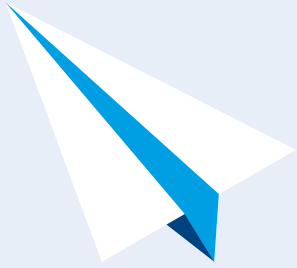


Gründen in Deutschland

Von Existenz-, Unternehmens- und Startup-
Gründern und Gründerinnen



Konrad
Adenauer
Stiftung



Gründen in Deutschland

Von Existenz-, Unternehmens- und Startup-
Gründern und Gründerinnen



Von Skrollan Olschewski
Projektkoordinatorin für Unternehmensgründungen

Eine Veröffentlichung der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Dieses Werk ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland“, CC BY-SA 3.0 DE (abrufbar unter: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>)

Erste Auflage, Redaktionsschluss: November 2015

ISBN 978-3-95721-178-1

© 2015 Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Gestaltung: Timo Schmitt, OTHER DIALECTS, Berlin.

Druck: Bonifatius GmbH, Paderborn.

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.

ClimatePartner 
klimateutral

Druck | ID 53323-1512-1032

Gliederung

Vorwort

1 Warum brauchen wir Gründungen?	08
Junge Unternehmen schaffen Arbeitsplätze	09
Gründungen stärken das Konsumklima	09
Alte Markt- und Rechtsordnung wird hinterfragt	10
Neue Ideen für Deutschland	10
2 Nicht alle Gründungen sind gleich – Wo sind die Unterschiede?	12
Formen der Selbstständigkeit	13
Der Begriff „Startup“	14
3 Wer gründet?	16
Zwischen 25 und 45 wird am meisten gegründet	17
Männer gründen häufiger, doch Frauen holen auf	17
Dynamische Gründungsaktivität von Migranten/-innen	18
Die Mehrzahl der Deutschen gründet im Nebenerwerb	19
4 Warum wird gegründet?	21
Bei guter Konjunktur wird in Deutschland weniger gegründet	21
Mehr Gründer/-innen aus Überzeugung	22
Städtische Ballungsräume ziehen Gründer/-innen an	24
Lernen aus dem Scheitern – eine zweite Chance für die Gründung	26
5 Was ist so besonders an Startups?	27
Das Startup Ökosystem	27
Der Startup-Standort Deutschland	28
Mitarbeitermotivation – nicht nur eine Frage des Geldes	29
Viele Wege führen zur Finanzierung	32
Finanzierungsmöglichkeiten kurz erklärt	34
Der Exit und seine Bedeutung	36
Party like it's 1999 – Entwickelt sich eine neue Blase?	39
6 Welche Politik hilft Gründungen?	40

Vorwort

Die Gründung eines Unternehmens ist ein fundamentaler Vorgang unserer Marktwirtschaft. Sie ermöglicht dem Gründer und der Gründerin die Umsetzung eigener Ideen und ist damit Ausdruck einer freiheitlichen Ordnung. Sie wird zu Erfolg oder Misserfolg führen und hält damit jeden Gründer von Beginn an zur Verantwortung für sein Handeln an. Jede Gründung hat Folgen, für den Gründer und seine Mitarbeiter, für Wettbewerber, für Kunden und Verbraucher, für das gesamte wirtschaftliche Umfeld. Neue Ideen entstehen, etablierte Geschäftsmodelle geraten unter Druck, angestammte Prozesse werden überflüssig, Branchen wie Unternehmen verschwinden und entstehen neu. Die Produktivität der Mitarbeiter und die Rendite des Kapitals erhöhen sich. Je mehr Gründer sich mit ihren Ideen auf diesen Weg machen, umso mehr profitieren alle, auch diejenigen, die am konkreten Gründungsprozess nicht beteiligt sind – durch eine Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen zu guten Preisen. Keiner, vor allem nicht der Gründer, hat die Möglichkeit, seine Hände in den Schoß zu legen – zum eigenen Wohl wie zum Wohl der Allgemeinheit.

Mit dieser Broschüre nimmt die Konrad-Adenauer-Stiftung diesen Gründungsprozess besonders in den Blick. Egal ob das traditionelle Handwerksunternehmen im ländlichen Raum, das großstädtische Startup im Co-Working-Space, ein neuer digitaler Marktplatz oder neue IT-gestützte Dienstleistungen für optimierte Produktionsprozesse, sie alle stärken den Wirtschaftsstandort Deutschland.

Sie sind Ausdruck unserer Vorstellung einer Sozialen Marktwirtschaft, die in der Gründung, ihrer Initiative, Mühe und Verantwortung, den Ausgangspunkt künftiger Wertschöpfung und des Wohlstands von morgen sieht. Daher hat die Konrad-Adenauer-Stiftung unter anderem eine Gründerinitiative (www.entrepreneurship-deutschland.de) ins Leben gerufen, die sich zum Ziel gesetzt hat, zu einem besseren Gründerklima beizutragen.

Mit dieser Broschüre wollen wir nicht allein über die Vielfalt des Gründergeschehens aufklären, wir hoffen, dass sie unsere Begeisterung für das Gründen teilen, im eigentlichen wie im übertragenen Sinne.

Matthias Schäfer

Teamleiter Wirtschaftspolitik

Skrollan Olschewski

Projektkoordinatorin für
Unternehmensgründungen

1 Warum brauchen wir Gründungen?



Junge Unternehmen schaffen Arbeitsplätze

Gründungen sind ein wichtiger Motor für die Entstehung neuer Arbeitsplätze. Ungefähr jeder fünfte Arbeitsplatz wird durch ein neu gegründetes Unternehmen geschaffen (Schneck & May-Strobl, 2013). Die Förderung von Unternehmensgründungen ist daher auch ein wichtiges arbeitsmarktpolitisches Instrument.

Zahl und Art der geschaffenen Arbeitsplätze unterscheiden sich stark mit der jeweiligen Form der Gründung. Deshalb muss hier genau zwischen den verschiedenen Arten von Gründungen unterschieden werden.

Die Mehrzahl der Existenzgründer/-innen startet allein und häufig im Nebenerwerb und schuf damit im Jahr 2014 je 0,4 vollzeitäquivalente Arbeitsplätze (KfW, 2015). Dies klingt zunächst wenig, doch die Bedeutung der Existenzgründer/-innen ist groß für den deutschen Arbeitsmarkt. 915.000 Existenzgründer/-innen schufen im Jahr 2014 745.000 Vollzeit-Arbeitsplätze. Unter ihnen sind viele Kleingewerbetreibende oder Selbstständige in den freien Berufen, die nicht auf Angestellte angewiesen sind und daher auch seltener im ersten Jahr einstellen.

Davon zu unterscheiden sind innovative Unternehmensgründungen mit hohen Wachstumsraten. Diese sind selten, schaffen jedoch besonders viele neue Arbeitsplätze. Studien in unterschiedlichen Ländern zeigen, dass vier bis sechs Prozent dieser

neugegründeten Wachstumsunternehmen bis zu drei Viertel aller neuen Jobs schaffen (OECD, 2013). Die im Deutschen Startup Monitor 2014 befragten Startup Gründer/-innen (siehe S. 14/15) gaben an, in ihrem ersten Jahr durchschnittlich 3,5 Mitarbeiter/-innen zu beschäftigen. Rechnet man die Gründer/-innen mit ein, kommt man auf 5,7 geschaffene Arbeitsplätze pro Startup. Unternehmen, die aus der universitären Forschung heraus gegründet werden, heißen Spin-offs und benötigen im ersten Jahr besonders viele Mitarbeiter/-innen. Sie schaffen in den ersten zwölf Monaten insgesamt 6,8 Vollzeitstellen (Czarnitzki et al., 2013).

Gründungen stärken das Konsumklima

Der mit der Gründung und Führung eines Unternehmens verbundene Aufwand führen im Umfeld des Unternehmens zu Aufträgen und damit Umsatz. Gründungen stärken deshalb das wirtschaftliche Klima in Deutschland. Produktentwicklung oder die Auftragsvergabe an Dienstleister regen die generelle Nachfrage an. Eine Studie des Institutes für Mittelstandsforschung Bonn zeigt, dass jeder eingesetzte Euro eines neu gegründeten Unternehmens eine Güternachfrage von 66 Cent erzeugt (Schneck & May-Strobl, 2013). Eine besonders hohe Güternachfrage entsteht in wissensintensiven Branchen und dem produzierenden Gewerbe. Dies liegt an den hohen Anfangsinvestitionen für Forschung und Entwicklung.

Alte Markt- und Rechtsordnung wird hinterfragt

Junge Unternehmen treiben mit ihren Impulsen die Modernisierung der Marktordnung voran. Sie bringen Bewegung in Märkte und können mit ihren Innovationen alteingesessene Unternehmen verdrängen oder ganze Branchen umkrepeln. Diese sogenannten disruptiven Innovationen verändern jedoch nicht nur Märkte, sondern stellen häufig auch den ordnungspolitischen Rechtsrahmen in Frage. Wo schützen wir momentan gesetzlich Monopole und wo sind diese heute noch gerechtfertigt? Welche Standards wollen wir erhalten, welche sind veraltet? Zurzeit greifen digitale Geschäftsmodelle strikt regulierte Felder der deutschen Wirtschaft an. Der Wettbewerb im Taxigewerbe ist beispielsweise durch ein Konzessionssystem und verpflichtende Tarife staatlich stark reguliert. Mit Hilfe von digitalen Technologien können taxiähnliche Dienstleistungen heute auch von privaten Fahrern und ihren Fahrzeugen übernommen werden. Sie können ihre Fahrten günstiger anbieten. Die Monopolkommission empfiehlt eine Öffnung des Marktes, um ein breiteres Preis-Qualitäts-Spektrum im Sinne des Verbrauchers zu ermöglichen (2014). Doch auch junge Unternehmen können zu Monopolisten werden. In der digitalen Wirtschaft werden Netzwerkeffekte immer wichtiger: Ein Unternehmen gewinnt durch die steigende Anzahl an Kunden an Wert und Attraktivität für neue Kunden. Durch diese Effekte kann das Unternehmen noch schneller wachsen und so eine dominante

Marktposition einnehmen. Man spricht von einem „Winner takes it all“- Markt. Daten als Ressource spielen in diesem Zusammenhang eine immer bedeutendere Rolle. Dies stellt das deutsche Wettbewerbsrecht und andere Rechtsgebiete wie Daten- und Verbraucherschutz vor völlig neue Herausforderungen.

Neue Ideen für Deutschland

Innovative Unternehmensgründungen machen nur einen kleinen Teil der Neugründungen aus (siehe S. 13). Nur sieben Prozent der Existenzgründer/-innen haben sich im Jahr 2014 mit einer überregionalen Marktneuheit selbstständig gemacht (KfW, 2015). Doch der Effekt auf die Innovationsbildung einer Volkswirtschaft ist überdurchschnittlich. Neue Geschäftsmodelle und Technologien fordern die Bestandsunternehmen heraus und erhöhen so die Produktivität und in der Folge das Wirtschaftswachstum Deutschlands. Etablierte Firmen haben häufig geringere Anreize marktveränderte Neuerungen einzuführen und ihre reifen und formalisierten Betriebsstrukturen sind weniger geeignet für deren Umsetzung. Die Zusammenarbeit und der Wissenstransfer von alter und neuer Wirtschaft birgt daher großes Innovationspotenzial, das bereits vermehrt umgesetzt wird. Große Konzerne engagieren sich zunehmend in der Gründungsförderung, indem sie eigene Inkubatoren oder Acceleratorenprogramme aufsetzen (siehe S. 34). Angelagert an die Unternehmensstruktur werden in diesen Programmen neue Geschäftsideen und junge Startups entwickelt und gefördert.

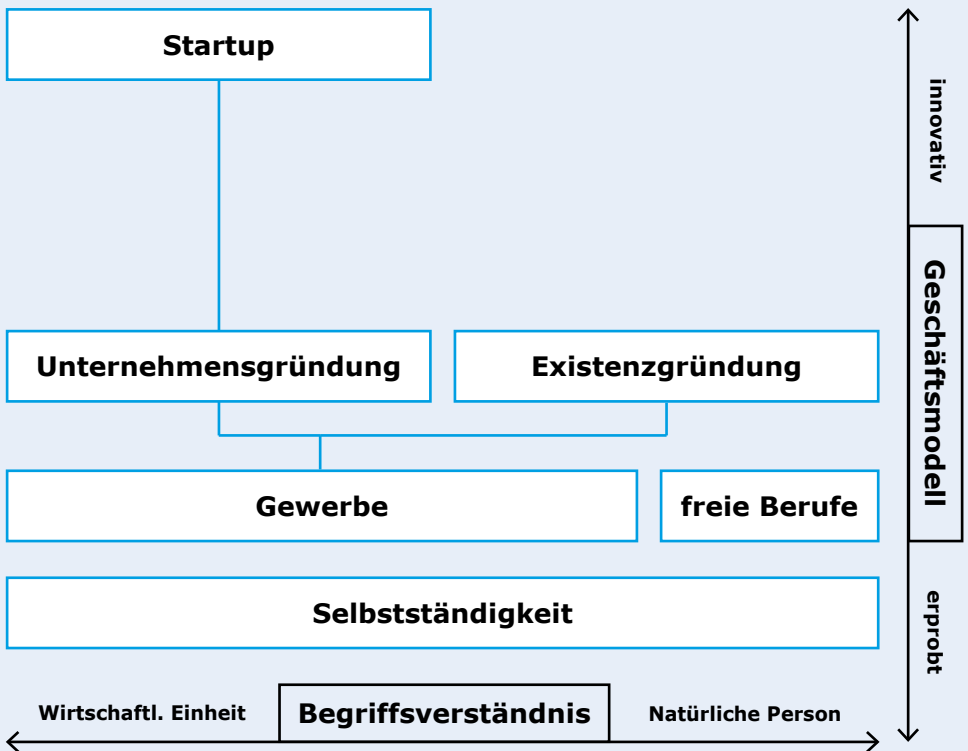


2 Nicht alle Gründungen sind gleich – wo sind die Unterschiede?

Das deutsche Gründungsgeschehen ist von unterschiedlichen Arten der Selbstständigkeit geprägt, die spezielle Bedürfnisse an den politischen Rahmen haben. Die Begriffe Selbstständigkeit, Existenzgründung und Unternehmensgründung werden häufig synonym verwendet, haben jedoch eigene Bedeutungen. Die Unterscheidung ist ebenfalls für das Verständnis der Datenlage wichtig. Unterschiedliche Studien zum Thema Unternehmensgründung nutzen verschiedene Begriffe und kommen so auf unterschiedliche Gründerzahlen und -quoten.

Formen der Selbstständigkeit

Der Oberbegriff **Selbstständigkeit** beschreibt alle wirtschaftlichen Tätigkeiten auf Rechnung und Risiko des Selbstständigen außerhalb einer abhängigen Beschäftigung. Darunter fallen Gründungen aus den **freien Berufen**, diese umfassen wirtschaftliche Tätigkeiten, die nicht von der Gewerbeordnung erfasst werden. Zusätzlich wird eine spezielle Ausbildung vorausgesetzt. Selbstständige Ärzte, Anwälte oder Künstler gehören beispielsweise zu den freien Berufen. Unter eine **gewerbliche Gründung** fällt die **Existenzgründung**. Sie beschreibt die Realisierung der beruflichen Selbstständigkeit einer natürlichen Person. Im Gegensatz dazu steht die **Unternehmensgründung** mit dem Fokus der Schaffung einer selbständigen, neuen Wirtschaftseinheit.



Der Begriff „Startup“

Bei einer Startup-Gründung handelt es sich ebenfalls um die Gründung einer wirtschaftlichen Einheit, jedoch mit einem innovativen Geschäftsmodell. Der Begriff Startup ist in Deutschland nicht klar definiert und nur jeder dritte Deutsche weiß, was ein Startup überhaupt ist (Bitkom, 2014). Das Fehlen einer offiziellen Definition erschwert auch die statistische Erfassung dieser Unternehmen. Bisher liefern lediglich nicht-repräsentative Befragungen Erkenntnisse über diesen neuen Wirtschaftsfaktor. Der Begriff Startup beschreibt sowohl die Phase vor dem Markteintritt eines Unternehmens wie auch Unternehmen selbst, die durch folgende vier Elemente gekennzeichnet werden können.



Junges Unternehmen – Startups sind selbstständige und originäre Unternehmensgründungen. Das heißt, eine komplett neue Organisation wird von einem oder mehreren Gründern aufgebaut. Der Bundesverband für Deutsche Startups e.V. setzt eine maximale Unternehmensaltersgrenze von zehn Jahren für Startups.



Innovative Geschäftsidee – Startup Gründer/-innen nutzen blinde Flecken im Markt und neue Technologien als Chancen. Damit verbunden sind jedoch mehr Unsicherheit und ein größeres Risiko mit dem Unternehmen zu scheitern

– verglichen mit bereits bestehenden und bewährten Geschäftsmodellen.



Hohes Wachstumspotenzial

Jeden Tag werden in Deutschland viele Unternehmen gegründet. Doch Blumenläden, Restaurants oder Autowerkstätten haben in der Regel ein begrenztes Wachstum. Das Geschäftsmodell ist bewährt, der Markt lokal, die Kunden mehrheitlich aus dem direkten Umkreis. Startup Unternehmen werden häufig bereits mit dem Ziel eines hohen Umsatz-, Kunden- und Mitarbeiterwachstums gegründet. Entscheidend ist die sogenannte Skalierbarkeit des Geschäftsmodells. Diese beschreibt, in welchem Maße der Umsatz gesteigert werden kann, ohne weitere Ausgaben wie höhere Fixkosten oder den Ausbau der Infrastruktur zu verursachen. Ein Geschäftsmodell ist skalierbar, wenn die Marktmöglichkeiten groß sind und eine hohe Zahl an Kunden ohne großen Kostenaufwand erreicht werden kann. Digitale Geschäftsmodelle sind in ihren Eigenschaften besonders skalierbar. Am Anfang benötigen sie Investitionen für die Entwicklung des Produktes und der Infrastruktur. Später kann jedoch durch

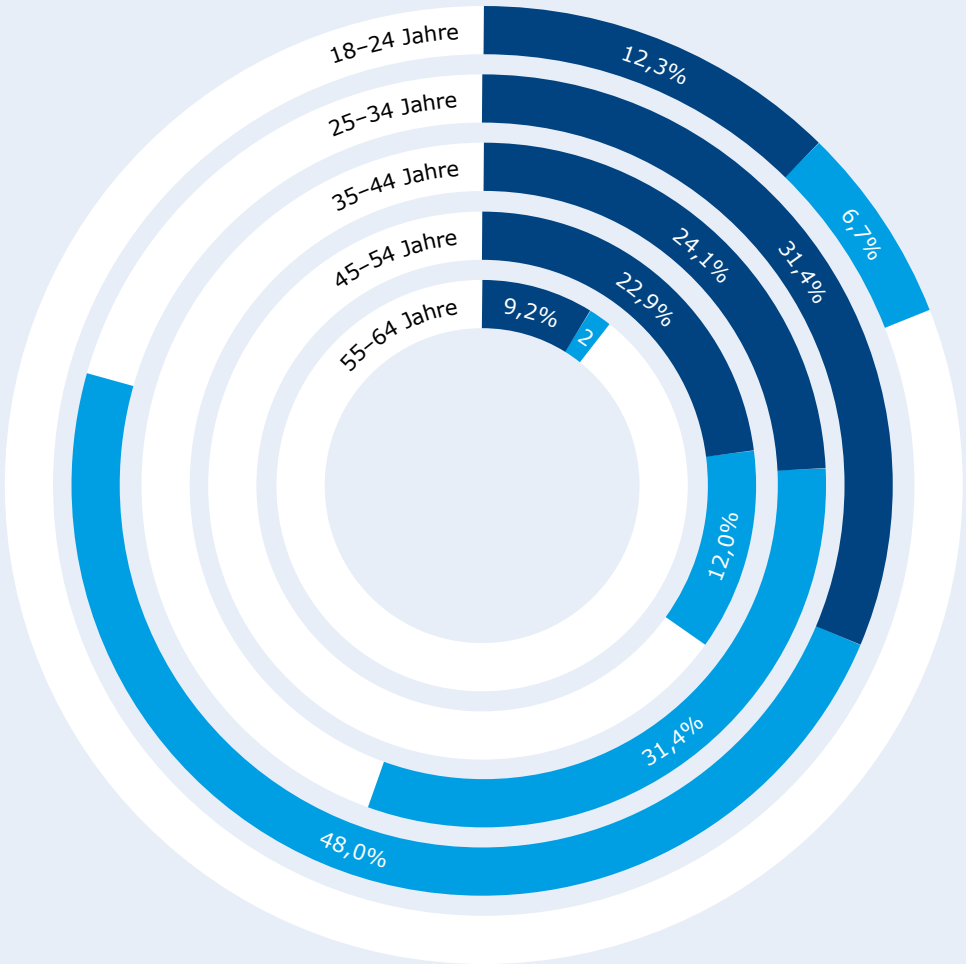
das Internet kostensparend in internationale Märkte expandiert und der Umsatz gesteigert werden, ohne im gleichen Maße Kosten zu produzieren.



Spezieller Finanzierungsbedarf

Damit Startups schnell(er) wachsen können, bedarf es einer ausreichenden Finanzierung. Neben eigenen Rücklagen, familiärer Hilfe und staatlichen Fördermitteln greifen Startup Gründer/-innen auch auf formelles und informelles Beteiligungskapital wie Venture Capital oder Crowdfunding zurück (siehe S. 35). Da innovative Geschäftsideen mit mehr Risiken behaftet sind und Gründer/-innen häufig nur beschränkte Sicherheiten zur Verfügung haben, haben Startups Schwierigkeiten traditionelle Bankkredite zu erhalten. Nur 5 % der vom DSM (Deutscher Startup Monitor) befragten Startups haben im ersten Jahr Bankdarlehen als (Teil-) Finanzierung genutzt (DSM 2014).

Alter der Unternehmensgründer/-innen in Deutschland im Jahr 2015



Existenzgründer/-innen
Quelle: KfW, 2015

Startup-Gründer/-innen
Quelle: DSM 2015

3 Wer gründet?

Zwischen 25 und 45 wird am meisten gegründet

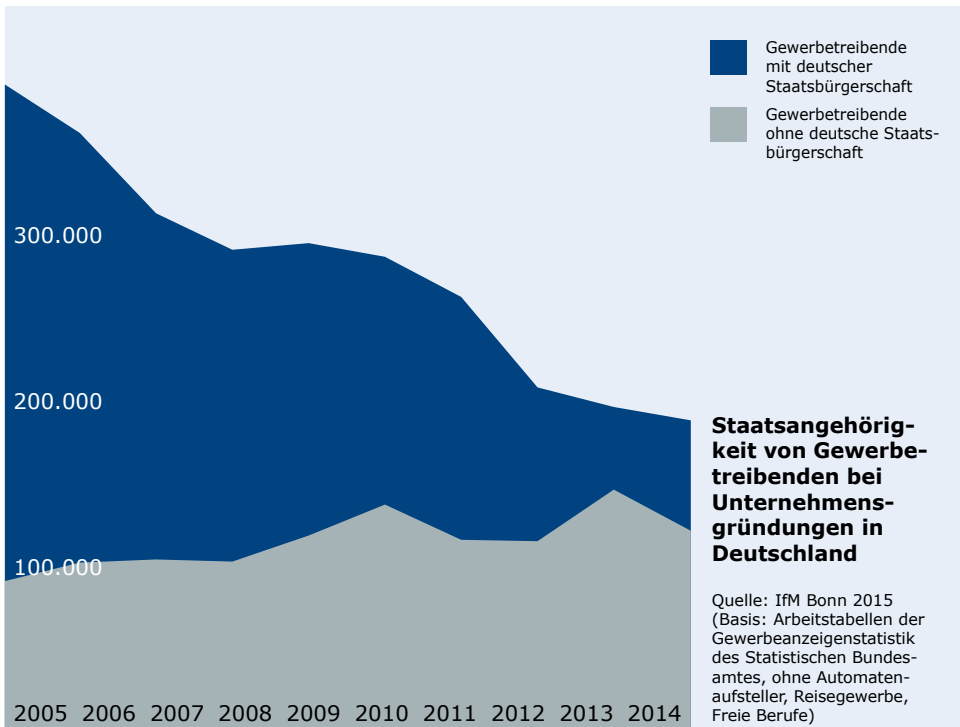
Mehr als die Hälfte aller Gründungen entfallen auf Menschen zwischen dem 25. und 45. Lebensjahr (KfW, 2015). Ganze 83 Prozent der Startup-Gründer/-innen starten ihr Unternehmen in diesen zwei Lebensjahrzehnten. Dafür gründen sie im Durchschnitt weniger häufig im Alter zwischen 18 und 24 Jahren und ebenfalls seltener, wenn sie über 55 Jahre alt sind (DSM 2015). Doch Gründungen in der zweiten Lebenshälfte gewinnen mit dem demografischen Wandel an gesellschaftlicher wie wirtschaftspolitischer Bedeutung. Fachwissen und Berufserfahrung sind wichtige Ressourcen, die Gründer/-innen im mittleren Alter mitbringen. Dazu kommt, verglichen mit der Elterngeneration, ein massiv verbesserter Gesundheitszustand und eine höhere Leistungsfähigkeit im Alter. Zwar steigt der Anteil der 45- bis 55-Jährigen sowohl in der Gründungsberatung als auch unter Existenzgründern/-innen, doch liegt noch größeres Potenzial in der Altersgruppe zwischen 45 und 65 Jahren (DIHK 2015; KfW, 2015).

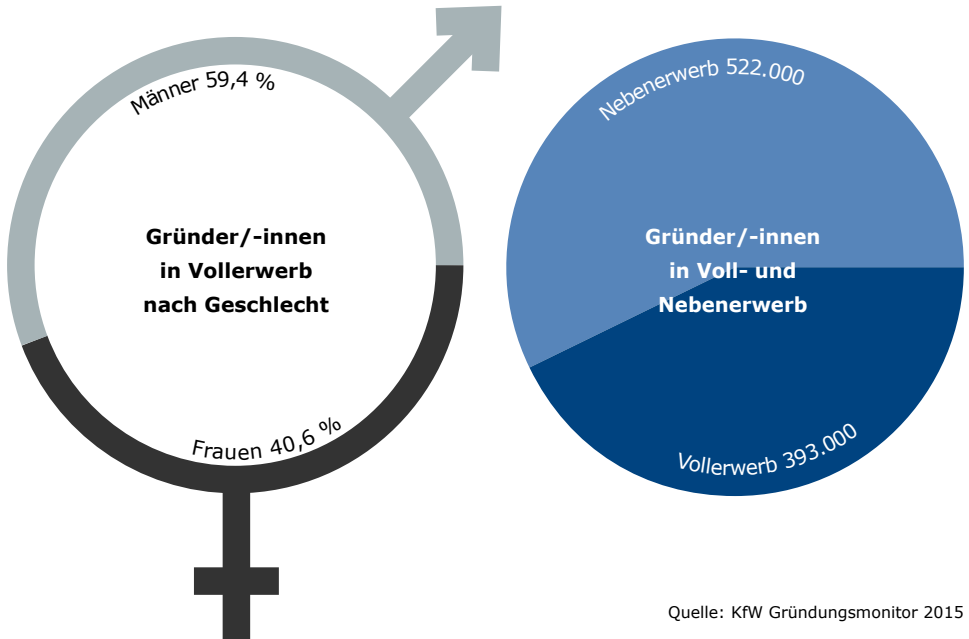
Männer gründen häufiger, doch Frauen holen auf

Die allgemein gestiegene Erwerbsneigung und -tätigkeit von Frauen wirkt sich auf das Gründungsgeschehen aus. Zwar liegt der Anteil der Existenzgründer/-innen mit vier Prozent der 18- bis 64-jährigen deutschen Bevölkerung noch deutlich unter dem männlichen Anteil von sieben Prozent. Gründungen im Vollerwerb von Frauen nehmen jedoch zu. In den freien Berufen ist die Beteiligung von Frauen besonders auffällig gestiegen. Diese sprang im Haupterwerb von 33 Prozent im Vorjahr auf 43 Prozent im Jahr 2014 (KfW, 2015). Über die beruflichen Chancen der Selbstständigkeit informieren sich ebenfalls vermehrt Frauen. Sie machen nun 44 Prozent der Teilnehmer an Gründungsberatungen aus (DIHK, 2015). Im Startup-Umfeld sind gründende Frauen jedoch mit 13 Prozent noch deutlich unterrepräsentiert (DSM 2015).

Dynamische Gründungsaktivität von Migranten/-innen

Wissen über andere Länder, Märkte und Kulturen können entscheidende Faktoren im Hinblick auf Markterschließungen und Innovationskraft sein (DIHK, 2015). Obwohl nur 10 Prozent der Bevölkerung eine ausländische Staatsangehörigkeit besitzen, machen diese mehr als ein Drittel der gewerbetreibenden Unternehmensgründer/-innen aus. Der Anteil an ausländischen Existenzgründern/-innen ist aufgrund der enthaltenen freien Berufe, die stärker von Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit geprägt sind, niedriger und liegt bei ca. 20 Prozent. Auffällig ist jedoch, dass Existenzgründer/-innen mit Migrationshintergrund häufiger als der Durchschnitt Mitarbeiterstellen schaffen (Metzger, 2014). Das Interesse an Gründungen wächst stetig, mittlerweile hat fast jeder fünfte Teilnehmer an der IHK-Gründungsberatung einen Migrationshintergrund. Da Menschen mit Migrationshintergrund ebenfalls 20% der deutschen Bevölkerung ausmachen, zeigt sich hier der gleiche Zugang und die Nutzung von Beratungsangeboten wie in der Restbevölkerung (DIHK 2015). In dem international geprägten Umfeld der Startups kamen im Jahr 2015 indessen nur 9 Prozent der Gründer/-innen aus dem Ausland (DSM 2015).

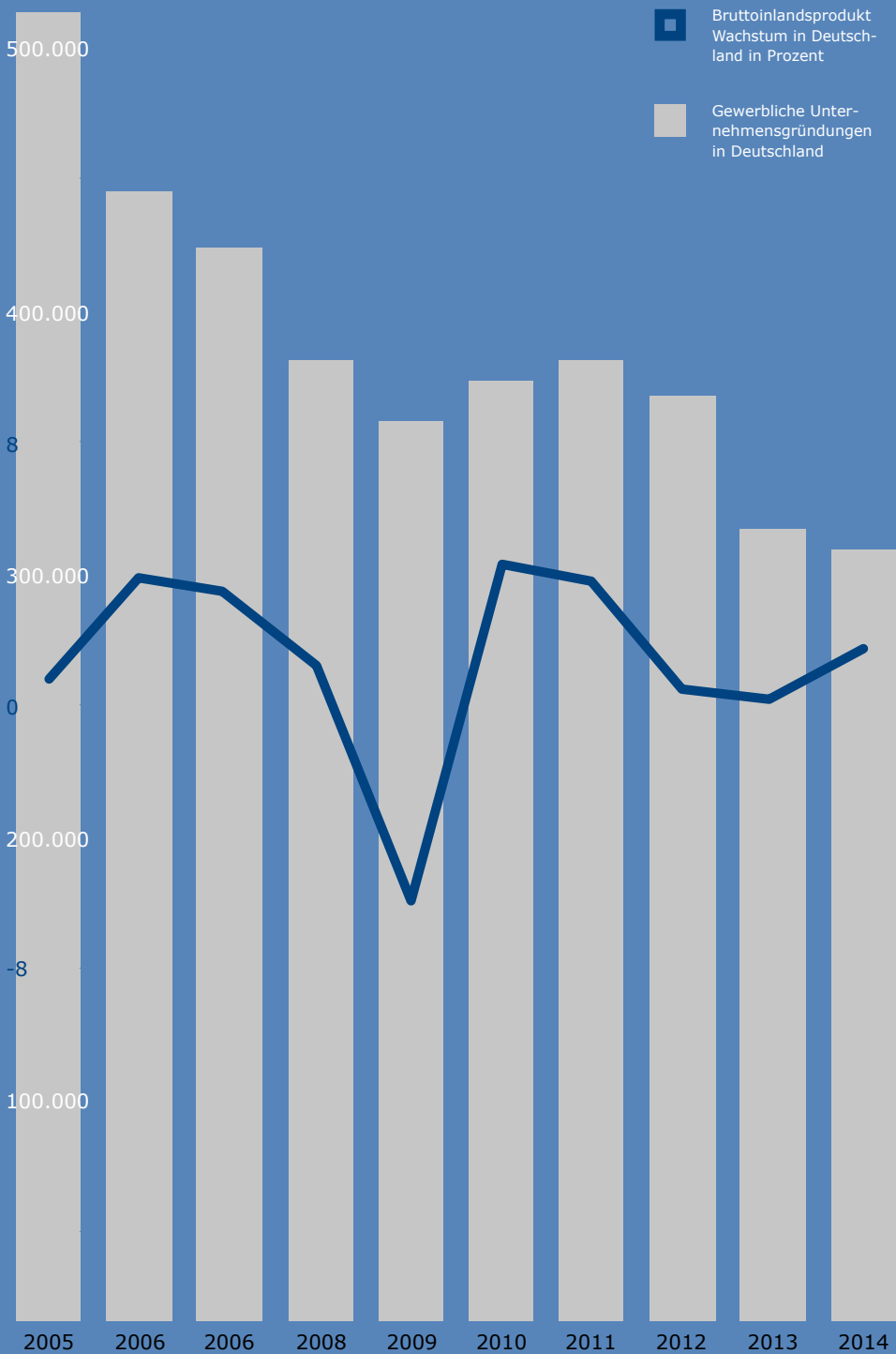




Die Mehrzahl der Deutschen gründet im Nebenerwerb

57 Prozent der Gründer/-innen übten ihre Selbstständigkeit 2014 im Nebenerwerb aus. Nebenerwerbsgründer/-innen finanzieren ihre Gründungsaktivitäten durch ein anderes Haupteinkommen, meist aus abhängiger Beschäftigung. Mehr als die Hälfte der Gründer/-innen von Hightech-Unternehmen gründeten 2013 im Nebenerwerb und arbeiteten weiterhin in der Wissenschaft (ZEW, 2015). Diese Unternehmen werden besonders häufig im Team gegründet. Während unter Existenzgründern/-innen nur zirka sieben Prozent im Team gründen, werden in Hightech-Branchen 42 Prozent dieser Unternehmen von mehreren Personen gegründet. Daher ist es beispielsweise in der Anfangszeit nicht von Nöten, dass alle Gründer/-innen Vollzeit in den Aufbau und die Führung des Unternehmens eingebunden sind. Persönliche finanzielle Risiken werden durch ein paralleles Angestelltenverhältnis abgedeckt.

Frauen gründen aus anderen Beweggründen überdurchschnittlich oft im Nebenerwerb. Die flexible Ausübung der Selbstständigkeit wird häufig als eine Möglichkeit für die Vereinbarung von Familie und Beruf wahrgenommen. Die Selbstständigkeit wird ebenfalls öfter genutzt um ein Geschäftsmodell im Nebenverdienst auszuprobieren und bei Profitabilität auf den Vollerwerb auszuweiten.



4 Warum wird gegründet?

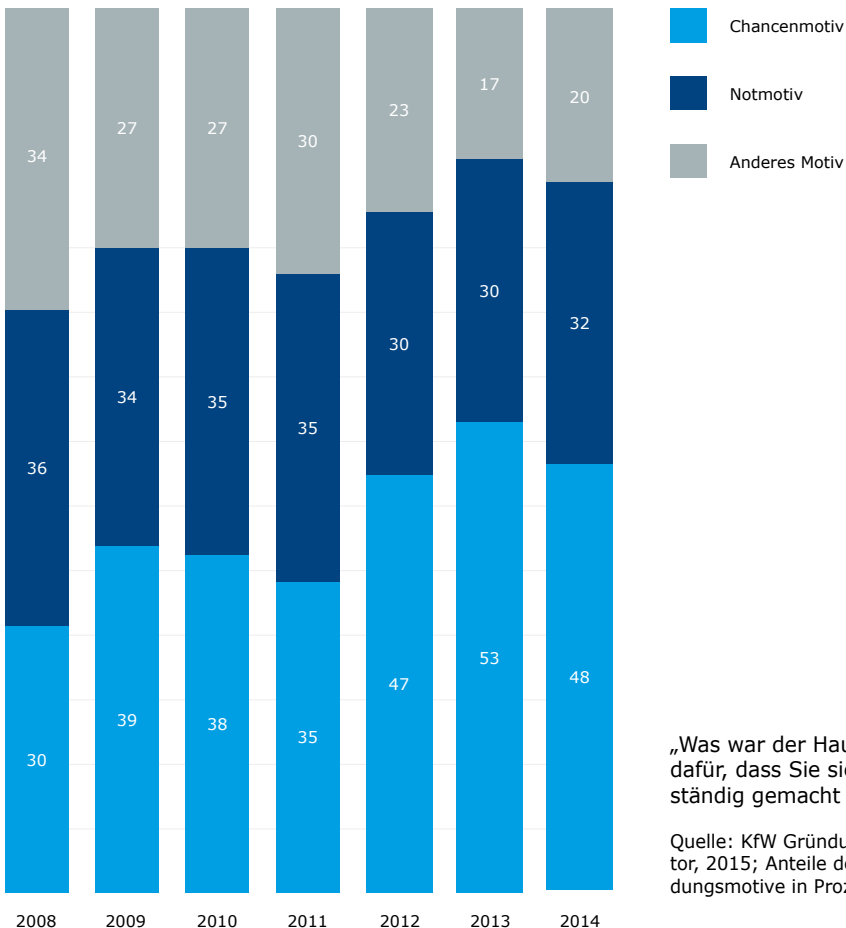
Bei guter Konjunktur wird in Deutschland weniger gegründet

Die Zahl der Unternehmensgründungen ist seit 2005 in Deutschland stark rückläufig. Dies ist jedoch nicht auf verschlechterte wirtschaftliche Rahmenbedingungen zurückzuführen. Vielmehr wirken eine veränderte Förderungsstruktur für Gründungen aus der Arbeitslosigkeit, der demografische Wandel sowie die stabile konjunkturelle Lage Deutschlands dämpfend auf die Zahl der Neugründungen.

- Die staatlichen Instrumente zur Gründungsförderung aus der Arbeitslosigkeit wurden umgestaltet und der Zugang zu diesen Maßnahmen erheblich eingeschränkt. 2010 erhielten ca. 163.000 Arbeitslose das Einstiegsgeld oder den Gründungszuschuss, 2014 qualifizierten sich nur noch ca. 36.000 Personen für den Zuschuss – Ein Rückgang der geförderten Gründungen aus der Arbeitslosigkeit von 78 Prozent (Bundesagentur für Arbeit, 2015; Berechnungen des IfM Bonn).
- Im Zuge des demografischen Wandels sinkt die Zahl der 30- bis 40-Jährigen. Dies ist das Lebensjahrzehnt, in dem statistisch gesehen am häufigsten gegründet wird (siehe S. 17).
- Die anhaltend positive Konjunktur der letzten Jahre wirkt sich ebenfalls auf das Gründungsgeschehen aus. Wirtschaftswachstum, Arbeitslosigkeit und das Zinsniveau sind bestimmende Faktoren für die Gründungsaktivität. Das BIP-Wachstum und der niedrige Leitzins schaffen ein positives Konsum- und Investitionsklima und animieren potenzielle Gründer/-innen mit einer konkreten Geschäftsidee, diese umzusetzen. Gleichzeitig führt dies zu attraktiven Erwerbsalternativen in abhängigen Beschäftigungen. Einige potenzielle Gründer/-innen verbleiben demnach im sicheren Angestelltenverhältnis. Die Zahl der Gründer/-innen, die sich in Ermangelung anderer Erwerbsperspektiven selbstständig macht, nimmt ab (Fritsch et al., 2013).

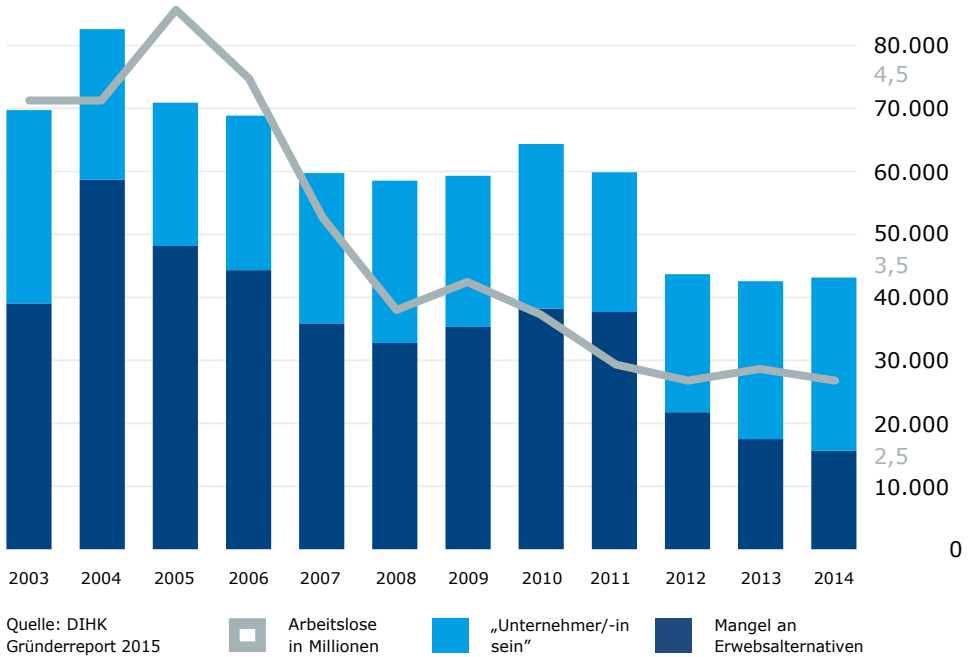
Mehr Gründer/-innen aus Überzeugung

Unternehmensgründer/-innen haben unterschiedliche Motive für ihren Schritt in die Selbstständigkeit. Durch das positive wirtschaftliche Klima der letzten Jahre konnten mehr Gründer/-innen aus Überzeugung ihre konkrete Geschäftsidee verwirklichen. Diese werden als Chancengründer/-innen bezeichnet, da sie eine Chance im Markt sehen, die sie mit ihrem Geschäftsmodell ergreifen. Ihr Anteil ist seit 2011 um mehr als 10 Prozentpunkte gestiegen (KfW, 2015). Die Zahl der Notgründer/-innen, also der Menschen, die gründen, weil sie keine andere berufliche Möglichkeit außer dem Gang in die Selbstständigkeit sehen, stagniert bei ca. 30 Prozent.



„Was war der Hauptgrund dafür, dass Sie sich selbstständig gemacht haben?“

Quelle: KfW Gründungsmonitor, 2015; Anteile der Gründungsmotive in Prozent.



Die veränderten Förderprogramme für Gründungen aus der Arbeitslosigkeit sowie die gute Lage auf dem deutschen Arbeitsmarkt wirkten sich auch auf die Beratungsangebote des Deutschen Industrie- und Handelskammertages aus. Die Mehrzahl der Teilnehmer/-innen entschied sich bewusst für eine Unternehmensgründung. Nur 36 Prozent der Teilnehmer/-innen mangelt es an alternativen Erwerbsperspektiven. Der Zuwachs an Chancengründer/-innen ist gesamtwirtschaftlich positiv zu werten. Der bewusste Markteintritt ist Ausdruck einer durchdachten Geschäftsidee mit Chancen auf Erfolg und mittel- bis langfristiges Bestehen. Daher sind es Chancengründer/-innen, die häufiger Innovationen kommerzialisieren, Arbeitsplätze schaffen und in der Regel bestandfester sind (KfW-Gründungsmonitor 2015; Furdas & Kohn, 2011).

Startup-Gründer/-innen sind grundsätzlich Chancengründer/-innen.

Sie verstehen sich als Innovatoren und treten als solche mit einer Idee in den Markt ein, die ein hohes Wachstumspotenzial verspricht.

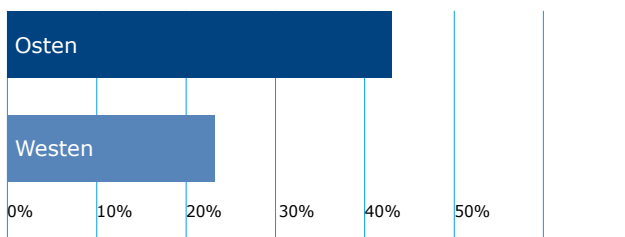
Städtische Ballungsräume ziehen Gründer/-innen an

Unternehmen werden in ganz Deutschland gegründet. Städte ziehen jedoch besonders viele Unternehmensgründer/-innen an. Allen voran Berlin und Hamburg – sie weisen die höchste Gründungsintensität aller Bundesländer auf. Das bedeutet, dass dort besonders viele Gründungen pro 10.000 Einwohner im erwerbsfähigen Alter angemeldet werden. In Städten entstehen die für Gründungen wichtigen Ökosysteme aufgrund kurzer Wege, vieler internationaler Einwohner und einem Zusammenwirken von öffentlichen Institutionen und privater Wirtschaft selbstverständlicher und bieten besonders fruchtbaren Boden für Unternehmensgründungen. Alte und neue Bundesländer unterscheiden sich nach wie vor deutlich in der Häufigkeit der Gründungen. In den ländlichen ostdeutschen Gebieten wird pro Einwohner weniger gegründet als in den westdeutsche Flächenstaaten. Dies ist unter anderem auf die höhere Bevölkerungsdichte Westdeutschlands zurückzuführen. Unterschiede gibt es auch bei den Gründungsmotiven in West und Ost. In den alten Bundesländern gründen mehr Menschen als Chancengründer/-innen als in den neuen Bundesländern. Frauen in Ostdeutschland sind deutlich häufiger Notgründerinnen (Brixy et al., 2015).

Frauen in Ostdeutschland sind häufiger Notgründerinnen.

Anteil der befragten Gründerinnen im Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2014.

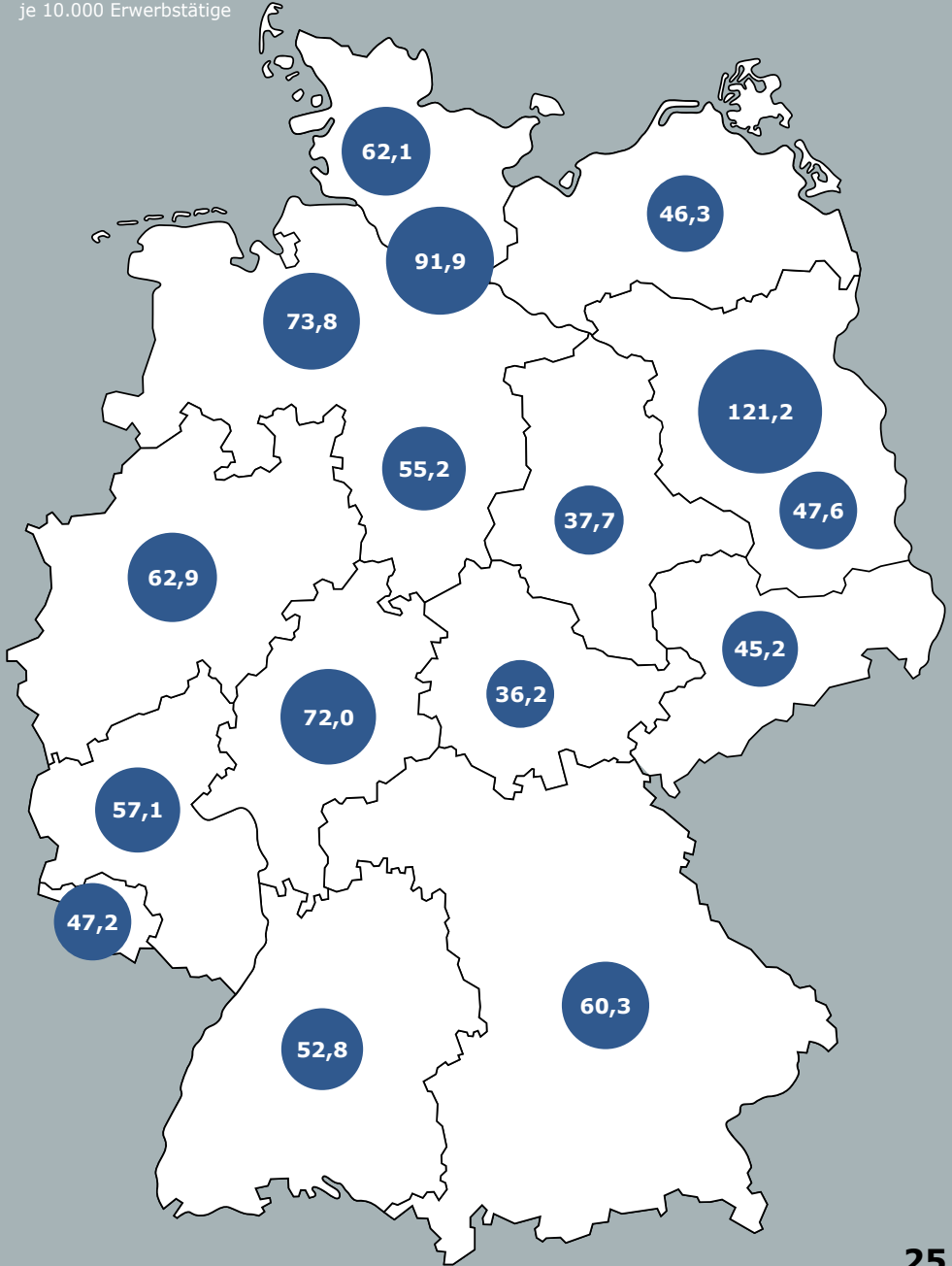
Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009 bis 2014.



Quelle: Statistisches Bundesamt: Erwerbsfähigkeitszahlen, Wiesbaden, verschiedene Jahrgänge; IfM Bonn: Gründungsstatistik (Basis: Gewerbebeanzeigestatistik des Statistischen Bundesamtes). Zahlen vorläufig, errechnet mit Erwerbsfähigkeitszahlen von 2013. Ohne Automaten-aufsteller, Reisegewerbe und Freie Berufe. Bevölkerung im Alter von 18 bis 65 Jahren.

Gewerbliche Existenzgründungsintensität 2004 bis 2014

Anzahl der Existenzgründungen je 10.000 Erwerbstätige



Lernen aus dem Scheitern – eine zweite Chance für die Gründung

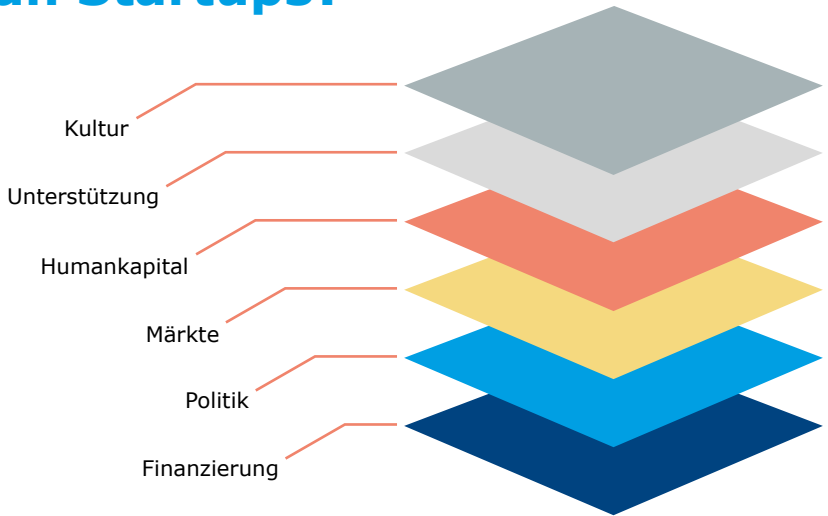
Eine mangelnde Kultur des Scheiterns wird häufig als ausschlaggebender Faktor für die insbesondere im Vergleich zu den USA geringere Gründungsbereitschaft in Deutschland angeführt. Studien über die Erfahrungswerte von Gründer/-innen aus Deutschland konnten belegen, dass Gründer/-innen, die bereits einmal gescheitert sind, häufiger auch ein zweites Mal scheitern (Gottschalk et al., 2014). Ausschlaggebend sei die mangelnde Reflektion über die Gründe des Scheiterns und der fehlende Lernprozess. Daher brauchen wir in Deutschland nicht nur eine sogenannte „Kultur des Scheiterns“. Um dem statistisch wahrscheinlichen erneuten Scheitern entgegenzuwirken, braucht es sowohl das Verständnis und Wohlwollen der Gesellschaft, als auch die persönliche Reflexion. So kann der Stigmatisierung dieses Prozesses einem Klima des Lernens weichen und der zweite oder dritte Versuch gelingen.



Für 54 Prozent der Deutschen wäre die Angst vorm Scheitern kein Grund nicht zu gründen.

(62 % Männer, 45 % Frauen, Sozio-kulturelle Einflüsse GEM 2014.)

5 Was ist besonders an Startups?



Die sechs Faktoren des Startup-Ökosystems

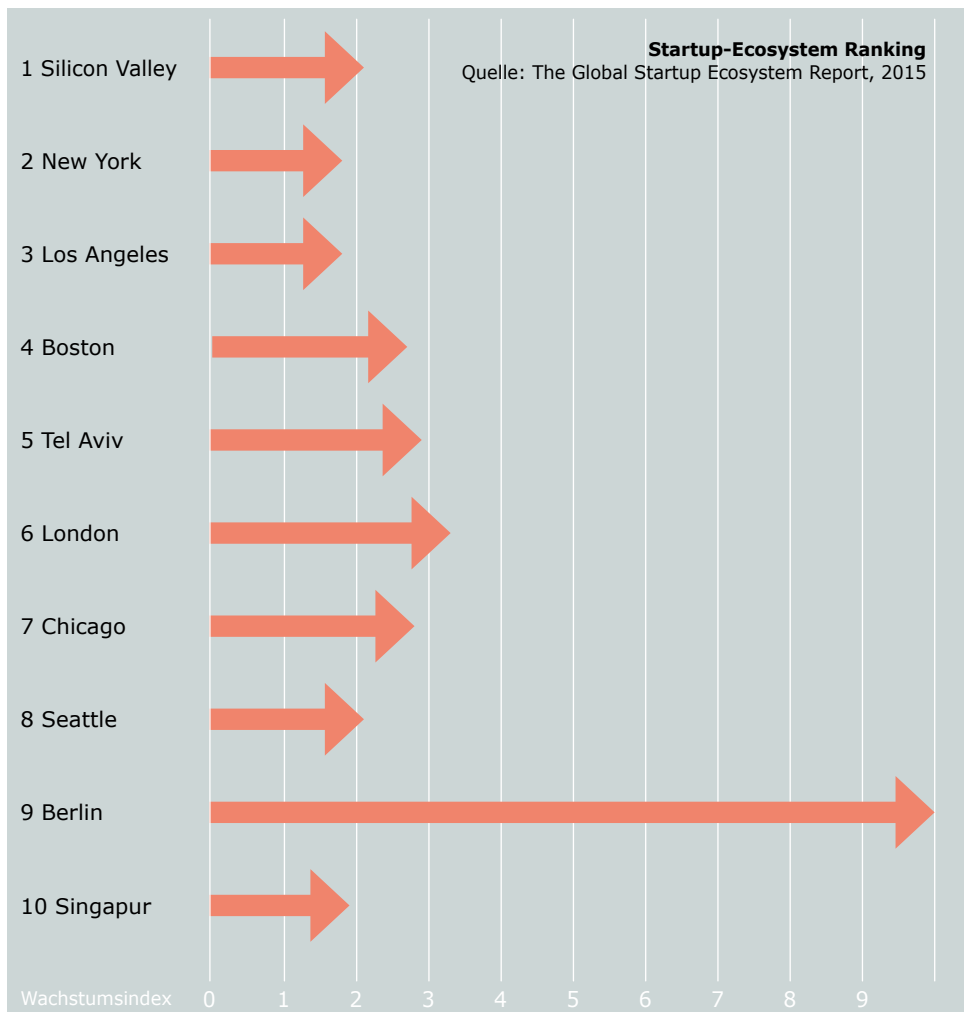
Quelle: Isenberg, 2011.

Das Startup-Ökosystem

Wo diese unterschiedlichen Faktoren und entsprechende Akteure aufeinandertreffen, bildet sich ein sich selbstverstärkendes System um die Startup-Gründer/-innen. Je mehr die Akteure interagieren, desto entwickelter und gesünder ist das sogenannte Startup Öko-System. Der aus der Biologie entlehene Begriff beschreibt im Unterschied zu klassischen Branchen- oder Industrieclustern nicht nur die Ansammlung ähnlicher Unternehmen in lokaler Nähe. Es handelt sich eher um eine Art Kreislauf des Lebens und des Ideen- und Ressourcenaustauschs zwischen den Akteuren. Erfolgreiche Gründer/-innen werden häufig selbst zu Investoren, beispielsweise als Business Angel oder mit einem Venture Capital Fond. So unterstützen sie aufstrebende Gründer/-innen mit Kapital, aber auch mit Expertise und Erfahrung. Als erfolgreiche Vorbilder tragen sie zu einer gründerfreundlichen Kultur bei. Mit mehr Gründern/-innen stellen sich Begleitprofessionen wie Rechtsanwälte oder Buchhalter auf die speziellen Belange von Startups ein. Der Arbeitsmarkt für Fachkräfte wie Softwareentwickler/-innen wächst ebenfalls mit der Zahl der ansässigen Startups. Auch Platz und Gelegenheit zum informellen Austausch sind entscheidende Faktoren für einen Startup-Standort. Sogenannte Co-Working-Spaces, also mietbare Schreibtische und Büroeinheiten, bieten oft am Anfang einer Selbstständigkeit ein preiswertes Büro und Gelegenheit zum Austausch mit anderen Gründern/-innen und Investoren. **27**

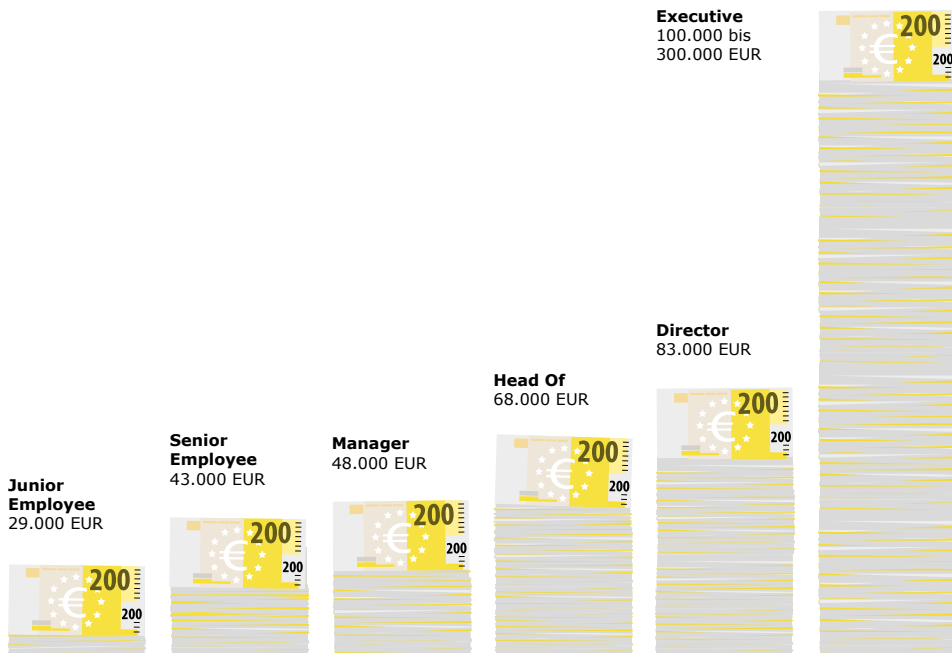
Startup-Standort Deutschland

In Hamburg, München und dem Rhein-Ruhr-Gebiet entwickelten sich in den letzten Jahren dynamische deutsche Startup Ökosysteme. Herz der deutschen Startup Szene ist allerdings Berlin. Die Mischung aus nach wie vor geringen Kosten der Lebenshaltung, vielen Freiräumen, einem internationalen Umfeld und jungen Ideen konnte in den letzten Jahren viele Gründer/-innen, Investoren und internationale Aufmerksamkeit anziehen. 2012 belegte Berlin noch Platz 15 in dem Ranking des Global Startup Ecosystem Reports. Dieses Jahr schaffte es der deutsche Standort mit Platz neun bereits unter die ersten zehn. Berlin konnte besonders im Bereich der Finanzierung und der Exits (siehe S. 36) aufholen. Das Silicon Valley ist und bleibt jedoch das Zentrum der internationalen Startup Szene.



Mitarbeitermotivation – nicht nur eine Frage des Geldes

Gut ausgebildete Arbeitnehmer/-innen sind ein unverzichtbarer Baustein für die wachstumsstarken Startups. Daher ist die Anwerbung von passendem Personal ein besonders wichtiges Thema. Zwar bieten Startups in der Regel ein niedrigeres Gehalt als etablierte Firmen, doch ist die verbundene Arbeitskultur ein Anreiz für gerade jüngere Arbeitnehmer. Dynamische betriebliche Strukturen und flache Hierarchien ermöglichen bereits Berufseinsteigern überdurchschnittliche Verantwortung und Freiheit. Als finanzielle Anreize für Mitgründer/-innen und das höhere Management werden eher Unternehmensanteile statt Gehaltserhöhungen oder Boni vergeben. Wenn die Mitarbeiter/-innen besondere Leistung zeigen, ist ein schneller Aufstieg keine Seltenheit. Scheitern sie an den Erwartungen der Unternehmensführung, ist ein ebenso schneller Ausstieg häufig. Diese Praxis wird im angelsächsischen Raum als Hire and Fire bezeichnet. Arbeitnehmer/-innen stehen unter einem hohen Leistungsdruck, der sich in der Regel in weniger Urlaubstagen und längeren Arbeitszeiten niederschlägt.



Gehaltserwartungen von Bewerber/-innen bei Startups

Lesehilfe: Hochschulabsolvent/-innen verdienen in Berlin im Durchschnitt rund 49.000 Euro brutto.
Quelle: startupcv.com

Urlaubs- und Arbeitszeit von Startup-Mitarbeitern/-innen

Demgegenüber steht ein Entgegenkommen des Arbeitgebers, um die Arbeit möglichst angenehm zu gestalten. Flexible Arbeitszeiten, Homeoffice, kostenlose Getränke und Snacks sowie Teamevents schaffen die Grundlage für eine motivierte und leistungsbereite Mitarbeiterschaft. Dies spricht die Bedürfnisse der mehrheitlich jungen Belegschaft an. Nur knapp ein Fünftel der Startups bietet hingegen eine betriebliche Altersvorsorge.



57 %

arbeiten weniger als **50 Stunden** pro Woche



17 %

arbeiten **60 oder mehr Stunden** pro Woche



53 %

arbeiten am **Wochenende**

7 % nehmen mehr als **30 Urlaubstage** pro Jahr

22 % nehmen **29-30 Urlaubstage** pro Jahr

18 % nehmen **26-28 Urlaubstage** pro Jahr

53 % nehmen weniger als **26 Urlaubstage** pro Jahr



Angebote zur Mitarbeitermotivation in Startups

Mehrfachnennung möglich.
Quelle: DSM 2014

88 % Flexible Arbeitszeiten



79 % Kostenloser Kaffee, andere Getränke



66 % Arbeiten im Home Office



57 % Regelmäßige Teamevents



46 % Kostenlose Snacks



41 % Freie Wahl der Hardware



37 % Kicker, Tischtennis, ...



19 % Bezahlung des ÖPNV



19 % Onboarding (Integrations)-Hilfe für internationale Mitarbeiter/-innen



18 % Betriebliche Altersvorsorge

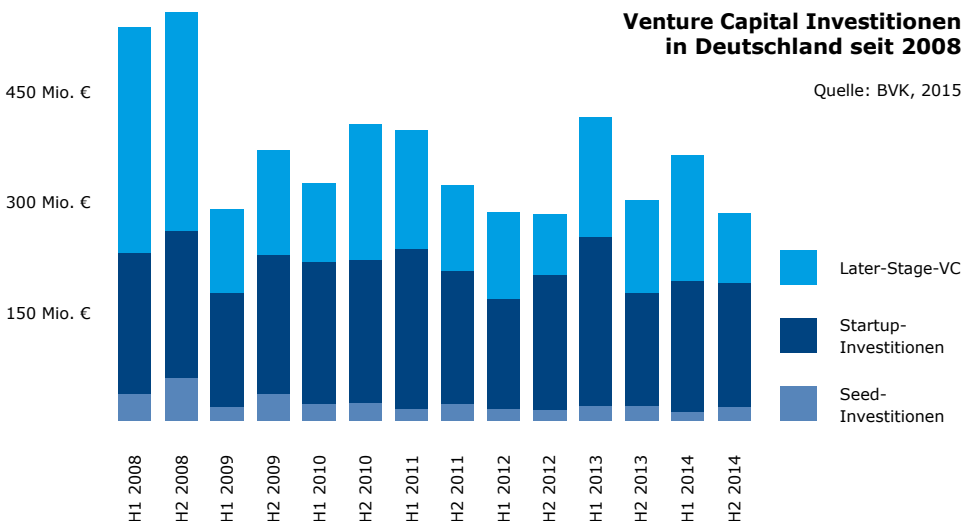


Viele Wege führen zur Finanzierung

Kapital ist eine der wichtigsten Grundvoraussetzungen für eine Unternehmensgründung. In jeder Phase eines Unternehmens bieten sich unterschiedliche Optionen für die Finanzierung. Am Anfang sind besonders Ersparnisse, private Kredite von Familie und Freunden sowie staatliche Förderprogramme entscheidend. Für Startups ist es aufgrund der innovativen Geschäftsausrichtung und dem verbundenen höheren Risiko besonders in der Frühphase schwierig, externes Kapital zu akquirieren. Für reguläre Bankdarlehen ist das Risiko des Ausfalls zu hoch und selbst Venture Capital Gesellschaften bevorzugen eher ein späteres Investment, wenn das Produkt oder die Dienstleistung bereits am Markt bestanden hat.

Venture Capital: Wagnis- oder Risikokapital

Venture Capital oder deutsch Wagnis- oder Risikokapital bezeichnet meist in Fonds organisierte Kapitalbeteiligungen an Unternehmen und Unternehmensgründungen. Venture Capital Gesellschaften verwalten langfristige Investitionen von überwiegend institutionellen Anlegern in Form eines Portfolios an Firmenbeteiligungen. Nur eine geringe Minderheit der Unternehmen wird durch Venture Capital finanziert, da die Entscheidung, welches Unternehmen finanziert wird, von der Größe der Wachstums- und Ertragspotenziale anhängt. Weiterhin wird der Entwicklungsprozess der Firmen durch Monitoring und Beratungen seitens der Venture Capitalists betreut. Durch diese Prozesse kann die Leistungsfähigkeit der finanzierten Unternehmen gesteigert werden. Konflikte zwischen Unternehmensgründern/-innen und Investoren über die Unternehmensführung und Machtverteilung sind keine Einzelfälle, sondern systembedingt.

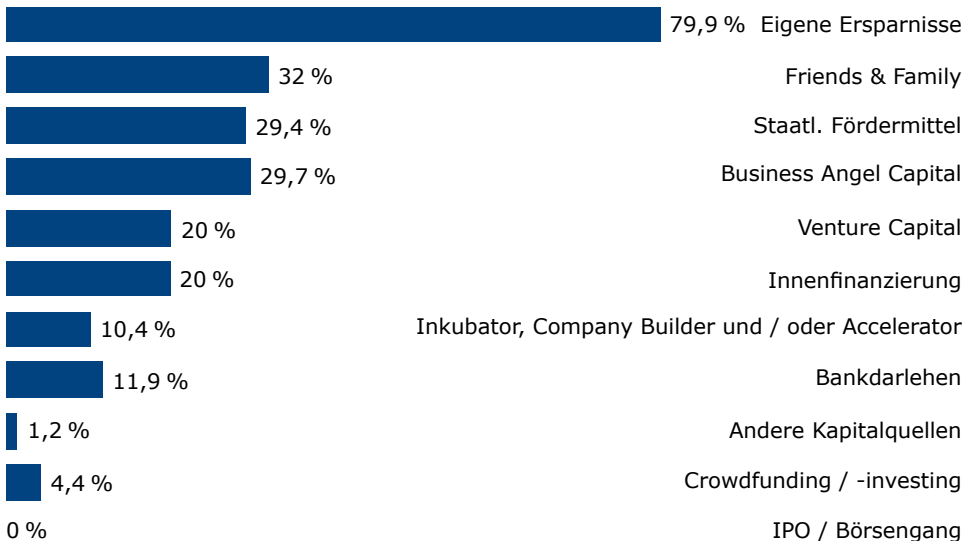


	Frühphase	Gründungsphase		Expansionsphase		
Phase	Seed	Startup	First-Stage	Second-Stage	Third-Stage	Bridge bzw. IPO
Hauptaufgabe	Forschung, Marktanalyse	Unternehmensgründung	Produktionsbeginn, Markteinführung	Nationale Expansion	Internationalisierung	Vorbereitung bzw. Börsengang
Unternehmerisches Kapital	Privatvermögen, Freunde, Förderungen			(Eventuell) Strategischer Partner		
Externes Eigenkapital	Inkubator, Business Angel	Business Angel	Venture Capital		Private Equity	Private Equity, Public Equity
Fremdkapital	Wenig Fremdkapital, mit Privatvermögen oder staatlicher Haftung besichert			Fremdkapitalanteil steigt	Hoher Fremdkapitalanteil	

Quelle: angelehnt an <http://www.netwerk-nordbayer.de/wiki/index.php/Finanzierungsphasen>

Quellen der Startup-Finanzierung

Mehrfachnennung möglich.
Quelle: DSM 2015



Finanzierungsmöglichkeiten kurz erklärt

Angel Investor oder Business Angels – Privatinvestoren, häufig selbst Gründer/-innen oder mit Gründungsvergangenheit, bieten besonders in der frühen Phase des Startups kleinere Summen von Kapital gegen Unternehmensanteile. Darüber hinaus geben sie Neugründern/-innen Rat in strategischen und operativen Fragen und eröffnen ihnen die Möglichkeit, auf ein bereits vorhandenes Netzwerk an Gründern/-innen, Mitbewerbern und Investoren zurückzugreifen. In Deutschland gibt es schätzungsweise 7500 Business Angels, die jährlich 650 Millionen Euro in Startups investieren (Egeln & Gottschalk, 2014).

Acceleratoren – Institutionen, die Startups in der Frühphase beratend, aber auch mit dem Einsatz von Ressourcen für eine kurze Zeit (in der Regel maximal vier Monate) unterstützen und das Wachstum „beschleunigen“. Für diese Leistungen erhält der Accelerator Unternehmensanteile, meist im einstelligen Prozentbereich.

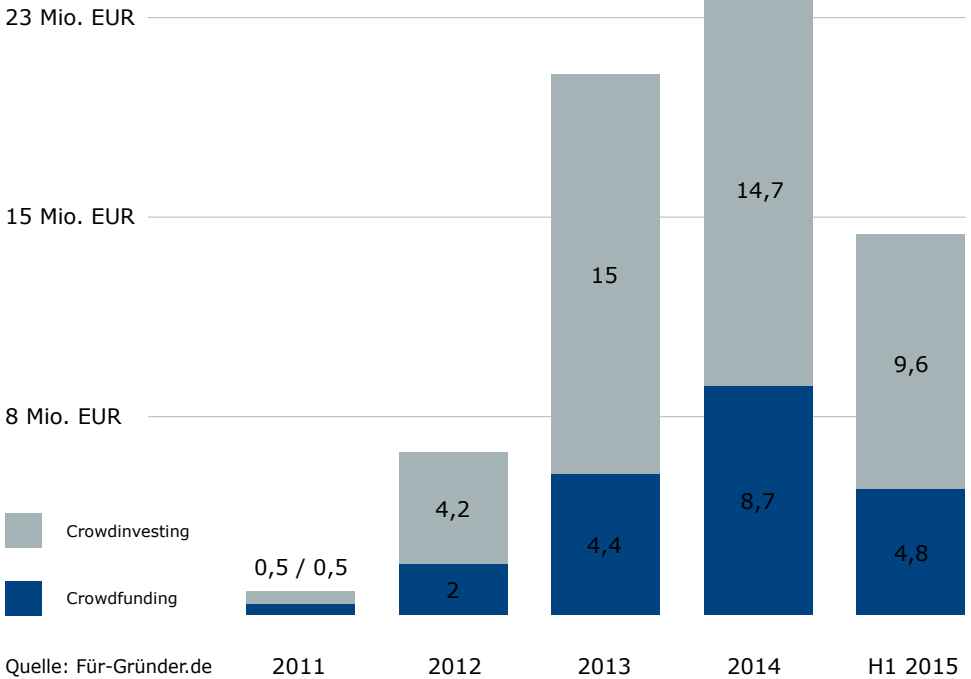
Inkubatoren – Institutionen, die jungen Startup als „Brutkasten“ dienen. Inkubatoren bieten Gründern ein Rundpaket für deren Anfangsphase an. Von temporär mietbaren Räumlichkeiten, über den Austausch mit anderen Gründern und Mentoren bis hin zur Ausstattung von Personal und Beratung durch Experten. Im Gegenzug erhält der Inkubator eine Unternehmensbeteiligung. Stellvertretend sei hier Hub:raum, der Inkubator der Deutschen Telekom in Berlin genannt.

Treibt Venture Capital Innovation?

Die Verfügbarkeit von Wagnis- oder Risikokapital wird häufig als bestimmender Faktor für die Innovationskraft einer Volkswirtschaft genannt. Der Zusammenhang von Innovation und Venture-Capital-Finanzierung ist jedoch bisher in Europa nicht nachgewiesen. Lediglich in den USA konnte eine Studie eine dreimal so hohe Produktivität eines Dollars Venture Capital verglichen mit einem Dollar für Forschung und Entwicklung feststellen. Grundsätzlich gilt, dass die Auswahl der Unternehmen durch die Venture Capitalists bereits nach dem Kriterium des Innovationsgrades gefällt wird. Daher fördert Venture Capital Innovation zwangsläufig.

Quellen: Piegeler, 2015; Kortum & Lerner, 2000

Crowdfunding und -investing wird immer beliebter



Finanzierung durch den Schwarm

Projekte, Produkte oder ganze Firmen werden heute vermehrt auch durch sogenannte „Crowd“- Plattformen online finanziert. Zahlreiche Kleininvestoren tragen hier zu der Finanzierung bei:

Crowdfunding – die Kleininvestoren erhalten das ermöglichte Produkt (Vorfinanzierung) oder eine andere nicht finanzielle Gegenleistung. Es besteht jedoch keine vertragliche Garantie auf die Gegenleistung oder das Produkt.

Crowdfunding – Förderer haben eine stille Beteiligung an dem Projekt. Diese kann mit Verlustbeteiligung oder als partiarisches Darlehen mit einer Gewinnbeteiligung, ohne Risiko oder Verlustbeteiligung ausgestaltet sein.

Crowdfunding – Die Rückzahlung an die Kleininvestoren geschieht je nach Vereinbarung mit oder ohne Zinsen. Der Rückzahlungstermin wird ebenfalls zwischen den Parteien vereinbart.

Der Exit und seine Bedeutung

Öffentliche Aufmerksamkeit erregen lukrative Unternehmensverkäufe nach wenigen Jahren des Startup-Aufbaus. Befragungen zeigen jedoch, dass die große Mehrheit der Startup Gründer/-innen keinen Unternehmensverkauf plant und eine langfristige Führung ihres Unternehmens für wahrscheinlich hält.

Als Exit wird die Veräußerung des Unternehmens oder von Unternehmensanteilen von Investoren oder Gründern/-innen bezeichnet. Dabei wird angestrebt, zum Zeitpunkt einer guten Bewertung des Unternehmens, möglichst gewinnbringend zu verkaufen. Das kurzfristige wirtschaftliche Denken von einem strategischen Unternehmensaufbau und -verkauf ist nur bedingt vereinbar mit der für die Soziale Marktwirtschaft prägenden Tradition von Familienunternehmen, die über Generationen geführt werden. Diese basieren auf einem Unternehmerbild, das von langfristiger Gestaltung, einer starken Tarifbindung, gesellschaftlichem Engagement sowie regionalem Bezug geprägt ist.

Börsengang/Initial Public Offering (IPO) — bezeichnet den Verkauf von Aktien am organisierten Kapitalmarkt. Diese Option ist für Startups seit dem Ende des neuen Marktes (das der US-amerikanischen Technologiebörse NASDAQ entsprechende Pendant der deutschen Börse) erschwert. Doch erfolgreiche Börsengänge rund um Rocket Internet und Zalando haben gezeigt, dass reife Startup Unternehmen den Weg auf das Börsenparkett (XETRA) wieder wagen können.

Trade Sale — ist der Verkauf von Beteiligungen oder dem gesamten Unternehmen an eine Drittpartei.

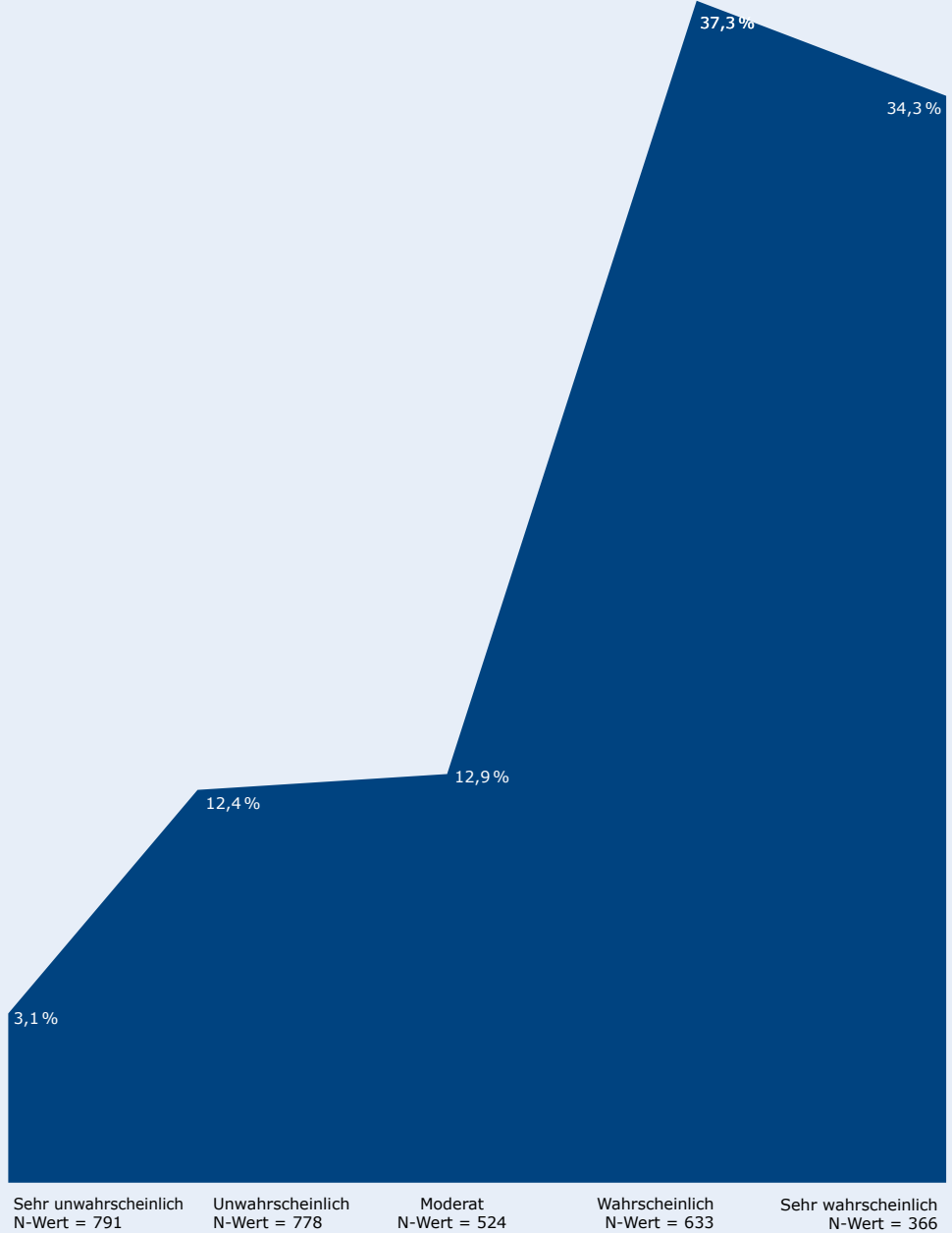
Rückkauf von Unternehmensanteilen — seitens der Gründer/-innen oder Gesellschafter/-innen. Dies ist eine eher seltene Exit Option, da Gründer/-innen je nach Unternehmenswert ein beachtliches Volumen an Kapital für den Rückkauf benötigen.

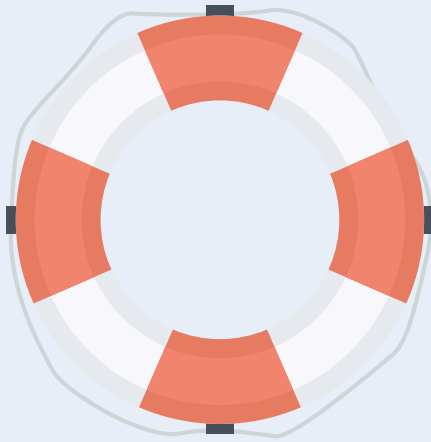
Secondary Purchase — nennt man der Erwerb von Unternehmensanteilen einer Venture Capital Gesellschaft durch einen zweiten Investor. Dies geschieht meist, wenn sich das Investment nicht planmäßig entwickelt und die komplette Abschreibung droht.

Liquidation — bezeichnet die Umwandlung der Unternehmenswerte in liquide Mittel, geschieht mit der Geschäftsaufgabe und Abwicklung des Unternehmens.

***Jedes fünfte Startup,
das in Berlin zwischen 2007 und 2011
gegründet wurde, ist gescheitert.
(McKinsey, 2012)***

Wahrscheinlichkeit des dauerhaften Verbleibs der Gründer/-innen im Unternehmen





Party like it's 1999 – Entwickelt sich eine neue Blase?

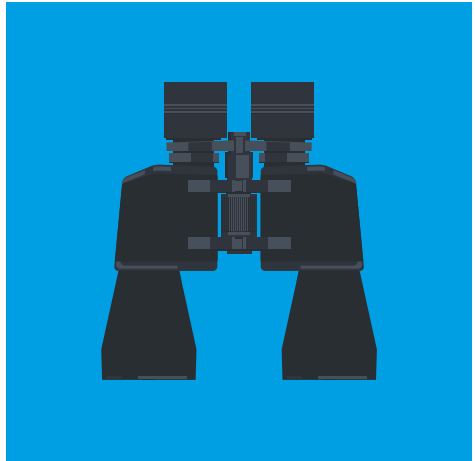
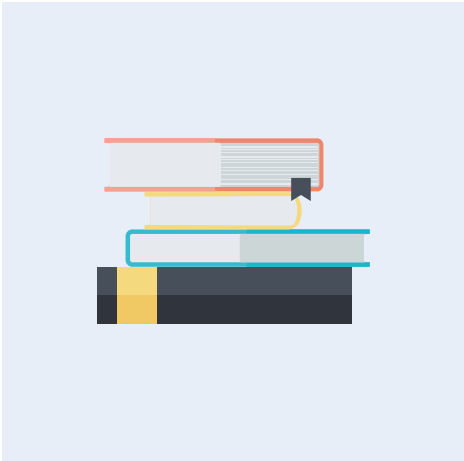
Seit Januar 2014 hat sich die Anzahl der nicht börsennotierten Startup Unternehmen mit einer Bewertung von mehr als einer Milliarde US-Dollar international mehr als verdoppelt. Diese jungen Unternehmen, auch Unicorns (dt.: Einhörner) genannt, werden bewertet auf Grund von vielversprechenden Technologien, Nutzer- oder Kundenzahlen und finanziert durch Wagniskapital. Häufig sind diese Unternehmen noch nicht profitabel. Die Bewertung drückt lediglich die Erwartung der Profitentwicklung der Unternehmen aus Sicht der Investoren aus. Fraglich ist, ob diese Unternehmen die großen Versprechungen der Wert- und Profitentwicklung tatsächlich halten können. Immer häufiger werden Stimmen laut, die den Zuwachs an Unicorns und das momentane Rekordniveau des US-Amerikanischen Technologieindex NASDAQ-100 als ein Anzeichen einer erneuten Spekulationsblase deuten. Auch die aktuell niedrigen Leitzinsen führen dazu, dass mehr Investoren bereit sind, risiko- und potenziell ertragreiches Wagniskapital zu investieren.

Schon einmal galten junge Wachstumsunternehmen in der Technologiebranche als Zukunftshoffnung für Wirtschaft und Anleger. Doch es entwickelte sich eine Umgebung, die auch hochriskante Geschäftsmodelle finanzierte und schlussendlich in einer globalen Spekulationsblase endete. Die hochbewerteten Unternehmen konnten die Erwartungen, die sie geweckt hatten, nicht erfüllen.

Anzeichen für blasenhafte Entwicklung junger Technologieunternehmen sind vorhanden. Zwar ist nur eine Minderheit der Unicorns heute in Europa ansässig – Doch sollten sich die Versprechen des Marktwertes nicht halten, wird sich dies ebenfalls auf das Startup-Investitionsklima in Deutschland auswirken. Dabei wird auch entscheidend sein, wie robust die deutsche Startup Landschaft aufgebaut ist. Stark ähnliche Technologien und Geschäftsmodelle erhöhen zum einen den inneren Marktdruck und sind zum anderen anfälliger für die Entwicklung von Blasen.

6 Welche Politik hilft Gründungen?

Aufgabe der Wirtschaftspolitik ist es, einen Rahmen zu schaffen, der die freie Initiative des Einzelnen ermöglicht, schätzt und fördert. Diese Anstrengung muss von vielen Ebenen getragen werden, um einen wirklichen Beitrag zu erfolgreichen Gründungen zu leisten. Gemeinsame europäische Leitlinien wie im Entrepreneurship 2020 Action Plan wirken ergänzend zu Initiativen des Bundes, der Länder und der Kommunen.



Mehr Wirtschaft und Unternehmertum in der Bildung

Die Perspektive unternehmerischer Selbständigkeit kommt in den allgemeinbildenden Schulen nicht vor. Hier wird eine Chance, die Neugier der Schüler für diese berufliche Perspektive zu wecken, seit Jahren vertan. Darüber hinaus sollte in jedem Hochschulstudium ein Überblick über die Möglichkeiten selbständiger unternehmerischer Tätigkeit enthalten sein.

Über Deutschland hinaus denken

Startups haben – insbesondere wenn sie internetbasiert sind – oft eine globale Marktperspektive. Einheitliche Rechts- und Marktstandards beispielsweise des europäischen Digitalen Binnenmarktes oder dem Freihandelsabkommen TTIP sind für die globale Wettbewerbsfähigkeit von hoher Bedeutung.



Bürokratieabbau: Potenziale der Digitalen Verwaltung nutzen

Digitale Lösungen könnten schon heute bürokratische Prozesse vereinfachen und beschleunigen. Jede Minute, die Gründer/-innen mit dem Finanzamt oder der Gewerbeaufsicht verbringt, fehlen für den Kunden oder das Produkt.



„Startup“ definieren

Um eine verlässliche Datenbasis über Startups zu schaffen, ist eine einheitliche Europäische Definition von Nöten. Als Orientierungspunkt kann die KMU-Definition der EU dienen. So kann der wirtschaftliche Einfluss von Startups in Studien gesondert untersucht werden und die staatliche Förderung dieser Unternehmen gezielt geschehen. Die momentane Datenlage erschwert es, die Balance zwischen Übervorteilung und Unterförderung zu halten.

Quellen

Bitkom, 2014, Image von Start-ups & ihren Gründern, Berlin.

Brixy, U., Sternberg, R., Vorderwülbecke, A., 2015, Gründungen sind selten Frauensache, IAB-Kurzbericht, Nürnberg.

Brixy, U., Sternberg, R., Vorderwülbecke, A., 2015, Global Entrepreneurship Monitor, Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich, Länderbericht 2014, Nürnberg.

Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK), 2015, BVK-Statistik, Das Jahr 2014 in Zahlen, Berlin.

Startup Compass Inc., 2015, The Global Startup Ecosystem Report, San Francisco.

Czarnitzki, Dirk, Christian Rammer und Andrew Toole (2013), University Spinoffs and the „Performance Premium“, ZEW Discussion Paper No. 13-004, Mannheim.

Deutsche Industrie und Handelskammer (DIHK), 2015, DIHK-Gründerreport 2015, Talfahrt gebremst, aber Schwäche hält an, Berlin.

Deutsche Startups, 2014, Umfrageergebnisse zur Arbeitskultur in deutschen Start-ups, Berlin.

Egeln, J., Gottschalk, S., 2014, Finanzierung von jungen Unternehmen in Deutschland durch Privatinvestoren, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim.

Europäische Kommission, 2015, Innovation Union Scoreboard 2014, Brüssel.

Für-Gründer.de, Crowdfinanzierung in Deutschland, 2015 http://www.fuer-gruender.de/leadadmin/mediapool/Unse-re_Studien/Crowd_nanzierung_Monitor_1._Halbjahr_2015_Für-Gründer.de_Dentons.pdf.

Furdas, M., Kohn, K., 2011, Why is start-up survival lower among necessity entrepreneurs? A decomposition approach, Freiburg.

Fritsch, M., Kritikos, A., Pijnenburg, K., 2013, Unternehmensgründungen nehmen zu, wenn die Konjunktur abflaut, DIW Wochenbericht Nr. 12.2013, Berlin.

Gottschalk, S., Greene, F., Höwer, D., Müller, B., 2014, If You Don't Succeed, Should You Try Again? The Role of Entrepreneurial Experience in Venture Survival, ZEW Discussion Paper No. 14-009, Mannheim.

Isenberg, D., 2011, The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship, Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson.

Kortum, S., Lerner, J., 2000, Assessing the contribution of venture capital to innovation, Rand Journal of Economics, Vol. 31, Nr. 4, Winter 2000, S.674-692, Santa Monica.

Metzger, G., 2014, Existenzgründungen durch Migranten: Gründungslust belebt das Geschehen, KfW, Frankfurt.

Metzger, G., 2015, KfW-Gründungsmonitor 2015, Gründungstätigkeit nimmt zu – Freiberufliche Tätigkeitsfelder dominieren, Frankfurt am Main.

Monopolkommission, 2014, Monopolkommission untersucht die Wettbewerbssituation auf den Taximärkten, Bonn/Berlin.

OECD, 2013, An international Benchmarking Analysis of public Programmes for high-growth Firms, Paris.

Piegeler, M., 2015, Entrepreneurship und Innovation, Stand der Forschung und politische Handlungsempfehlungen, IW Köln, Köln.

Ripsas, S. & Tröger S., 2014, Deutscher Startup Monitor 2014, KPMG in Deutschland, Berlin.

Ripsas, S. & Tröger S., 2015, Deutscher Startup Monitor 2015, KPMG in Deutschland, Berlin.

Schneck, S., May-Strobl, E., 2013, Wohlfandeffekte des Gründungsgeschehens, Institut für Mittelstandsforschung Bonn.

Ünver, M., 2015, Gehaltserwartung Startups, startupcv.com für die Berliner Zeitung, 03.07.2015 Berlin.

Wallisch, M., 2014, RKW Kompetenzzentrum, Zahlen, Daten, und Fakten, Gründungsaktivitäten in Deutschland auf einen Blick, Eschborn.

Wallstreet Journal, 2015, The Billion Dollar Startup Club, <http://graphics.wsj.com/billion-dollar-club/>.

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheimer Gründungspanel, Junge Unternehmen zurückhaltend bei Investitionen und FuE, 2015 Mannheim.

Impressum

Autorin

Skrollan Julia Olschewski
Projektkoordinatorin für Unternehmensgründungen

Herausgeber

Konrad-Adenauer-Stiftung
Hauptabteilung Politik und Beratung
Büro: Klingelhöferstraße 23
10785 Berlin
Post: 10907 Berlin

Ansprechpartner in der Konrad-Adenauer-Stiftung

Matthias Schäfer – Teamleiter Wirtschaftspolitik, Politik und Beratung
matthias.schaefer@kas.de

Gestaltung

Timo Schmitt