well-Being Substitutes? Evidence from Migration Patterns across the Indian States	2011
162.	Herrmann-Pillath, Carsten / Andriani, Pierpaolo Transactional Innovation and the De-commodification of the Brazilian Coffee Trade	2011
161.	Christian Büchler, Marius Buxkaemper, Christoph Schalast, Gregor Wedell Incentivierung des Managements bei Unternehmenskäufen/Buy-Outs mit Private Equity Investoren – eine empirische Untersuchung –	2011
160.	Herrmann-Pillath, Carsten Revisiting the Gaia Hypothesis: Maximum Entropy, Kauffman’s “Fourth Law” and Physiosemeiosis	2011
159.	Herrmann-Pillath, Carsten A ‘Third Culture’ in Economics? An Essay on Smith, Confucius and the Rise of China	2011
158.	Boeing, Philipp / Sandner, Philipp The Innovative Performance of China’s National Innovation System	2011
157.	Herrmann-Pillath, Carsten Institutions, Distributed Cognition and Agency: Rule-following as Performative Action	2011
156.	Wagner, Charlotte From Boom to Bust: How different has microfinance been from traditional banking?	2010
155.	Libman Alexander / Vinokurov, Evgeny Is it really different? Patterns of Regionalisation in the Post-Soviet Central Asia	2010
154.	Libman, Alexander Subnational Resource Curse: Do Economic or Political Institutions Matter?	2010
153.	Herrmann-Pillath, Carsten Meaning and Function in the Theory of Consumer Choice: Dual Selves in Evolving Networks	2010
152.	Kostka, Genia / Hobbs, William Embedded Interests and the Managerial Local State: Methanol Fuel-Switching in China	2010
151.	Kostka, Genia / Hobbs, William Energy Efficiency in China: The Local Bundling of Interests and Policies	2010
150.	Umber, Marc P. / Grote, Michael H. / Frey, Rainer Europe Integrates Less Than You Think. Evidence from the Market for Corporate Control in Europe and the US	2010
149.	Vogel, Ursula / Winkler, Adalbert Foreign banks and financial stability in emerging markets: evidence from the global financial crisis	2010
148.	Libman, Alexander Words or Deeds – What Matters? Experience of Decentralization in Russian Security Agencies	2010
147.	Kostka, Genia / Zhou, Jianghua Chinese firms entering China’s low-income market: Gaining competitive advantage by partnering governments	2010
146.	Herrmann-Pillath, Carsten Rethinking Evolution, Entropy and Economics: A triadic conceptual framework for the Maximum Entropy Principle as applied to the growth of knowledge	2010
145.	Heidorn, Thomas / Kahlert, Dennis Implied Correlations of iTraxx Tranches during the Financial Crisis	2010

144	Fritz-Morgenthal, Sebastian G. / Hach, Sebastian T. / Schalast, Christoph M&A im Bereich Erneuerbarer Energien	2010
143.	Birkmeyer, Jörg / Heidorn, Thomas / Rogalski, André Determinanten von Banken-Spreads während der Finanzmarktkrise	2010
142.	Banner, Christina E. / Metz, Sabrina Are SMEs large firms en miniature? Evidence from a growth analysis	2010
141.	Heidorn, Thomas / Kaiser, Dieter G. / Voinea, André The Value-Added of Investable Hedge Fund Indices	2010
140.	Herrmann-Pillath, Carsten The Evolutionary Approach to Entropy: Reconciling Georgescu-Roegen's Natural Philosophy with the Maximum Entropy Framework	2010
139.	Heidorn, Thomas / Löw, Christian / Winker, Michael Funktionsweise und Replikationstil europäischer Exchange Traded Funds auf Aktienindices	2010
138.	Libman, Alexander Constitutions, Regulations, and Taxes: Contradictions of Different Aspects of Decentralization	2010
137.	Herrmann-Pillath, Carsten / Libman, Alexander / Yu, Xiaofan State and market integration in China: A spatial econometrics approach to 'local protectionism'	2010
136.	Lang, Michael / Cremers, Heinz / Hentze, Rainald Ratingmodell zur Quantifizierung des Ausfallrisikos von LBO-Finanzierungen	2010
135.	Banner, Christina / Feess, Eberhard When high-powered incentive contracts reduce performance: Choking under pressure as a screening device	2010
134.	Herrmann-Pillath, Carsten Entropy, Function and Evolution: Naturalizing Peircian Semiosis	2010
133.	Banner, Christina E. / Behr, Patrick / Güttler, Andre Rating opaque borrowers: why are unsolicited ratings lower?	2009
132.	Herrmann-Pillath, Carsten Social Capital, Chinese Style: Individualism, Relational Collectivism and the Cultural Embeddedness of the Institutions-Performance Link	2009
131.	Schäffler, Christian / Schmaltz, Christian Market Liquidity: An Introduction for Practitioners	2009
130.	Herrmann-Pillath, Carsten Dimensionen des Wissens: Ein kognitiv-evolutionärer Ansatz auf der Grundlage von F.A. von Hayeks Theorie der „Sensory Order“	2009
129.	Hankir, Yassin / Rauch, Christian / Ueber, Marc It's the Market Power, Stupid! – Stock Return Patterns in International Bank M&A	2009
128.	Herrmann-Pillath, Carsten Outline of a Darwinian Theory of Money	2009
127.	Cremers, Heinz / Walzner, Jens Modellierung des Kreditrisikos im Portfoliofall	2009
126.	Cremers, Heinz / Walzner, Jens Modellierung des Kreditrisikos im Einwertpapierfall	2009
125.	Heidorn, Thomas / Schmaltz, Christian Interne Transferpreise für Liquidität	2009
124.	Banner, Christina E. / Hirsch, Christian The economic function of credit rating agencies - What does the watchlist tell us?	2009
123.	Herrmann-Pillath, Carsten A Neurolinguistic Approach to Performativity in Economics	2009
122.	Winkler, Adalbert / Vogel, Ursula Finanzierungsstrukturen und makroökonomische Stabilität in den Ländern Südosteuropas, der Türkei und in den GUS-Staaten	2009
121.	Heidorn, Thomas / Rupprecht, Stephan Einführung in das Kapitalstrukturmanagement bei Banken	2009
120.	Roszbach, Peter Die Rolle des Internets als Informationsbeschaffungsmedium in Banken	2009
119.	Herrmann-Pillath, Carsten Diversity Management und diversitätsbasiertes Controlling: Von der „Diversity Scorecard“ zur „Open Balanced Scorecard“	2009

118.	Hölscher, Luise / Clasen, Sven Erfolgsfaktoren von Private Equity Fonds	2009
117.	Bannier, Christina E. Is there a hold-up benefit in heterogeneous multiple bank financing?	2009
116.	Roßbach, Peter / Gießamer, Dirk Ein eLearning-System zur Unterstützung der Wissensvermittlung von Web-Entwicklern in Sicherheitsthemen	2009
115.	Herrmann-Pillath, Carsten Kulturelle Hybridisierung und Wirtschaftstransformation in China	2009
114.	Schalast, Christoph: Staatsfonds – „neue“ Akteure an den Finanzmärkten?	2009
113.	Schalast, Christoph / Alram, Johannes Konstruktion einer Anleihe mit hypothekarischer Besicherung	2009
112.	Schalast, Christoph / Bolder, Markus / Radünz, Claus / Siepmann, Stephanie / Weber, Thorsten Transaktionen und Servicing in der Finanzkrise: Berichte und Referate des Frankfurt School NPL Forums 2008	2009
111.	Werner, Karl / Moormann, Jürgen Efficiency and Profitability of European Banks – How Important Is Operational Efficiency?	2009
110.	Herrmann-Pillath, Carsten Moralische Gefühle als Grundlage einer wohlstandschaffenden Wettbewerbsordnung: Ein neuer Ansatz zur erforschung von Sozialkapital und seine Anwendung auf China	2009
109.	Heidorn, Thomas / Kaiser, Dieter G. / Roder, Christoph Empirische Analyse der Drawdowns von Dach-Hedgefonds	2009
108.	Herrmann-Pillath, Carsten Neuroeconomics, Naturalism and Language	2008
107.	Schalast, Christoph / Benita, Barten Private Equity und Familienunternehmen – eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung deutscher Maschinen- und Anlagenbauunternehmen	2008
106.	Bannier, Christina E. / Grote, Michael H. Equity Gap? – Which Equity Gap? On the Financing Structure of Germany’s Mittelstand	2008
105.	Herrmann-Pillath, Carsten The Naturalistic Turn in Economics: Implications for the Theory of Finance	2008
104.	Schalast, Christoph (Hrsg.) / Schanz, Kay-Michael / Scholl, Wolfgang Aktionärsschutz in der AG falsch verstanden? Die Leica-Entscheidung des LG Frankfurt am Main	2008
103.	Bannier, Christina E./ Müsch, Stefan Die Auswirkungen der Subprime-Krise auf den deutschen LBO-Markt für Small- und MidCaps	2008
102.	Cremers, Heinz / Vetter, Michael Das IRB-Modell des Kreditrisikos im Vergleich zum Modell einer logarithmisch normalverteilten Verlustfunktion	2008
101.	Heidorn, Thomas / Pleißner, Mathias Determinanten Europäischer CMBS Spreads. Ein empirisches Modell zur Bestimmung der Risikoaufschläge von Commercial Mortgage-Backed Securities (CMBS)	2008
100.	Schalast, Christoph (Hrsg.) / Schanz, Kay-Michael Schaeffler KG/Continental AG im Lichte der CSX Corp.-Entscheidung des US District Court for the Southern District of New York	2008
99.	Hölscher, Luise / Haug, Michael / Schweinberger, Andreas Analyse von Steueramnestiedaten	2008
98.	Heimer, Thomas / Arend, Sebastian The Genesis of the Black-Scholes Option Pricing Formula	2008
97.	Heimer, Thomas / Hölscher, Luise / Werner, Matthias Ralf Access to Finance and Venture Capital for Industrial SMEs	2008
96.	Böttger, Marc / Guthoff, Anja / Heidorn, Thomas Loss Given Default Modelle zur Schätzung von Recovery Rates	2008
95.	Almer, Thomas / Heidorn, Thomas / Schmaltz, Christian The Dynamics of Short- and Long-Term CDS-spreads of Banks	2008
94.	Barthel, Erich / Wollersheim, Jutta Kulturunterschiede bei Mergers & Acquisitions: Entwicklung eines Konzeptes zur Durchführung einer Cultural Due Diligence	2008
93.	Heidorn, Thomas / Kunze, Wolfgang / Schmaltz, Christian Liquiditätsmodellierung von Kreditzusagen (Term Facilities and Revolver)	2008

92.	Burger, Andreas Produktivität und Effizienz in Banken – Terminologie, Methoden und Status quo	2008
91.	Löchel, Horst / Pecher, Florian The Strategic Value of Investments in Chinese Banks by Foreign Financial Insitutions	2008
90.	Schalast, Christoph / Morgenschweis, Bernd / Sprengeter, Hans Otto / Ockens, Klaas / Stachuletz, Rainer / Safran, Robert Der deutsche NPL Markt 2007: Aktuelle Entwicklungen, Verkauf und Bewertung – Berichte und Referate des NPL Forums 2007	2008
89.	Schalast, Christoph / Stralkowski, Ingo 10 Jahre deutsche Buyouts	2008
88.	Bannier, Christina E./ Hirsch, Christian The Economics of Rating Watchlists: Evidence from Rating Changes	2007
87.	Demidova-Menzel, Nadeshda / Heidorn, Thomas Gold in the Investment Portfolio	2007
86.	Hölscher, Luise / Rosenthal, Johannes Leistungsmessung der Internen Revision	2007
85.	Bannier, Christina / Hänsel, Dennis Determinants of banks' engagement in loan securitization	2007
84.	Bannier, Christina "Smoothing" versus "Timeliness" - Wann sind stabile Ratings optimal und welche Anforderungen sind an optimale Berichtsregeln zu stellen?	2007
83.	Bannier, Christina E. Heterogeneous Multiple Bank Financing: Does it Reduce Inefficient Credit-Renegotiation Incidences?	2007
82.	Cremers, Heinz / Löhr, Andreas Deskription und Bewertung strukturierter Produkte unter besonderer Berücksichtigung verschiedener Marktszenarien	2007
81.	Demidova-Menzel, Nadeshda / Heidorn, Thomas Commodities in Asset Management	2007
80.	Cremers, Heinz / Walzner, Jens Risikosteuerung mit Kreditderivaten unter besonderer Berücksichtigung von Credit Default Swaps	2007
79.	Cremers, Heinz / Traughber, Patrick Handlungsalternativen einer Genossenschaftsbank im Investmentprozess unter Berücksichtigung der Risikotragfähig- keit	2007
78.	Gerdesmeier, Dieter / Roffia, Barbara Monetary Analysis: A VAR Perspective	2007
77.	Heidorn, Thomas / Kaiser, Dieter G. / Muschiol, Andrea Portfoliooptimierung mit Hedgefonds unter Berücksichtigung höherer Momente der Verteilung	2007
76.	Jobe, Clemens J. / Ockens, Klaas / Safran, Robert / Schalast, Christoph Work-Out und Servicing von notleidenden Krediten – Berichte und Referate des HfB-NPL Servicing Forums 2006	2006
75.	Abrar, Kamyar / Schalast, Christoph Fusionskontrolle in dynamischen Netzsektoren am Beispiel des Breitbandkabelsektors	2006
74.	Schalast, Christoph / Schanz, Kay-Michael Wertpapierprospekte: Markteinführungspublizität nach EU-Prospektverordnung und Wertpapierprospektgesetz 2005	2006
73.	Dickler, Robert A. / Schalast, Christoph Distressed Debt in Germany: What's Next? Possible Innovative Exit Strategies	2006
72.	Belke, Ansgar / Polleit, Thorsten How the ECB and the US Fed set interest rates	2006
71.	Heidorn, Thomas / Hoppe, Christian / Kaiser, Dieter G. Heterogenität von Hedgefondsindizes	2006
70.	Baumann, Stefan / Löchel, Horst The Endogeneity Approach of the Theory of Optimum Currency Areas - What does it mean for ASEAN + 3?	2006
69.	Heidorn, Thomas / Trautmann, Alexandra Niederschlagsderivate	2005
68.	Heidorn, Thomas / Hoppe, Christian / Kaiser, Dieter G. Möglichkeiten der Strukturierung von Hedgefondsportfolios	2005
67.	Belke, Ansgar / Polleit, Thorsten (How) Do Stock Market Returns React to Monetary Policy ? An ARDL Cointegration Analysis for Germany	2005

66.	Daynes, Christian / Schalast, Christoph Aktuelle Rechtsfragen des Bank- und Kapitalmarktrechts II: Distressed Debt - Investing in Deutschland	2005
65.	Gerdesmeier, Dieter / Polleit, Thorsten Measures of excess liquidity	2005
64.	Becker, Gernot M. / Harding, Perham / Hölscher, Luise Financing the Embedded Value of Life Insurance Portfolios	2005
63.	Schalast, Christoph Modernisierung der Wasserwirtschaft im Spannungsfeld von Umweltschutz und Wettbewerb – Braucht Deutschland eine Rechtsgrundlage für die Vergabe von Wasserversorgungskonzessionen? –	2005
62.	Bayer, Marcus / Cremers, Heinz / Kluß, Norbert Wertsicherungsstrategien für das Asset Management	2005
61.	Löchel, Horst / Polleit, Thorsten A case for money in the ECB monetary policy strategy	2005
60.	Richard, Jörg / Schalast, Christoph / Schanz, Kay-Michael Unternehmen im Prime Standard - „Staying Public“ oder „Going Private“? - Nutzenanalyse der Börsennotiz -	2004
59.	Heun, Michael / Schlink, Torsten Early Warning Systems of Financial Crises - Implementation of a currency crisis model for Uganda	2004
58.	Heimer, Thomas / Köhler, Thomas Auswirkungen des Basel II Akkords auf österreichische KMU	2004
57.	Heidorn, Thomas / Meyer, Bernd / Pietrowiak, Alexander Performanceeffekte nach Directors' Dealings in Deutschland, Italien und den Niederlanden	2004
56.	Gerdesmeier, Dieter / Roffia, Barbara The Relevance of real-time data in estimating reaction functions for the euro area	2004
55.	Barthel, Erich / Gierig, Rauno / Kühn, Ilmhart-Wolfram Unterschiedliche Ansätze zur Messung des Humankapitals	2004
54.	Anders, Dietmar / Binder, Andreas / Hesdahl, Ralf / Schalast, Christoph / Thöne, Thomas Aktuelle Rechtsfragen des Bank- und Kapitalmarktrechts I : Non-Performing-Loans / Faule Kredite - Handel, Work-Out, Outsourcing und Securitisation	2004
53.	Polleit, Thorsten The Slowdown in German Bank Lending – Revisited	2004
52.	Heidorn, Thomas / Siragusano, Tindaro Die Anwendbarkeit der Behavioral Finance im Devisenmarkt	2004
51.	Schütze, Daniel / Schalast, Christoph (Hrsg.) Wider die Verschleuderung von Unternehmen durch Pfandversteigerung	2004
50.	Gerhold, Mirko / Heidorn, Thomas Investitionen und Emissionen von Convertible Bonds (Wandelanleihen)	2004
49.	Chevalier, Pierre / Heidorn, Thomas / Krieger, Christian Temperaturderivate zur strategischen Absicherung von Beschaffungs- und Absatzrisiken	2003
48.	Becker, Gernot M. / Seeger, Norbert Internationale Cash Flow-Rechnungen aus Eigner- und Gläubigersicht	2003
47.	Boenkost, Wolfram / Schmidt, Wolfgang M. Notes on convexity and quanto adjustments for interest rates and related options	2003
46.	Hess, Dieter Determinants of the relative price impact of unanticipated information in U.S. macroeconomic releases	2003
45.	Cremers, Heinz / Kluß, Norbert / König, Markus Incentive Fees. Erfolgsabhängige Vergütungsmodelle deutscher Publikumsfonds	2003
44.	Heidorn, Thomas / König, Lars Investitionen in Collateralized Debt Obligations	2003
43.	Kahlert, Holger / Seeger, Norbert Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen nach US-GAAP	2003
42.	Beiträge von Studierenden des Studiengangs BBA 012 unter Begleitung von Prof. Dr. Norbert Seeger Rechnungslegung im Umbruch - HGB-Bilanzierung im Wettbewerb mit den internationalen Standards nach IAS und US-GAAP	2003
41.	Overbeck, Ludger / Schmidt, Wolfgang Modeling Default Dependence with Threshold Models	2003

40.	Balthasar, Daniel / Cremers, Heinz / Schmidt, Michael Portfoliooptimierung mit Hedge Fonds unter besonderer Berücksichtigung der Risikokomponente	2002
39.	Heidorn, Thomas / Kantwill, Jens Eine empirische Analyse der Spreadunterschiede von Festsatzanleihen zu Floatern im Euroraum und deren Zusammenhang zum Preis eines Credit Default Swaps	2002
38.	Böttcher, Henner / Seeger, Norbert Bilanzierung von Finanzderivaten nach HGB, EstG, IAS und US-GAAP	2003
37.	Moormann, Jürgen Terminologie und Glossar der Bankinformatik	2002
36.	Heidorn, Thomas Bewertung von Kreditprodukten und Credit Default Swaps	2001
35.	Heidorn, Thomas / Weier, Sven Einführung in die fundamentale Aktienanalyse	2001
34.	Seeger, Norbert International Accounting Standards (IAS)	2001
33.	Moormann, Jürgen / Stehling, Frank Strategic Positioning of E-Commerce Business Models in the Portfolio of Corporate Banking	2001
32.	Sokolovsky, Zbynek / Strohhecker, Jürgen Fit für den Euro, Simulationsbasierte Euro-Maßnahmenplanung für Dresdner-Bank-Geschäftsstellen	2001
31.	Roßbach, Peter Behavioral Finance - Eine Alternative zur vorherrschenden Kapitalmarkttheorie?	2001
30.	Heidorn, Thomas / Jaster, Oliver / Willeitner, Ulrich Event Risk Covenants	2001
29.	Biswas, Rita / Löchel, Horst Recent Trends in U.S. and German Banking: Convergence or Divergence?	2001
28.	Eberle, Günter Georg / Löchel, Horst Die Auswirkungen des Übergangs zum Kapitaldeckungsverfahren in der Rentenversicherung auf die Kapitalmärkte	2001
27.	Heidorn, Thomas / Klein, Hans-Dieter / Siebrecht, Frank Economic Value Added zur Prognose der Performance europäischer Aktien	2000
26.	Cremers, Heinz Konvergenz der binomialen Optionspreismodelle gegen das Modell von Black/Scholes/Merton	2000
25.	Löchel, Horst Die ökonomischen Dimensionen der ‚New Economy‘	2000
24.	Frank, Axel / Moormann, Jürgen Grenzen des Outsourcing: Eine Exploration am Beispiel von Direktbanken	2000
23.	Heidorn, Thomas / Schmidt, Peter / Seiler, Stefan Neue Möglichkeiten durch die Namensaktie	2000
22.	Böger, Andreas / Heidorn, Thomas / Graf Waldstein, Philipp Hybrides Kernkapital für Kreditinstitute	2000
21.	Heidorn, Thomas Entscheidungsorientierte Mindestmargenkalkulation	2000
20.	Wolf, Birgit Die Eigenmittelkonzeption des § 10 KWG	2000
19.	Cremers, Heinz / Robé, Sophie / Thiele, Dirk Beta als Risikomaß - Eine Untersuchung am europäischen Aktienmarkt	2000
18.	Cremers, Heinz Optionspreisbestimmung	1999
17.	Cremers, Heinz Value at Risk-Konzepte für Marktrisiken	1999
16.	Chevalier, Pierre / Heidorn, Thomas / Rütze, Merle Gründung einer deutschen Strombörse für Elektrizitätsderivate	1999
15.	Deister, Daniel / Ehrlicher, Sven / Heidorn, Thomas CatBonds	1999
14.	Jochum, Eduard Hoshin Kanri / Management by Policy (MbP)	1999
13.	Heidorn, Thomas Kreditderivate	1999

12.	Heidorn, Thomas Kreditrisiko (CreditMetrics)	1999
11.	Moormann, Jürgen Terminologie und Glossar der Bankinformatik	1999
10.	Löchel, Horst The EMU and the Theory of Optimum Currency Areas	1998
09.	Löchel, Horst Die Geldpolitik im Währungsraum des Euro	1998
08.	Heidorn, Thomas / Hund, Jürgen Die Umstellung auf die Stückaktie für deutsche Aktiengesellschaften	1998
07.	Moormann, Jürgen Stand und Perspektiven der Informationsverarbeitung in Banken	1998
06.	Heidorn, Thomas / Schmidt, Wolfgang LIBOR in Arrears	1998
05.	Jahresbericht 1997	1998
04.	Ecker, Thomas / Moormann, Jürgen Die Bank als Betreiberin einer elektronischen Shopping-Mall	1997
03.	Jahresbericht 1996	1997
02.	Cremers, Heinz / Schwarz, Willi Interpolation of Discount Factors	1996
01.	Moormann, Jürgen Lean Reporting und Führungsinformationssysteme bei deutschen Finanzdienstleistern	1995

FRANKFURT SCHOOL / HFB – WORKING PAPER SERIES
CENTRE FOR PRACTICAL QUANTITATIVE FINANCE

No.	Author/Title	Year
28.	Beyna, Ingo / Wystup, Uwe Characteristic Functions in the Cheyette Interest Rate Model	2011
27.	Detering, Nils / Weber, Andreas / Wystup, Uwe Return distributions of equity-linked retirement plans	2010
26.	Veiga, Carlos / Wystup, Uwe Ratings of Structured Products and Issuers' Commitments	2010
25.	Beyna, Ingo / Wystup, Uwe On the Calibration of the Cheyette. Interest Rate Model	2010
24.	Scholz, Peter / Walther, Ursula Investment Certificates under German Taxation. Benefit or Burden for Structured Products' Performance	2010
23.	Esquivel, Manuel L. / Veiga, Carlos / Wystup, Uwe Unifying Exotic Option Closed Formulas	2010
22.	Packham, Natalie / Schlögl, Lutz / Schmidt, Wolfgang M. Credit gap risk in a first passage time model with jumps	2009
21.	Packham, Natalie / Schlögl, Lutz / Schmidt, Wolfgang M. Credit dynamics in a first passage time model with jumps	2009
20.	Reiswich, Dimitri / Wystup, Uwe FX Volatility Smile Construction	2009
19.	Reiswich, Dimitri / Tompkins, Robert Potential PCA Interpretation Problems for Volatility Smile Dynamics	2009
18.	Keller-Ressel, Martin / Kilin, Fiodar Forward-Start Options in the Barndorff-Nielsen-Shephard Model	2008
17.	Griebisch, Susanne / Wystup, Uwe On the Valuation of Fader and Discrete Barrier Options in Heston's Stochastic Volatility Model	2008
16.	Veiga, Carlos / Wystup, Uwe Closed Formula for Options with Discrete Dividends and its Derivatives	2008
15.	Packham, Natalie / Schmidt, Wolfgang Latin hypercube sampling with dependence and applications in finance	2008

14.	Hakala, Jürgen / Wystup, Uwe FX Basket Options	2008
13.	Weber, Andreas / Wystup, Uwe Vergleich von Anlagestrategien bei Riesterrenten ohne Berücksichtigung von Gebühren. Eine Simulationsstudie zur Verteilung der Renditen	2008
12.	Weber, Andreas / Wystup, Uwe Riesterreente im Vergleich. Eine Simulationsstudie zur Verteilung der Renditen	2008
11.	Wystup, Uwe Vanna-Volga Pricing	2008
10.	Wystup, Uwe Foreign Exchange Quanto Options	2008
09.	Wystup, Uwe Foreign Exchange Symmetries	2008
08.	Becker, Christoph / Wystup, Uwe Was kostet eine Garantie? Ein statistischer Vergleich der Rendite von langfristigen Anlagen	2008
07.	Schmidt, Wolfgang Default Swaps and Hedging Credit Baskets	2007
06.	Kilin, Fiodar Accelerating the Calibration of Stochastic Volatility Models	2007
05.	Griebsch, Susanne/ Kühn, Christoph / Wystup, Uwe Instalment Options: A Closed-Form Solution and the Limiting Case	2007
04.	Boenkost, Wolfram / Schmidt, Wolfgang M. Interest Rate Convexity and the Volatility Smile	2006
03.	Becker, Christoph/ Wystup, Uwe On the Cost of Delayed Currency Fixing Announcements	2005
02.	Boenkost, Wolfram / Schmidt, Wolfgang M. Cross currency swap valuation	2004
01.	Wallner, Christian / Wystup, Uwe Efficient Computation of Option Price Sensitivities for Options of American Style	2004

HfB – SONDERARBEITSBERICHTE DER HfB - BUSINESS SCHOOL OF FINANCE & MANAGEMENT

No.	Author/Title	Year
01.	Nicole Kahmer / Jürgen Moormann Studie zur Ausrichtung von Banken an Kundenprozessen am Beispiel des Internet (Preis: € 120,-)	2003

Printed edition: €25.00 + €2.50 shipping

Download:

Working Paper: http://www.frankfurt-school.de/content/de/research/publications/list_of_publication/list_of_publication
CPQF: http://www.frankfurt-school.de/content/de/cpqf/research_publications.html

Order address / contact

Frankfurt School of Finance & Management
Sonnemannstr. 9–11 ▪ D–60314 Frankfurt/M. ▪ Germany
Phone: +49 (0) 69 154 008–734 ▪ Fax: +49 (0) 69 154 008–728
eMail: e.lahdensuu@fs.de
Further information about Frankfurt School of Finance & Management
may be obtained at: <http://www.fs.de>