

- Titel:
**Existenzgründung – ein Weg aus der
Arbeitslosigkeit?**
- Verfasser:
Julian Huff, Bernhard Ufholz
- Erschienen in:



Existenzgründung – ein Weg aus der Arbeitslosigkeit?

Ein praxisorientierter Forschungsbericht



Existenzgründung – Ein Weg aus der Arbeitslosigkeit? Ein praxisorientierter Forschungsbericht.

Autoren

Julian Huff, Bernhard Ufholz

Für die Unterstützung bei der Erstellung dieses Forschungsberichts bedanken wir uns beim bfz Augsburg und dessen Mitarbeitern im Servicezentrum für Existenzgründer, Frau Dr. Eva Fischer, Frau Regina Weinkamm und Herrn Gottfried Unmann, bei der Studentin des Soziologischen Instituts der Ludwig-Maximilians-Universität München, Frau Katrin Busch, deren Ergebnisse ihrer Diplomarbeit in unserer Untersuchung berücksichtigt wurden, und insbesondere für die Beratung bei der Anwendung von Methoden der empirischen Sozialforschung bei Herrn Mario Gottwald vom Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb).

Herausgeber

f-bb gGmbH und bfz Bildungsforschung München, 2007

Förderung

Dieser Forschungsbericht wurde vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie gefördert.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



Vorwort

Niederschwellige Existenzgründungen werden in der Öffentlichkeit und in der Forschung bislang wenig beachtet. Die Politik diskutiert sie unter dem Gesichtspunkt der Ökonomisierung von Förder- und Sozialleistungen. Als eigenständige Erwerbsform sind sie kaum erforscht und finden wenig professionelle Unterstützung und Ansprechpartner. Die vorliegende größtenteils explorativ angelegte Studie dient der Öffnung eines noch weitestgehend unergründeten Forschungsfeldes im Allgemeinen, im Speziellen der Evaluation der vom Projektträger, den Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft, in Augsburg durchgeführten Existenzgründerseminaren – mit dem Ziel, Implikationen für eine Verbesserung der Beratungspraxis zu liefern. Dazu wurden zwei Hauptfragestellungen verfolgt. Neben der Erhebung sozioökonomischer und erwerbsbiographischer Hintergrunddaten galt es zunächst, die Gründungsmotive der Existenzgründer zu ermitteln, um dann relevante Erfolgsfaktoren für Existenzgründung im niederschweligen Segment aufzudecken. Um einen möglichst großen Nutzen für die Beratungspraxis zu erzielen, wurden die praxisrelevanten Ergebnisse und Implikationen besonders hervorgehoben.

Executive Summary

Existenzgründer aus der Arbeitslosigkeit sind nicht nur not-orientiert, sondern sie gründen durchaus auch aus chancen-orientierten und aus opportunitätsorientierten Motiven. Not-orientiert gründeten in unserer Untersuchung 46,1 % der 128 Befragten, opportunitäts-orientiert 21,9 % und chancen-orientiert 32 %.

Der Erfolg niederschwelliger Gründungen lässt sich nicht mit betriebswirtschaftlichen Kennziffern ermitteln. Deshalb haben wir mit Hilfe einer Faktorenanalyse einen Erfolgsindikator gebildet, der die Faktoren Einkommen, Zufriedenheit des Gründers und dessen Zukunftserwartungen abbildet. Positiv auf diesen Indikator wirken vor allem die Erfolgsfaktoren Fachkenntnisse und Berufserfahrung, die Gründungsmotive chancen- und opportunitätsorientiert, die Unterstützung durch die Familie und den Partner sowie ein hoher Bezug des Gründungsvorhabens zur früheren beruflichen Tätigkeit.

Die Unterstützung von Existenzgründern durch Beratung, Seminare und Coaching muss noch optimiert werden. Zu wenig werden Gründern tragfähige Vorhaben aufgezeigt, zu sehr bewegt sich die öffentlich finanzierte Unterstützung in einem engen zeitlichen Korridor, der sich auf die unmittelbare Gründungsphase beschränkt, und zu eng ist das Angebot an schulorientierten Organisationsformen ausgerichtet, so dass es die Vielfalt der Bedarfe nicht abdeckt.

Existenzgründung bietet auch im niederschweligen Segment tragfähige Existenzsicherung, aber nicht für jeden ist dies ein geeigneter Weg, und nicht für jeden sind die vorhandenen Unterstützungsstrukturen ausreichend.

Inhaltsverzeichnis

1.	Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit – Chancen und Risiken	11
2.	Forschungsdesign: Die Sichtweise der Existenzgründer	14
3.	Deskriptive Auswertungen: wer sind die Existenzgründer?	16
3.1.	Unterschiede zu anderen Gründern	16
3.2.	Soziodemographische Merkmale unserer Befragten	16
3.2.1.	Geschlecht.....	16
3.2.2.	Migrationshintergrund	16
3.2.3.	Arbeitslosigkeit.....	17
3.2.4.	Alter	18
3.2.5.	Schulabschluss.....	20
3.2.6.	Studium.....	20
3.2.7.	Berufsausbildung.....	21
3.2.8.	Berufserfahrung.....	22
3.3.	Die Gründung	23
3.3.1.	Startkapital.....	24
3.3.2.	Finanzierung des Lebensunterhalts	26
3.3.3.	Bezug zur früheren Tätigkeit	27
3.3.4.	Arbeitszeit	28
3.3.5.	Zahl der Mitarbeiter.....	30
3.4.	Wie geht es den Existenzgründern?	32
3.4.1.	Einkommen.....	32
3.4.1.1.	Vergleich Vollzeit und Teilzeit.....	33
3.4.1.2.	Vergleich Männer und Frauen	34
3.4.1.3.	Einkommensvergleich zum früheren Einkommen.....	35
3.4.2.	Zufriedenheit.....	38
3.4.3.	Zukunftsaussichten.....	41
3.4.4.	Allgemeiner Erfolgsindikator	43

3.5. Was sind die Gründungsmotive?	48
3.5.1. Chancenorientierte Gründer	50
3.5.2. Opportunitätsorientierte Gründer	51
3.5.3. Notorientierte Gründer	54
3.5.4. Gründung auch bei potentieller Anstellung?	55
4. Erfolg	58
4.1. Erfolgsfaktoren aus der Sicht der Existenzgründer	58
4.1.1. Finanzhilfe	63
4.1.2. Mitnahmeeffekte staatlicher Finanzhilfen	63
4.1.3. Fachkenntnisse und Berufserfahrung	65
4.1.4. Leistungswille	65
4.1.5. Geschäftsidee	66
4.1.6. Marketing, Kundengewinnung und Vertrieb	67
4.1.7. Existenzgründungsberatung, Coaching und Seminare	67
4.1.8. Niedrige Einkommenserwartungen	69
4.1.9. Gründliche Vorbereitung	69
4.1.10. Vorhandene Beziehungen zu potentiellen Kunden	70
4.1.11. Unternehmerpersönlichkeit	70
4.1.12. Unterstützung durch Familie und Partner	71
4.1.13. Branchenkenntnisse	72
4.1.14. Kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse	72
4.1.15. Startkapital	72
4.1.16. Austausch mit anderen Existenzgründern	73
4.1.17. Unterstützung durch Freunde und Bekannte	73
4.2. Ergebnisse einer Regressionsanalyse: Welche Faktoren wirken auf den Erfolgsindikator?	74
4.2.1. Gründungsmotiv	78
4.2.2. Jahr der Gründung	79
4.2.3. Höhe des Startkapitals	80
4.2.4. Formale Qualifikation	80
4.2.5. Dauer der Arbeitslosigkeit vor der Gründung	80
4.2.6. Alter	81
4.2.7. Muttersprache	81
4.2.8. Geschlecht	81

4.2.9.	Bezug zur früheren Tätigkeit	82
4.2.10.	Berufserfahrung.....	82
4.2.11.	Unterstützung durch Familie und Partner.....	83
4.2.12.	Unterstützung durch Freunde und Bekannte	83
4.2.13.	Austausch mit anderen Existenzgründern.....	83
4.2.14.	Vorhandene Beziehung zu potentiellen Kunden.....	83
4.2.15.	Unternehmerpersönlichkeit	84
4.2.16.	Erwartungen bezüglich des Einkommens	84
4.2.17.	Leistungswille	84
4.2.18.	Gründliche Vorbereitung.....	85
4.2.19.	Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare	85
4.2.20.	Geschäftsidee	86
4.2.21.	Fachkenntnisse und Berufserfahrung.....	86
4.2.22.	Kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Rechts- und Steuerkenntnisse	87
4.2.23.	Branchenkenntnisse.....	87
4.2.24.	Marketing und Kundengewinnung.....	88
4.2.25.	Startkapital.....	88
4.2.26.	Finanzhilfe	88
5.	Existenzgründerseminare und Coaching	90
5.1.	Seminare.....	90
5.2.	Coaching	93
5.3.	Neue Lernformen.....	96
6.	Die Zukunft der Gründungsberatung.....	100
Literatur		103

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sektoren.....	23
Tabelle 2: Startkapital.....	25
Tabelle 3: Angestellte.....	30
Tabelle 4: Helfer.....	31
Tabelle 5: Kreuztabelle Einschätzung Zukunftsaussichten und Einkommen Brutto pro Jahr kategorisiert.....	42
Tabelle 6: Komponentenmatrix.....	44
Tabelle 7: Erfolgsindikator.....	44
Tabelle 8: Gründungsmotive im Detail.....	52
Tabelle 9: Kreuztabelle Gründungsmotive / Bereitschaft zur Selbstständigkeit.....	56
Tabelle 10: Einschätzung der Wichtigkeit von förderlichen Bedingungen.....	60
Tabelle 11: Kreuztabelle Gründungsmotive / Wichtigkeit der Existenzgründungsberatung, Coaching und Seminare.....	68
Tabelle 12: Erfolgsfaktoren, gerankte Reihenfolge.....	76
Tabelle 13: OLS-Regression, nicht standardisierte Koeffizienten.....	76
Tabelle 14: Kreuztabelle Bereitschaft zur Zeitinvestition in Seminare / Aktive und nicht mehr aktive Gründer.....	92
Tabelle 15: Kreuztabelle Bereitschaft zur Zeitinvestition in Coaching / Aktive und nicht mehr aktive Gründer.....	95

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Dauer der Arbeitslosigkeit vor der Gründung.....	17
Abbildung 2: Altersverteilung.....	18
Abbildung 3: Altersverteilung der männlichen Befragten.....	19
Abbildung 4: Altersverteilung der weiblichen Befragten.....	19
Abbildung 5: Schulabschluss	20
Abbildung 6: Berufsausbildung.....	21
Abbildung 7: Berufserfahrung.....	22
Abbildung 8: Bezug zur früheren Tätigkeit.....	27
Abbildung 9: Arbeitszeit der Existenzgründer im Vollerwerb	28
Abbildung 10: Arbeitszeit der Existenzgründer in Teilzeit.....	29
Abbildung 11: Jahreseinkommen brutto kategorisiert.....	32
Abbildung 12: Einkommen brutto kategorisiert ohne Teilzeit.....	33
Abbildung 13: Einkommen Männer und Frauen	34
Abbildung 14: Einkommen im Vergleich zur vorherigen abhängigen Beschäftigung.....	35
Abbildung 15: Einkommen im Vergleich zur vorherigen abhängigen Beschäftigung ab Gründungsjahr 2004	36
Abbildung 16: Einkommen im Vergleich zur vorherigen abhängigen Beschäftigung ab Gründungsjahr 2003	37
Abbildung 17: Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf.....	38

Abbildung 18: Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf im ersten Jahr.....	40
Abbildung 19: Zukunftsaussichten.....	41
Abbildung 20: Verteilung des „Allgemeinen Erfolgsindikators“	46
Abbildung 21: Gründungsmotive	49
Abbildung 22: Interdependenz erfolgsbeeinflussender Faktoren	59
Abbildung 23: Erfolgsfaktoren von mehr als 70 % der Befragten genannt	61
Abbildung 24: Erfolgsfaktoren von mehr als 50 %, aber weniger als 70 % der Befragten genannt.....	62
Abbildung 25: Erfolgsfaktoren von mehr als 50 % der Befragten genannt	62
Abbildung 26: Variablen mit signifikantem Einfluss auf den Erfolgsindikator	75
Abbildung 27: Mehr begleitende Seminare.....	90
Abbildung 28: Zeitinvestition in zusätzliche Seminare.....	91
Abbildung 29: Mehr Coaching.....	93
Abbildung 30: Zeitinvestition in zusätzliches Coaching.....	94

1. Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit – Chancen und Risiken

Erfolgreichen Existenzgründungen werden in marktwirtschaftlichen Wirtschaftssystemen entscheidende Effekte zugeschrieben. Durch Existenzgründungen erscheinen neue Anbieter auf den Märkten und sorgen für Dynamik und Kraft des Wettbewerbs. Gründer verwirklichen innovative Ideen und sind damit für Fortschritt, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit entscheidend. Sie schaffen Arbeitsplätze und Einkommen nicht nur für sich, sondern auch für Mitarbeiter und Zulieferer. Nicht zuletzt erfüllen sie auch eine systemstabilisierende Funktion als Protagonisten der Leistungsethik einer marktwirtschaftlich geprägten Gesellschaftsordnung.

Das öffentliche Interesse richtet sich dabei eher auf Ausgründungen aus Hochschulen und technologie-orientierte Gründungen, weniger auf ein Gründungsgeschehen im niederschweligen Segment. Dies wird deren quantitativer Bedeutung nicht gerecht, denn im Jahr 2005 wurden von der Bundesagentur für Arbeit insgesamt mehr als 260.000 Gründungen gefördert, davon 92.121 Gründungen Arbeitsloser mit dem Förderinstrument der Ich-AG, 157.289 mit dem Überbrückungsgeld und 17.141 mit dem Einstiegs-geld für jene Arbeitslosen, die keinen Anspruch auf Arbeitslosengeld I hatten. Gut die Hälfte aller Gründer im Vollerwerb startete laut KfW-Gründungsmonitor aus der Arbeitslosigkeit, und eine Vielzahl dieser Gründungen erfolgte als Ein-Mann-Betrieb, mit geringer Kapitalausstattung, geringem Investitionsbedarf und niedrigen Eintrittsbarrieren hinsichtlich der erforderlichen Qualifikationen, so dass Niederschwelligkeit oft in mehrfacher Hinsicht vorliegt.

Kontrovers diskutiert werden diese Gründungen hinsichtlich ihres Nutzens für den Gründer und die Volkswirtschaft. Immer mehr setzt sich die Erkenntnis durch, dass die hohen Arbeitslosenzahlen nicht konjunkturell, sondern strukturell bedingt sind. Existenzgründung wird als ein Ausweg gesehen, jenseits der klassischen sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung ein Erwerbseinkommen zu erzielen. Der fortschreitende Strukturwandel zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft führt zu neuen Aufgaben-

feldern und neuen Erwerbsformen. Es entstehen Nischentätigkeiten und Marktlücken und damit Chancen für kleinere neu gegründete Unternehmen und so genannte „neue Selbstständige“. Dieser positiven Perspektive steht die Einschätzung gegenüber, dass die Gründungen aus einem hohen „Unemployment-Push“ heraus erfolgen, getragen von der Befürchtung, auf dem Arbeitsmarkt keine Chance mehr zu haben. Solche Gründungen werden als notmotiviert eingestuft, und es wird ihnen eine höhere Bestandsgefährdung zugeschrieben als jenen Gründungen, die chancenmotiviert erfolgen. Das Motiv der notmotivierten Gründer ist Existenzsicherung, während die chancenmotivierten sich selbstständig machen, um ihre Selbstverwirklichung anzustreben.

Insbesondere am Förderinstrument der Ich-AG wurde kritisiert, dass dadurch auch leichtfertige und nicht tragfähige Gründungen sowie Gründungen ohne ernsthafte Erwerbsabsicht, sondern unter Ausnutzung des Mitnahmeeffekts, angeregt wurden. Seit dem 1. August 2006 sind sowohl der Existenzgründerzuschuss (Ich-AG) als auch das Überbrückungsgeld abgeschafft. Seither gibt es den Gründungszuschuss mit einer neunmonatigen Grundförderung in Höhe des bisherigen Arbeitslosengeld-I-Anspruchs zuzüglich einer monatlichen Pauschale von 300 Euro zur Deckung der Sozialversicherungsausgaben, ähnlich dem bisherigen Überbrückungsgeld. Die Förderung kann sich um sechs Monate verlängern, jedoch wird dann nur noch die monatliche Pauschale in Höhe von 300 Euro bezahlt.

Mit der Abschaffung der Ich-AG einher ging eine Verringerung der Zahl der Existenzgründungen. Die Bundesagentur für Arbeit (BA) bewilligte im Jahr 2006 nur rund 180.000 neue Anträge von Erwerbslosen auf Förderung der beruflichen Selbstständigkeit. Im Jahr 2005 hatten noch rund 250.000 Arbeitslose über eine staatlich bezuschusste Existenzgründung einen Ausweg aus der Arbeitslosigkeit gesucht (Bundesagentur für Arbeit, Finanzbericht 2006). Laut dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) für das Jahr 2006 sind „sämtliche Gründungsquoten gegenüber dem Vorjahr [...] gesunken, wodurch Deutschland auf hintere Rangplätze im Nationenvergleich zurückfällt.“ (Global Entrepreneurship Monitor, Länderbericht Deutschland 2006)

Diese Verringerung dürfte sich noch zusätzlich durch das Anspringen des Konjunkturmotors fortsetzen, weil damit mehr Menschen eine klassische sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufnehmen.

Diese momentane Abwärtsbewegung sollte nicht zu dem Fehlschluss verleiten, Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit weniger Aufmerksamkeit zu widmen, denn die Trends zum Abbau regulärer Beschäftigung und zum steigenden Bedarf an flexiblen Dienstleistungen dürften sich fortsetzen. Aufgebaute Förder- und Unterstützungsstrukturen müssen aufrecht erhalten bleiben und sollten hinsichtlich deren Optimierung diskutiert werden. Dazu will die vorliegende Arbeit einen Beitrag leisten.

2. Forschungsdesign: Die Sichtweise der Existenzgründer

Vor dem Hintergrund der Diskussion um den Nutzen einer Förderung von Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit wollen wir zwei Fragestellungen verfolgen:

- Welches sind die Gründungsmotive derjenigen, die aus der Arbeitslosigkeit heraus gründen? Sind es überwiegend not-orientierte Motive, erfolgt die Gründung vor allem, um der Arbeitslosigkeit zu entgehen, oder spielen auch andere Motive eine Rolle?
- Welche Faktoren können dazu beitragen, eine Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit zum Erfolg zu führen?

Zur Beantwortung dieser Fragen wandten wir uns an die Gründer selbst. Über ihre Motive wird viel spekuliert, aber verlässliches Datenmaterial liegt bisher kaum vor. Auf dem 10. Jahreskongress für Gründungsforschung im Herbst 2006 in Berlin widmeten sich von ca. 100 Referaten nur insgesamt drei dieser Thematik.

Wir gewannen unsere Erkenntnisse aus einer telefonischen Befragung im Großraum Augsburg auf Grundlage der Kundendaten des Servicezentrums für Existenzgründer im bfz Augsburg. Das Servicezentrum ist ein Angebot der Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gGmbH. Es arbeitet seit neun Jahren erfolgreich als Beratungs- und Informationszentrum für Gründer und Selbstständige. Neben individueller Gründungsberatung können Existenzgründer im Servicezentrum praxisorientierte Seminare und Coachings buchen, die alle relevanten Themen rund um die Selbstständigkeit umfassen. Es berät bei der Erstellung von Businessplänen und stellt die erforderlichen Tragfähigkeitsbescheinigungen aus. Die Gründungsberater des Servicezentrums für Existenzgründer arbeiten mit einem Pool von Experten aus den unterschiedlichen Fachbereichen zusammen. Die Leistungen des Servicezentrums können über die Agentur für Arbeit oder die ARGEn gefördert werden. Die Kunden dieses Existenzgründer-

zentrums wurden im Herbst 2005 angeschrieben und um ein Telefoninterview zu Fragen ihrer Gründung gebeten. So konnten insgesamt 128 Gründerinnen und Gründer befragt werden.

Anliegen des Forschungsberichtes ist es, Praktikern in der Existenzgründungsberatung ein besseres Verständnis ihrer Kundschaft zu vermitteln, indem es deren Perspektiven, ihre subjektiven Sichtweisen hinsichtlich ihrer Gründungsmotive und der von ihnen selbst identifizierten Erfolgsfaktoren systematisiert und so einen Einblick in das Gründungsgeschehen aus der Arbeitslosigkeit bietet, der über die individuellen Einschätzungen einzelner Gründer hinausgeht. Auch wenn wir statistische Methoden anwenden, um diese Verdichtung der Sichtweisen zu erreichen, bleibt unser Anliegen explorativ. Wir können aufgrund der geringen Stichprobe und möglicher Verzerrungen der Auswahl, die sich dadurch ergeben, dass wir nur jene Gründer befragen konnten, die zu einem längeren Interview bereit waren, nicht von einer Repräsentativität der Stichprobe ausgehen. Die Teilnahme an der Befragung musste absolut freiwillig sein, so dass keine Zufallsstichprobe vorgenommen werden konnte. Deshalb kann vermutet werden, dass tendenziell eher erfolgreiche Gründer an der Befragung teilnahmen und solche, die gerne über ihre Erfahrungen Auskunft erteilen. Damit sind vermutlich Gründer unterrepräsentiert, die ihren geringeren Erfolg eigenem Versagen zuschreiben. Andererseits sind vermutlich auch jene unterrepräsentiert, die aufgrund hoher Arbeitsbelastung keine Zeit für ein intensiveres Interview aufbringen wollten.

Unsere Interviews haben wir mit Hilfe eines teilstandardisierten Interviewleitfadens geführt. Neben der Erfassung quantitativer Daten kam es uns wesentlich darauf an, subjektive Einschätzungen qualitativer Natur zu ermitteln, weshalb uns eine hohe Bereitschaft zur Mitwirkung wichtiger war als möglichst viele Interviewpartner zu erreichen. Wir denken, dass wir bei dieser Vorgehensweise ein „Stimmungsbild“ dessen vermitteln können, wie Existenzgründer ihre eigene Situation erleben und welche Unterstützungen sie sich von einer Beratung erwarten.

3. Deskriptive Auswertungen: wer sind die Existenzgründer?

3.1. Unterschiede zu anderen Gründern

Auf der Grundlage der Daten des KfW-Gründungsmonitors ergibt sich folgendes Bild, das durch unsere Erhebung bestätigt wird: Gründungen aus der Arbeitslosigkeit sind im Durchschnitt kleiner als andere Gründungen. Die Gründung erfolgt relativ häufig in wenig kapitalintensiven Branchen mit geringen Markteintrittsbarrieren. Arbeitslose Gründer gehören eher selten der jüngsten oder ältesten Altersgruppe an. Sie sind im Durchschnitt jünger als andere Arbeitslose und formal höher gebildet. Die meisten Gründungen erfolgen unmittelbar zu Beginn der Arbeitslosigkeit und bis zu sechs Monate danach, Gründungen nach längerer Arbeitslosigkeit sind eher selten. Gründungen aus der Arbeitslosigkeit erfolgen mit geringerem Finanzierungsbedarf als andere Gründungen, nur ganz selten werden Kredite in Anspruch genommen. Der größte Anteil der Gründungen erfolgt im Dienstleistungsbereich, gefolgt vom Bau- und Ausbauhandwerk. Gründungen aus der Arbeitslosigkeit gehen kaum einher mit hohen Wachstumserwartungen und somit einer geringen Neigung, weitere Mitarbeiter zu beschäftigen.

3.2. Soziodemographische Merkmale unserer Befragten

3.2.1. Geschlecht

Von den 128 Befragten waren 68 % (87) männlich und 32 % (41) weiblich.

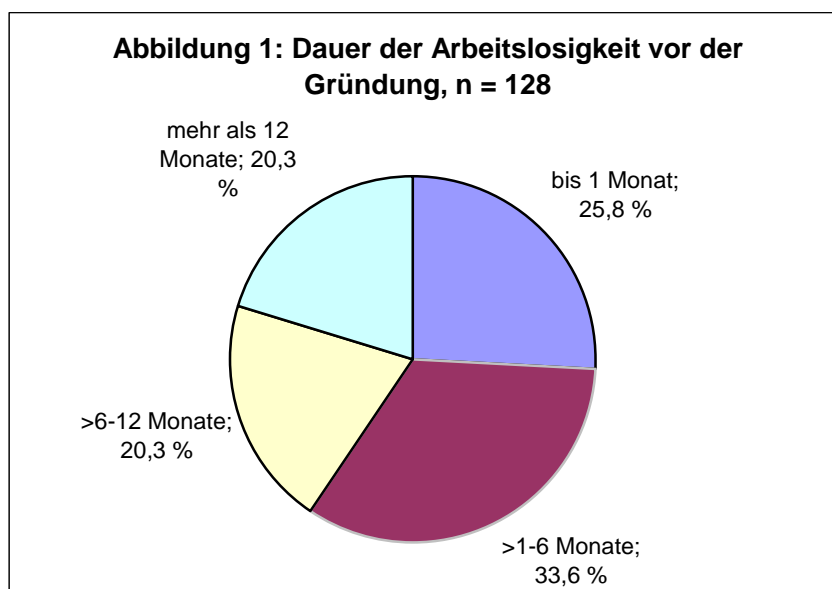
3.2.2. Migrationshintergrund

Einen Migrationshintergrund hatten 7,8 % (10) der Befragten. Von den vielen in der Grundgesamtheit nicht deutsch klingenden Namen tauchen nur wenige in der Stichprobe auf, so dass diese Gruppe eindeutig unterrepräsentiert ist.

3.2.3. Arbeitslosigkeit

Innerhalb des ersten Monats der Arbeitslosigkeit haben 25,8 % gegründet (34), zwischen einem und sechs Monate arbeitslos waren 33,6 %, mehr als sechs Monate bis zu einem Jahr 20,3 % (26), und mehr als ein Jahr 20,3 % (26). Mehr als die Hälfte (59,4 %) haben innerhalb des ersten halben Jahres gegründet, und fast vier Fünftel, 79,7 % innerhalb des ersten Jahres der Arbeitslosigkeit. Gründungen nach längerer Arbeitslosigkeit sind somit eher selten.

Abbildung 1: Dauer der Arbeitslosigkeit vor der Gründung



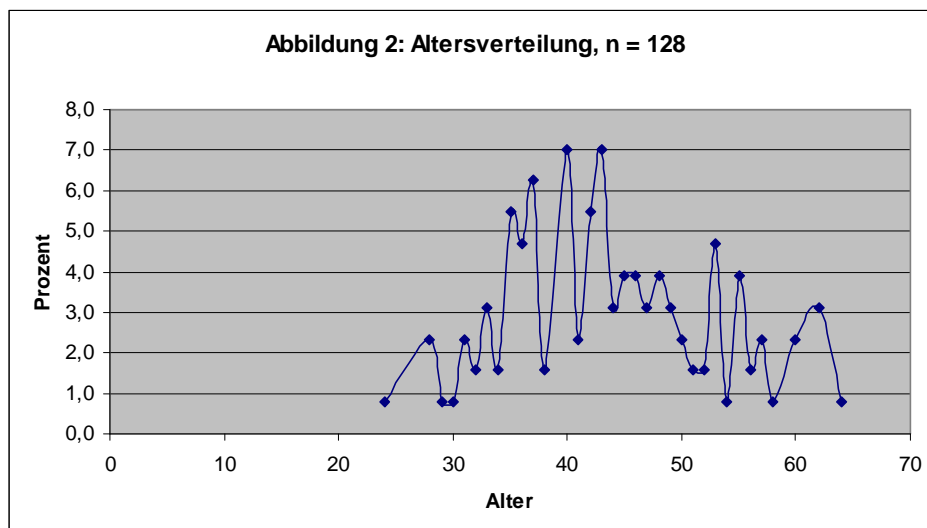
Die meisten der von uns befragten Gründer (25,8 %) hatten erst im Jahr der Befragung, 2005 gegründet, 2004 waren es 24,2 %, 2003 waren es 12,5 %, und vor 2003 hatten 37,5 % gegründet.

Praxisbezug: *Gründungsberatung sollte möglichst frühzeitig ansetzen, um eine Gründung schon kurz nach dem Eintritt der Arbeitslosigkeit zu initiieren.*

3.2.4. Alter

Der jüngste Gründer war 24 Jahre alt, der älteste 64. Der Altersdurchschnitt lag bei 43,8 Jahren. Damit ist der Altersdurchschnitt sehr viel höher als der aller Gründer in Deutschland, der bei 35 Jahren liegt. Das Durchschnittsalter der Männer lag mit 44,3 Jahren nur unwesentlich über dem der Frauen mit 42,9 Jahren.

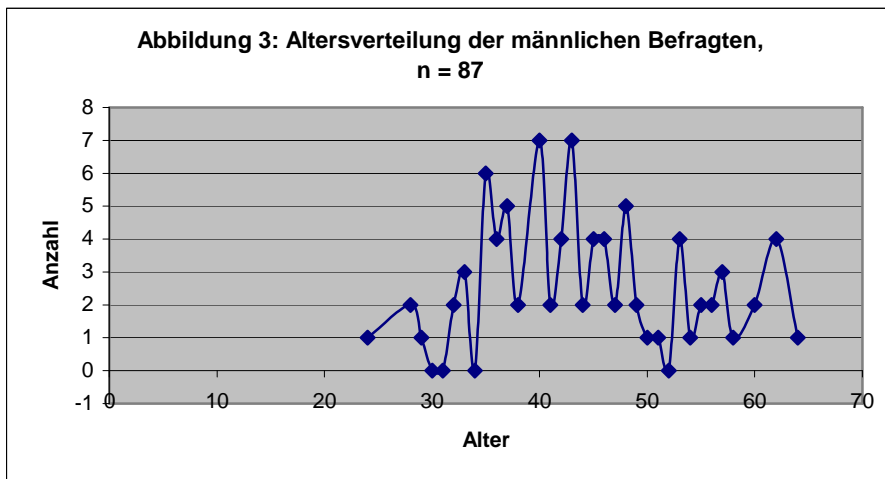
Abbildung 2: Altersverteilung



Die Verteilung auf die Altersgruppen zeigt einen annähernd umgekehrt U-förmigen Verlauf. Wenige gründen vor 35 Jahren, der größte Teil zwischen 35 und 50, und mit mehr als 55 Jahren werden es kontinuierlich weniger.

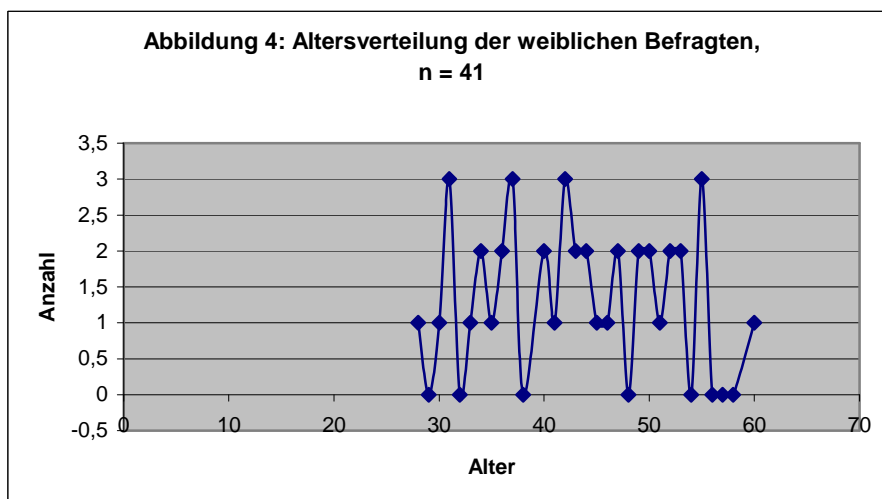
Betrachtet man nur die Verteilung der männlichen Befragten, dann zeigt sich die gleiche Altersverteilung:

Abbildung 3: Altersverteilung der männlichen Befragten



Weniger deutlich ausgeprägt ist diese Altersverteilung bei den weiblichen Befragten. Zudem ist die Spanne geringer: Die jüngste Gründerin war 28 Jahre alt, die älteste 60 Jahre.

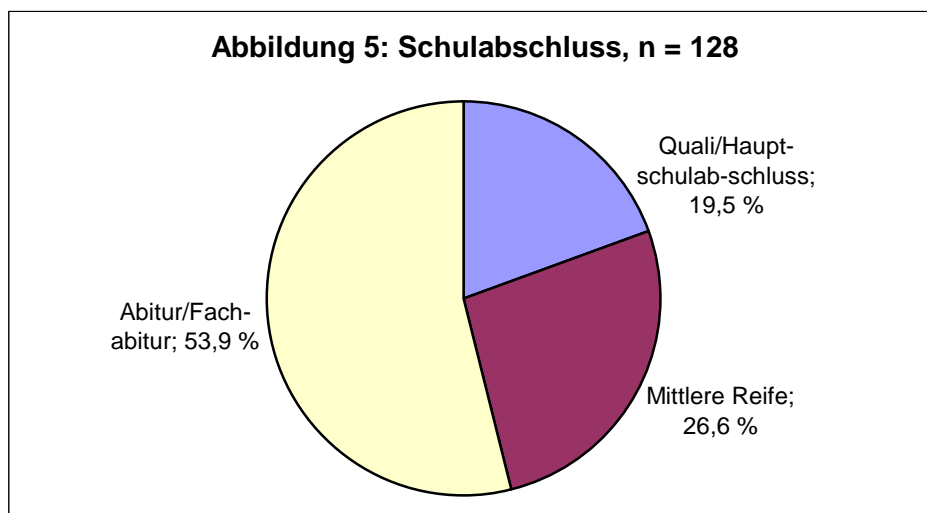
Abbildung 4: Altersverteilung der weiblichen Befragten



3.2.5. Schulabschluss

Abitur oder Fachabitur hatten 53,9 % der Befragten, die Mittlere Reife 26,6 % und den qualifizierenden oder einfachen Hauptschulabschluss 19,5 %.

Abbildung 5: Schulabschluss



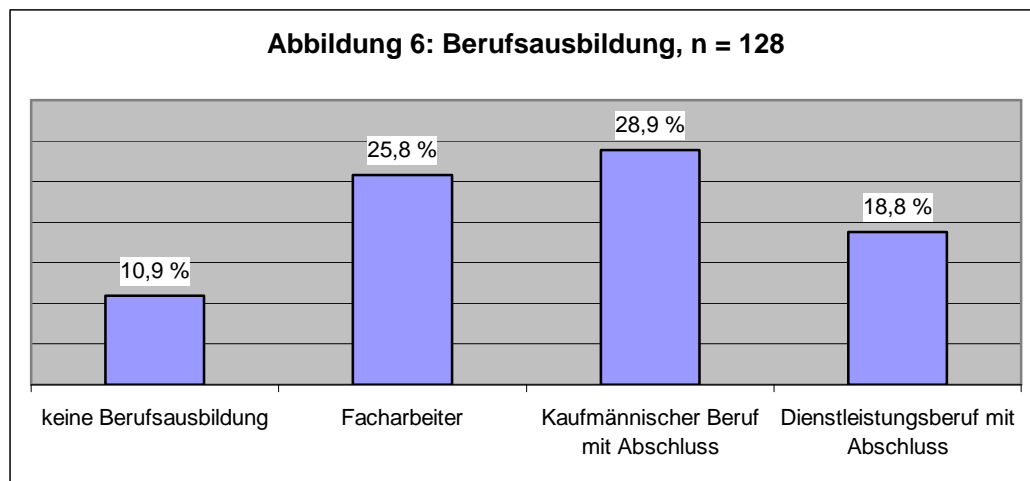
3.2.6. Studium

Ein abgeschlossenes Universitätsstudium hatten 21,1 %, ein abgeschlossenes Fachhochschulstudium 20,3 %. Damit sind diese beiden Gruppen mit insgesamt 41,4 % deutlich überrepräsentiert.

3.2.7. Berufsausbildung

Nur 10,9 % haben keine Berufsausbildung. Facharbeiter sind 25,8 %, eine abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung haben 28,9 %, und einen Dienstleistungsberuf erlernt haben 18,8 %. Zusätzlich verfügen 13,3 % über eine abgeschlossene Aufstiegsqualifizierung wie Techniker, Meister oder Fachkaufmann.

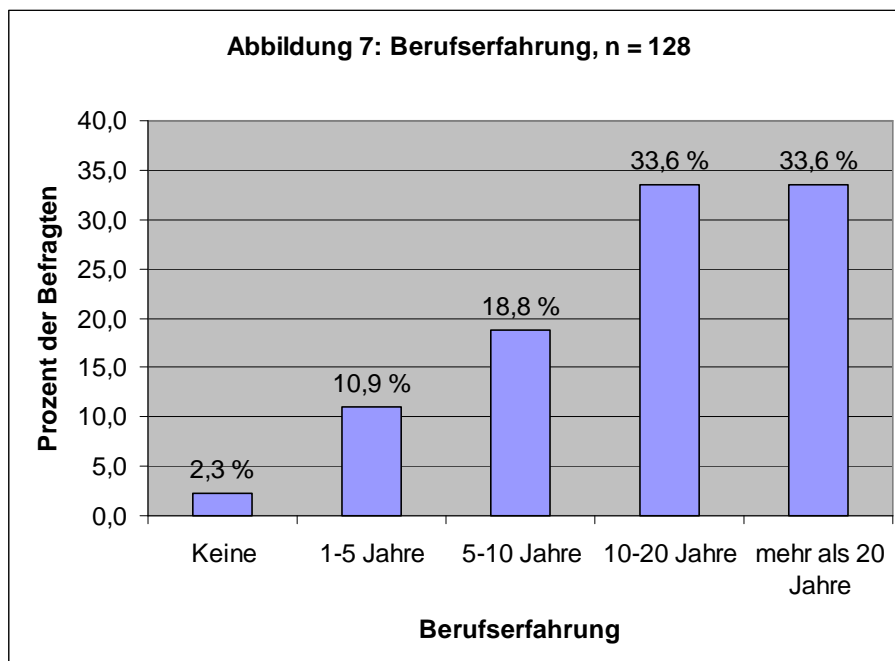
Abbildung 6: Berufsausbildung



3.2.8. Berufserfahrung

Die überwiegende Mehrzahl der Gründer verfügt über langjährige Berufserfahrung. Nur 2,3 % gründeten ohne Berufserfahrung, 10,9 % mit 1 – 5 Jahren Berufserfahrung, 18,8 % mit 5 – 10 Jahren, 33,6 % mit 10 – 20 Jahren und noch einmal 33,6 % mit mehr als 20 Jahren.

Abbildung 7: Berufserfahrung



Praxisbezug: *Das Humankapital von Existenzgründern ist deutlich höher als beim Durchschnitt aller Arbeitslosen. Dies betrifft sowohl formale Qualifikationen wie Studium, Berufsausbildung und Aufstiegsqualifizierungen als auch die Dauer der Berufserfahrung.*

3.3. Die Gründung

Entsprechend dem hohen Qualifikationsniveau fanden viele Gründungen im freiberuflichen Bereich statt, in der Unternehmensberatung, als Journalist, als Trainer, als EDV-Berater oder als Ingenieurbüro. 44,5 % waren in der Form der Freiberuflichkeit selbstständig.

Tabelle 1: Sektoren

Tabelle 1: Sektoren		
	Häufigkeit	Prozent
Dienstleistung	97	75,8
Handwerk/Baugewerbe	11	8,6
Handel	18	14,1
Hotel/Gaststätten/Verkehr/Touristik	1	0,8
Soziales	1	0,8
Gesamt	128	100,0

Im Handel waren insgesamt 14,1 % der Gründer tätig. Eine Reihe von Gründern übernahm eine Handelsvertretung, zum Teil für Unternehmen, für die sie vorher als Angestellte gearbeitet hatten. Wenige Gründer betrieben einen kleinen Laden, beispielsweise für Second-hand-Waren, Spezial-Kleidung und Geschenke, oder einen Internethandel.

Im gewerblichen Bereich waren es 8,6 % der Gründungen, etwa als Hausmeisterservice, im Garten- und Landschaftsbau, als Maler, Dekorateur, Trockenbauer, Sanitär- und Heizungsinstallateur.

Ein Großteil der Gründer (75,8 %) waren/sind im Dienstleistungssektor tätig. Je eine Gründung erfolgte im Sozialbereich und in der Gastronomie.

Im Vollerwerb gründeten 90,6 %, in Teilzeit 9,4 %. Von den 12 Teilzeit-Gründern waren nur zwei männlich, zehn von ihnen waren Frauen.

Die Hälfte der Gründer waren Einzelunternehmer, die ein Gewerbe angemeldet hatten. Ein Gründer betrieb ein Reisegewerbe und je drei Gründungen waren Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften.

3.3.1. Startkapital

Das für die Gründung benötigte Startkapital wurde im Wesentlichen durch Eigenmittel aufgebracht. Die Frage nach dem Startkapital wurde nur von 96 Befragten beantwortet. Sie hatten alle Eigenmittel aufgewendet, und zwar 94,8 % aller Befragten zu 100 %, die übrigen 5,2 % etwa zur Hälfte. In die Eigenmittel waren bei 58,6 % eigene Ersparnisse eingeflossen, bei 7,8 % haben Freunde oder Verwandte ausgeholfen und bei 25 % waren es bereits vor der Selbstständigkeit erworbene Sachmittel wie z.B. Büro- und EDV-Ausstattung oder ein privater PKW. Diese Angaben sind unvollständig und addieren sich nicht zu 100, weil nicht alle Befragten Angaben über die Herkunft der Mittel machten. Kredite hatten nur acht Befragte (6,3 %) erhalten, vier davon (3,1 %) einen Bankkredit und zwei Startgeld (1,6 %). Zwei Befragte machten keine Angaben über die Herkunft des Kredits oder konnten sich nicht mehr erinnern. Dies bestätigt, dass Gründungen aus der Arbeitslosigkeit in der Regel niederschwellig hinsichtlich des Kapitalbedarfs erfolgen, nicht nur weil es für Arbeitslose schwieriger ist, Kredite zu bekommen, sondern oft auch, weil ihre Gründung risikolos in Tätigkeitsbereichen geplant ist, die ohne hohen Kapitaleinsatz auskommen.

Eine genaue Betrachtung des aufgewendeten Startkapitals ist nicht möglich, weil oft private Mittel in die Gründung eingehen, die als solche nicht wahrgenommen wer-

den, z.B. der Besitz einer Immobilie, die als Büroraum oder Lagerraum genutzt wird, oder Anschaffungen an bzw. von Ausstattung, Werkzeug und Maschinen, die bereits während der Angestelltentätigkeit erworben wurden. Insofern ist davon auszugehen, dass das tatsächliche Startkapital in vielen Fällen höher ist als von den Befragten angegeben.

Tabelle 2: Startkapital

Tabelle 2: Startkapital					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	keines	27	21,1	22,0	22,0
	bis 2000	19	14,8	15,4	37,4
	2000 bis 5000	19	14,8	15,4	52,8
	5000 bis 10000	20	15,6	16,3	69,1
	mehr als 10000	38	29,7	30,9	100,0
	Gesamt	123	96,1	100,0	
Fehlend	Keine Angabe	5	3,9		
Gesamt		128	100,0		

Praxisbezug: *Auch niederschwellige Gründer setzen Startkapital ein. Häufig erwerben sie bereits während ihrer abhängigen Beschäftigung Werkzeug oder Ausstattungsgegenstände, die sie später für die selbstständige Tätigkeit nutzen. Auch Immobilienbesitz ist eine Form von Startkapital, dessen Nutzung als Büroraum oder Lagerfläche der Gründung zugute kommt.*

3.3.2. Finanzierung des Lebensunterhalts

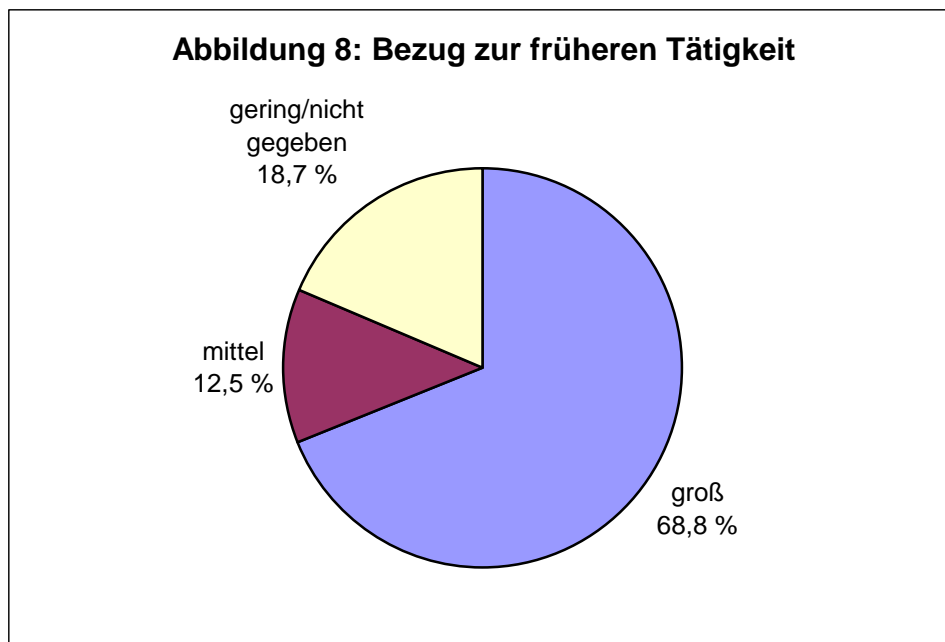
Überbrückungsgeld vom Arbeitsamt nahmen 82 % der Befragten zur Finanzierung des Lebensunterhalts in Anspruch, den Existenzgründerzuschuss 10,9 % und das Einstiegsgeld 3,1 %. Vier Befragte (3,1 %) hatten keinerlei staatliche Finanzhilfe zum Lebensunterhalt, und einer machte keine Angabe. Diese Finanzhilfe war bei 50,8 % der Befragten ausreichend, sie mussten keine zusätzlichen privaten Mittel aufwenden. Von der Familie oder dem Lebenspartner zusätzlich unterstützt wurden 21,1 % der Befragten, und private Ersparnisse für den Lebensunterhalt wendeten 28,9 % auf. Bei einem halfen Freunde und einer gab an, sonstige Mittel zusätzlich eingesetzt zu haben.

Praxisbezug: *Annähernd die Hälfte der Gründer wenden in der Startphase private Mittel zur Finanzierung ihres Lebensunterhalts auf.*

3.3.3. Bezug zur früheren Tätigkeit

Einen hohen Bezug zur früheren Tätigkeit hat das Gründungsvorhaben bei 68,8 % der Befragten, einen mittleren bei 12,5 %, einen geringen oder gar keinen Bezug bei 18,8 %.

Abbildung 8: Bezug zur früheren Tätigkeit



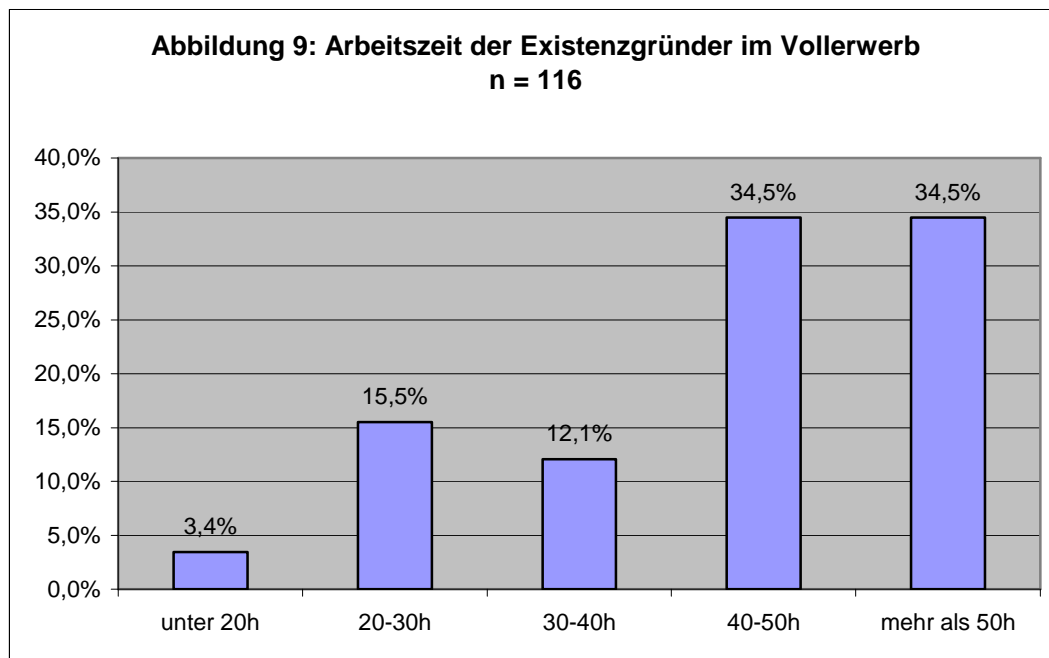
Praxisbezug: Gründungen erfolgen in aller Regel in Tätigkeitsfeldern, in denen die Gründer auf Erfahrungen aus der früheren Tätigkeit zurückgreifen können. Teilweise wurden diese Erfahrungen auch in nebenberuflichen Tätigkeiten während eines Hauptberufs erworben.

3.3.4. Arbeitszeit

Die Arbeitszeit der Selbstständigen ist hoch, sie antworten auf die Frage nach der Arbeitszeit gern mit dem Spruch, Selbstständige würden „selbst und ständig“ arbeiten. Im Vollerwerb Tätige arbeiten zu 34,5 % mehr als 50 Stunden pro Woche, mehr als 40 Stunden bis zu 50 Stunden arbeiten ebenfalls 34,5 %, zwischen 30 und 40 Stunden 12,1 %, zwischen 20 und 30 Stunden 15,5 % und weniger als 20 Stunden 3,4 %. Allerdings ist die geringe Arbeitszeit bei den kürzer arbeitenden in der Regel auftragsbedingt, sie würden gerne mehr arbeiten.

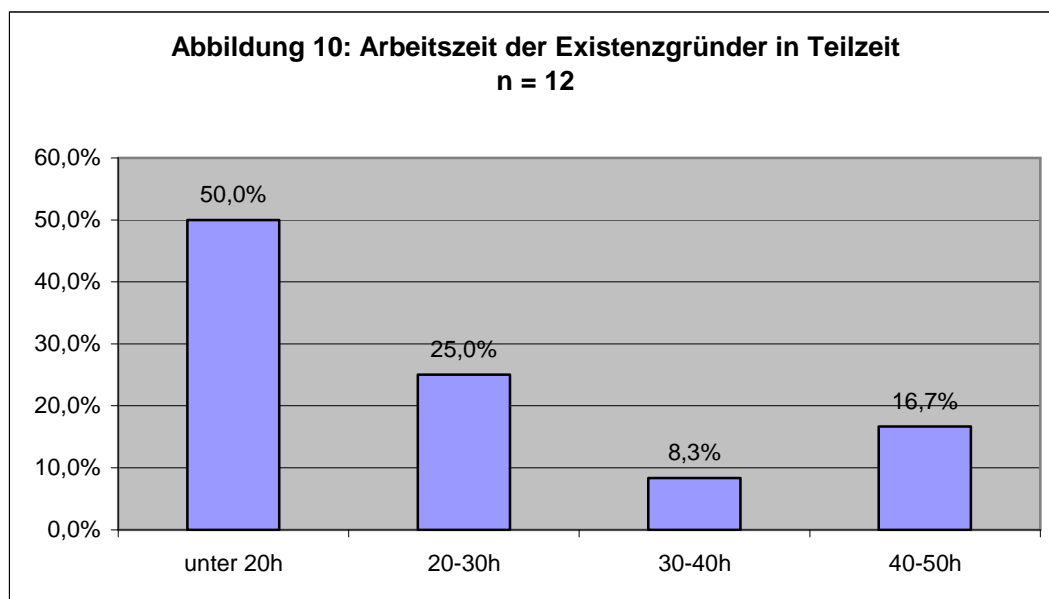
Ob die Einschätzungen der Arbeitszeit realitätsnah sind, ist fraglich, da bei Selbstständigen, die häufig auch zuhause arbeiten, sich Arbeits- und Erholungszeiten unter Umständen stärker vermischen als dies bei Angestellten der Fall ist.

Abbildung 9: Arbeitszeit der Existenzgründer im Vollerwerb



Von den zwölf Gründern in Teilzeit arbeiten sechs weniger als 20 Stunden, drei arbeiten 20 bis 30 Stunden, einer 30 bis 40 Stunden und zwei 40 und mehr Stunden.

Abbildung 10: Arbeitszeit der Existenzgründer in Teilzeit



Praxisbezug: *Existenzgründungsberater sollten darauf aufmerksam machen, dass mit sehr viel längeren Arbeitszeiten als in einem Angestelltenverhältnis gerechnet werden muss.*

3.3.5. Zahl der Mitarbeiter

Angestellte beschäftigen insgesamt 8,6 % (11) der Befragten, davon einen Angestellten sechs der Befragten, zwei Angestellte beschäftigt einer, und vier der Befragten beschäftigen drei oder mehr Angestellte.

Tabelle 3: Angestellte

Tabelle 3: Angestellte		
	Häufigkeit	Prozent
Keine Angestellten	117	91,4%
Ein Angestellter	6	4,7%
Zwei Angestellte	1	0,8%
Drei und mehr Angestellte	4	3,1%
Gesamt	128	100,0

Völlig allein arbeiten 50,8 % der Gründer, Hilfe von Familienangehörigen haben 12,5 %, gelegentliche Aushilfen beschäftigen 5,5 %. Regelmäßig freiberufliche Mitarbeiter beschäftigen 4,7 % und 17,2 % bedienen sich eines gelegentlichen Netzwerks von Freiberuflern.

Tabelle 4: Helfer

Tabelle 4: Helfer			
	Häufigkeit	Prozent	
keine Helfer	65	50,8%	
Angestellte	11	8,6%	
Familienangehörige	16	12,5%	
Gelegentliche Aushilfen	7	5,5%	
Freiberufliche Mitarbeiter	6	4,7%	
Netzwerk von Freiberuflern	22	17,2%	
Keine Angabe	1	0,8%	
Gesamt	128	100,0%	

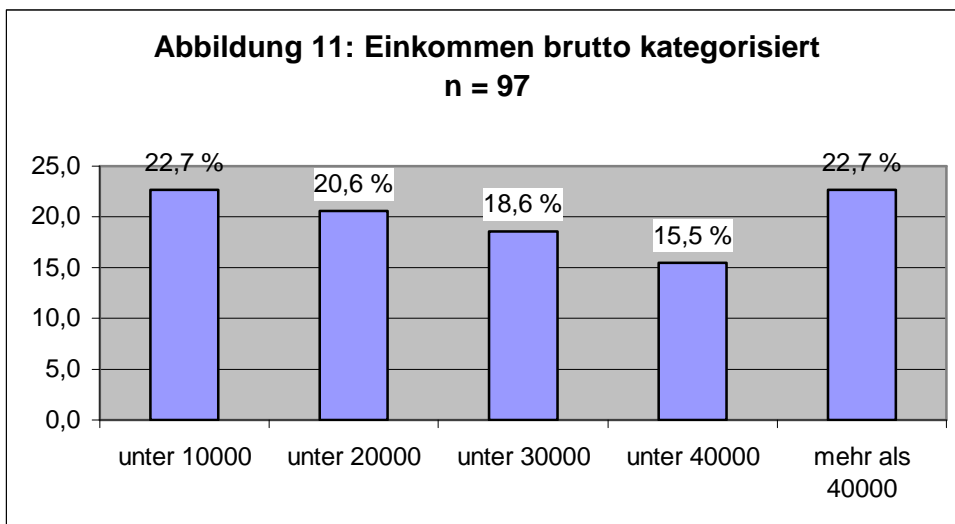
Praxisbezug: *Auch wenn Kleinstgründer in der Regel Ein-Mann-Betriebe sind, verfügen sie doch oft über ein Netzwerk an Helfern, um Auftragspitzen und Aufgaben zu bewältigen, die sie selbst nicht so gut beherrschen.*

3.4. Wie geht es den Existenzgründern?

3.4.1. Einkommen

Die Frage nach dem Einkommen wird selten gern beantwortet, und es ist zudem schwierig für die Befragten, bei einem Telefoninterview gleich die richtigen Zahlen parat zu haben. Deshalb haben wir beim Interview das Einkommen in Zehntausender-Schritten schätzen lassen, und zwar auf der Grundlage einer Einnahmen-Überschuss-Rechnung. Wir betrachten dabei im Unterschied zu den vorangegangenen Daten nur diejenigen, die noch aktiv selbstständig tätig sind, also 100 Befragte. Die Gründer, die aufgegeben haben, ließen wir bei dieser Frage unberücksichtigt, weil ein zu geringes Einkommen als einer der Hauptgründe dafür angenommen werden kann, dass die Selbstständigkeit aufgegeben wurde. 97 der noch aktiven Gründer haben die Frage nach dem Einkommen beantwortet.

Abbildung 11: Jahreseinkommen brutto kategorisiert



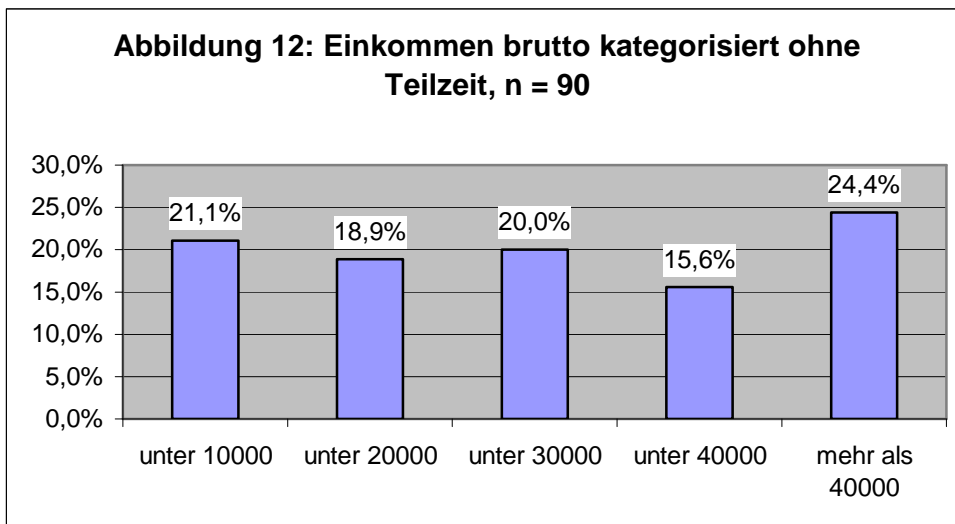
Unter 30.000 Euro erwirtschaften 56,8 % der Befragten. Unter 10.000 Euro sind es

22,7 %, mehr als 10.000 aber weniger als 20.000 Euro 20,6 %, mehr als 20.000 aber unter 30.000 Euro 18,6 % und unter 40.000 Euro 15,5 %. Jedoch erzielen 22,7 % der Befragten ein Einkommen von über 40.000 Euro. Es zeigt sich somit eine geringere Verteilung der Einkommen in der Mitte und eine ausgeprägte an den Rändern. Offensichtlich gibt es tendenziell eine Zweiteilung in geringer Verdienende und solche mit überdurchschnittlichem Verdienst.

3.4.1.1. Vergleich Vollzeit und Teilzeit

Betrachtet man die Einkommensverteilung ohne die Teilzeitgründer, zeigt sich eine kaum veränderte Verteilung. Sieben der aktiven Gründer sind in Teilzeit, davon drei in der Kategorie unter 10.000 Euro, drei in der unter 20.000 Euro und einer unter 40.000 Euro.

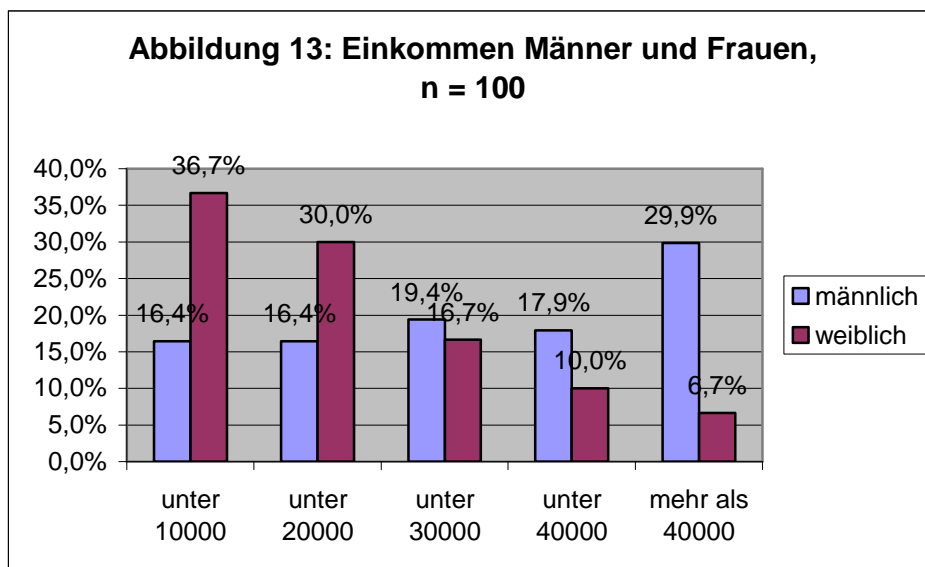
Abbildung 12: Einkommen brutto kategorisiert ohne Teilzeit



3.4.1.2. Vergleich Männer und Frauen

Unter den 97 Befragten, die Angaben zum Einkommen machten, waren 30 Frauen und 67 Männer. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der Einkommenssituation signifikant. In der niedrigsten Einkommensgruppe unter 10.000 Euro finden sich 36,7 % der Frauen, aber nur 16,4 % der Männer. In der nächst höheren Einkommensgruppe unter 20.000 Euro sind ebenfalls 16,4 % Männer, 30 % sind Frauen. Unter 30.000 Euro überwiegen die Männer mit 19,4 % gegenüber den Frauen mit 16,7 %. Der Frauenanteil nimmt in den höheren Einkommenskategorien von da an stetig ab, er ist nur noch 10 % in der Kategorie unter 40.000 gegenüber 16,7 % bei den Männern und nur 6,7 % bei der höchsten Kategorie über 40.000 Euro, während der Anteil der Männer in dieser Kategorie 29,9 % beträgt.

Abbildung 13: Einkommen Männer und Frauen



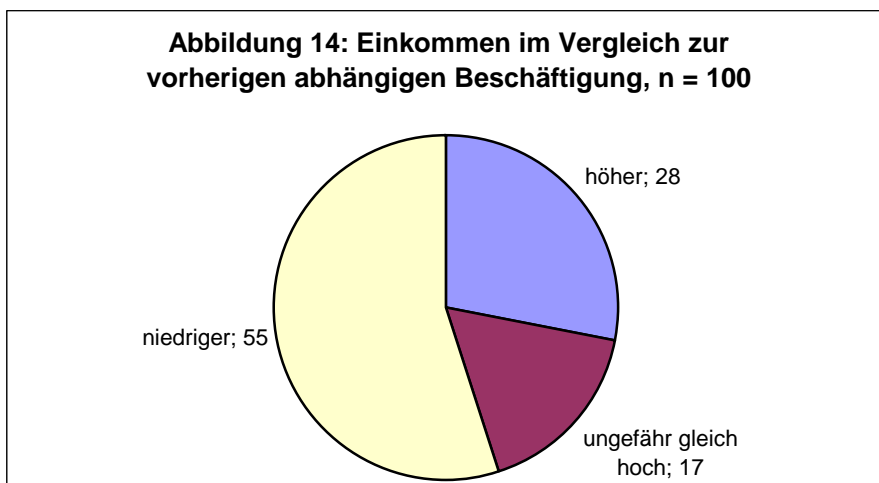
Vermutlich liegt dieser deutliche Unterschied nicht nur an den besseren Verdienstmöglichkeiten der Männer, sondern auch daran, dass Frauen tendenziell ihre

Gründung unter dem Aspekt der Selbstverwirklichung betreiben, sich lang gehegte Ausstiegswünsche erfüllen und größere zeitliche Flexibilität für ihre Familie erreichen wollen.

3.4.1.3. Einkommensvergleich zum früheren Einkommen

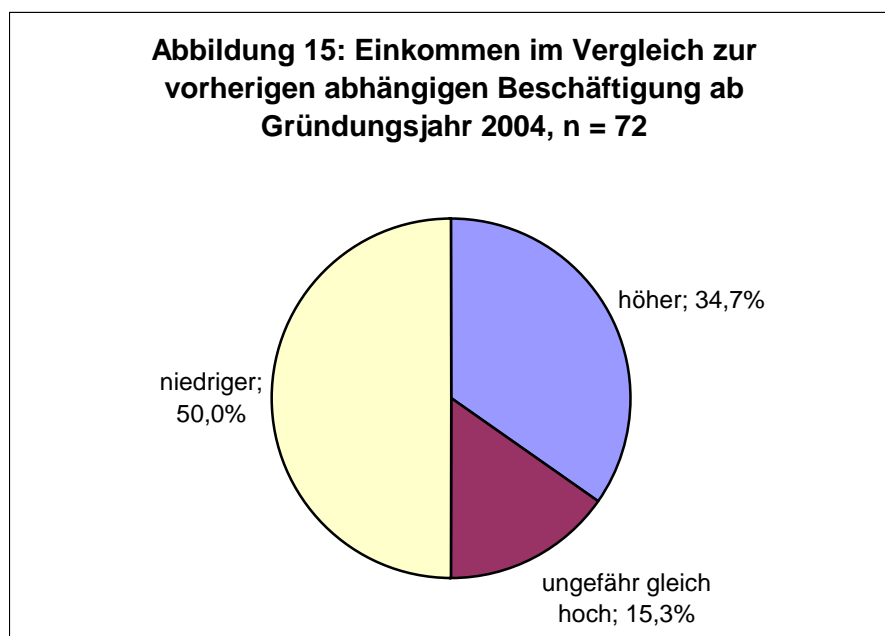
Ein höheres Einkommen als während der vorherigen abhängigen Beschäftigung erzielen 28 % der Befragten, ein ungefähr gleiches Einkommen 17 %, mehr als die Hälfte (55 %) erwirtschaften mit ihrer Selbstständigkeit ein niedrigeres Einkommen. (Alle 100 aktiven Gründer haben diese Frage beantwortet, so dass Prozentwerte und Anzahl identisch sind.)

Abbildung 14: Einkommen im Vergleich zur vorherigen abhängigen Beschäftigung



Betrachtet man die Gründungen vor dem Jahr 2005, dann vergrößert sich der Anteil derer, die ein höheres Einkommen erzielen, auf 34,7 %, der Anteil derjenigen mit ungefähr gleichem Einkommen steigt auf 15,3 % und der Anteil derer, die weniger erwirtschaften, sinkt auf 50 %.

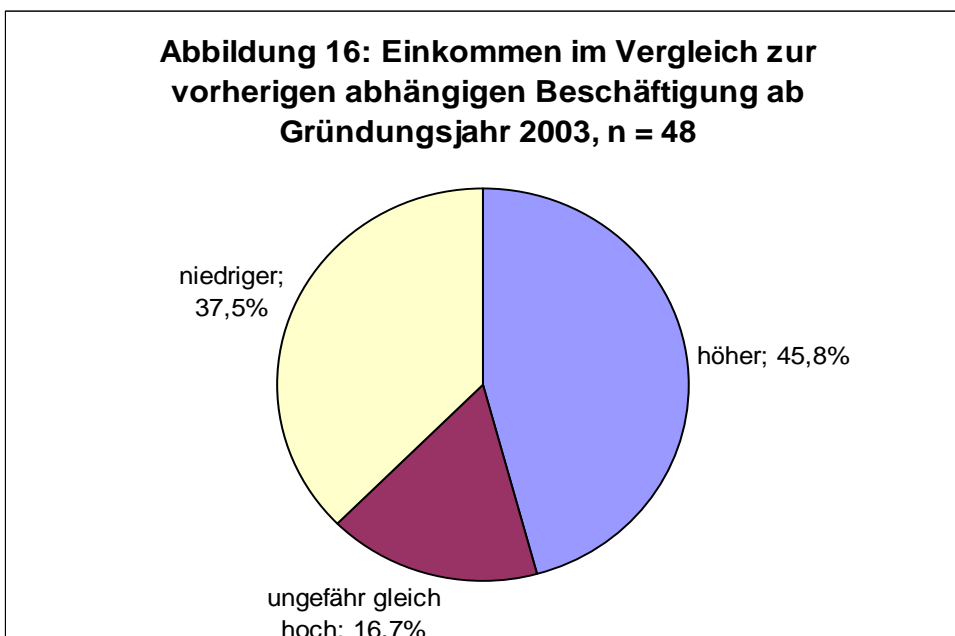
Abbildung 15: Einkommen im Vergleich zur vorherigen abhängigen Beschäftigung ab Gründungsjahr 2004



Eine weitere Verschiebung zugunsten höherer Einkommen ergibt sich bei der Betrachtung nur jener Gründer, die im Jahr 2003 oder früher gegründet haben. Der Anteil derer mit höherem Einkommen steigt deutlich auf 45,8 %, der Anteil derer mit ungefähr gleich hohem Einkommen steigt geringfügig auf 16,7 % und der Anteil derer mit niedrigerem Einkommen sinkt weiter auf 37,5 %. Dies ist einerseits ein Hinweis darauf, dass Existenzgründungen eine längere Anlaufpha-

se benötigen, um wirtschaftlich tragfähig zu werden. Andererseits dürfen die Ergebnisse nicht überbewertet werden, denn bei den früheren Gründungen sind jene nicht mehr enthalten, die ihre Tätigkeit eventuell wegen zu geringem Einkommen aufgegeben haben.

Abbildung 16: Einkommen im Vergleich zur vorherigen abhängigen Beschäftigung ab Gründungsjahr 2003



Praxisbezug: *Nur wenige Existenzgründer erzielen in den ersten Jahren ein Einkommen, das höher als das ihrer letzten abhängigen Beschäftigung ist, jedoch verbessert sich tendenziell ihre Einkommenssituation mit jedem Jahr ihrer Aktivität.*

3.4.2. Zufriedenheit

Das Einkommen allein ist kein hinreichender Indikator, um den Erfolg einer Existenzgründung aus der Perspektive der Gründer selbst zu beurteilen. Ein Erfolg kann es für die Gründer auch sein, überhaupt ein Einkommen zu erzielen, das höher liegt als bei einem Leistungsbezug von Arbeitslosengeld II, und es kann ein Erfolg sein, ein selbstbestimmteres Leben zu führen, die Zeit freier einteilen zu können, eigene Entwicklungsperspektiven besser zu verfolgen oder den Risiken einer sich krisenhaft entwickelnden Branchensituation zu entgehen.

Abbildung 17: Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf



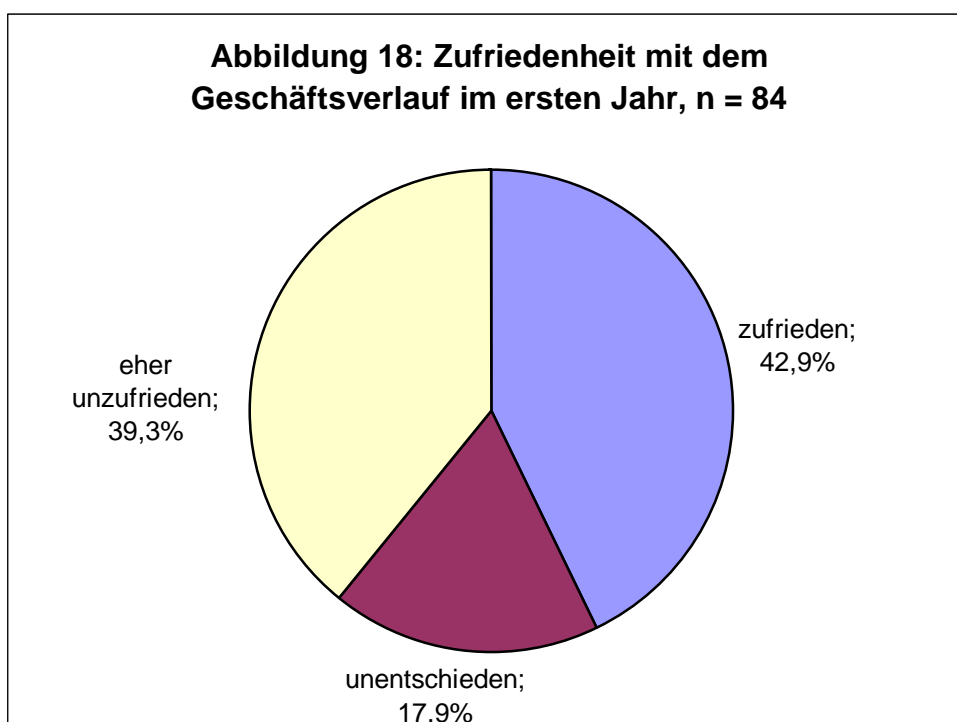
Wir haben deshalb gefragt, wie zufrieden die Gründer mit ihrem Geschäftsverlauf sind. Zufrieden sind 69 %, unentschieden 17 % und eher unzufrieden 14 %. Die Unzufriedenen befinden sich nur in den beiden unteren Einkommenskategorien. Von den 22 Befragten, die unter 10.000 Euro erwirtschaften, sind 11 eher unzufrie-

den (50 %), fünf (22,7) sind unentschieden, aber auch sechs der Befragten (27,3 %) sind zufrieden. In der Kategorie derjenigen, die mehr als 10.000, aber weniger als 20.000 Euro erwirtschaften, sind immerhin bereits 14 von 20 Befragten (70 %) mit dem Geschäftsverlauf zufrieden, drei sind unzufrieden und drei sind unentschieden. Keiner derjenigen, die mehr als 20.000 Euro erwirtschaften, ist mit dem Geschäftsverlauf unzufrieden.

Auch bei niedrigem Einkommen sind die Gründer mit ihrer neuen Erwerbsperspektive in der Regel zufrieden. Selbst Gründungen aus der Notlage werden nach einigen Jahren positiver beurteilt: Wenn der Gründer angestellt hätte bleiben können, hätte er sich (damals) nicht für eine Gründung entschieden, aber aus der heutigen Sicht, im Nachhinein, ist er mit seiner Entscheidung zufrieden. Zu untersuchen wäre, inwieweit sich hier ein psychologisches Moment der nachträglichen Euphemisierung des eingeschlagenen Lebensweges geltend macht. Und es wäre genauer zu untersuchen, was die Zufriedenheit ausmacht. Wir vermuten, dass dies insbesondere bei den opportunitäts- und chancen-orientierten Gründern die freiere Zeiteinteilung, die höhere Eigenständigkeit und geringere Abhängigkeit von fremden Vorgaben und bessere Entwicklungsperspektiven sind. Im Gegensatz dazu geben Gründer jedoch auch an, dass sich ihre Freiheitsgrade in der Selbstständigkeit nicht erhöht hätten, denn ihr neuer Chef sei nun der Kunde.

Wir haben auch gefragt, wie zufrieden die Gründer mit dem Geschäftsverlauf im ersten Jahr waren. Der Anteil der Zufriedenen ist deutlich geringer mit 42,9 %, unentschieden sind 17,9 % und eher unzufrieden 39,3 %.

Abbildung 18: Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf im ersten Jahr

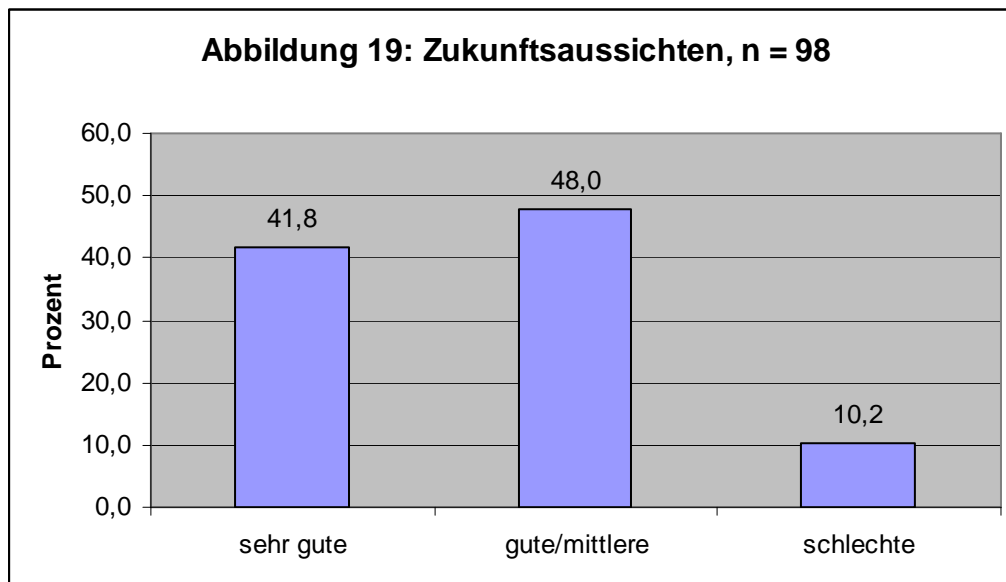


Praxisbezug: *Existenzgründungsberatung sollte deshalb auch dazu ermutigen, durchzuhalten, denn bei vielen Gründern verbessert sich die Situation erst nach dem zweiten oder dritten Jahr der selbstständigen Tätigkeit.*

3.4.3. Zukunftsaussichten

Die Erwartungen für die Zukunft sehen die allermeisten Befragten positiv, insgesamt 89,8 % erwarten mindestens mittelgute Aussichten, davon 41,8 % sehr gute und 48 % mittlere/gute.

Abbildung 19: Zukunftsaussichten



Von den zehn Befragten, die schlechte Zukunftsaussichten erwarten, erwirtschaften sechs (60 %) weniger als 10.000 €. Alle anderen Befragten verteilen sich mit ihrer Einschätzung gleichmäßig über alle Einkommenskategorien:

Tabelle 5: Kreuztabelle Einschätzung Zukunftsaussichten und Einkommen Brutto pro Jahr kategorisiert

Einschätzung Zukunftsaussichten * Einkommen Brutto pro Jahr kategorisiert Kreuztabelle

Anzahl

		Selbstständigkeit: Einkommen Brutto pro Jahr kategorisiert					Gesamt
		unter 10000	unter 20000	unter 30000	unter 40000	mehr als 40000	
Selbstständigkeit: Einschätzung Zukunftsaussichten	sehr gute	2	7	9	8	14	40
	gute/mittlere	14	10	8	6	7	45
	schlechte	6	1	1	1	1	10
Gesamt		22	18	18	15	22	95

3.4.4. Allgemeiner Erfolgsindikator

Unternehmenserfolg wird in der Betriebswirtschaft und Gründungsforschung gewöhnlich mit Kennzahlen wie Überlebensdauer, Umsatzentwicklung, Gewinnhöhe, Marktanteil und Veränderung der Anzahl der Beschäftigten gemessen. Diese Kriterien sind auf niederschwellige Existenz- und zudem Kleinstgründungen jedoch kaum anwendbar, deren vorrangiges Motiv es ist, sich wieder in das Berufsleben zu integrieren und ein durch die gewählte Tätigkeit ein existenzsicherndes Einkommen für sich selbst zu erwirtschaften. Dieser Erwerbs- bzw. Existenzsicherungszweck ist bereits dann erreicht, wenn aus der subjektiven Einschätzung des Gründers heraus seine wirtschaftliche Tätigkeit zu seiner Zufriedenheit verläuft. Dies muss, wie gesehen, nicht alleine vom Einkommen abhängen. Denn ist der Gründer mit seiner Tätigkeit zufrieden und sieht eine langfristige Perspektive, so wird er womöglich ausdauernder sein und anfangs niedrige Einkommen eher akzeptieren, gerade wenn er Rücklagen hat, auf die er zurückgreifen kann, oder wenn sein privates Umfeld ihn unterstützt. Neben dem objektiven Kriterium des Einkommens spiegelt also auch die subjektive Erfolgswahrnehmung den Gründungserfolg wider.

Eine Existenzgründung, so daher unsere Hypothese, kann nur dann dauerhaft von Erfolg gekrönt sein, wenn sie

- a) eine vom Gründer subjektiv als angemessen bewertete Existenzsicherung in Form von Einkommen schafft, sie
- b) eine Zufriedenheit bei den Gründern hervorruft und
- c) auch eine Zukunftsperspektive für die Gründer bietet.

Praxisbezug: *Neben dem Einkommen ist die Zufriedenheit ein entscheidender Indikator für den Erfolg und die Überlebensfähigkeit einer Existenzgründung. Gründer sollten daher ermutigt werden, eine Tätigkeit zu wählen, die sowohl ihren persönlichen Neigungen und Interessen entspricht als auch eine Zukunftsperspektive bietet.*

Diese gemischt objektiven wie subjektiven Erfolgskriterien wurden mittels einer Faktorenanalyse (einfaktorielle Lösung) zu einem so genannten „allgemeinen Erfolgsindikator“ zusammengefasst. Die einfaktorielle Faktorenanalyse hat gegenüber dem summativen Index, der die jeweiligen Variablen einfach aufaddiert, den Vorteil, dass auch die „Stärke der Ladung“ der jeweiligen Variablen auf den Faktor in die Berechnung mit eingeht. Diese Stärke der Ladungen wird dabei aus den Korrelationen der Variablen mit dem Faktor errechnet. So wird berücksichtigt, dass manche herangezogenen Variablen stärker auf den Erfolg „laden“, d.h. einen größeren Zusammenhang mit dem Erfolg aufweisen, als andere.

Tabelle 6: Komponentenmatrix

Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf	0,785
Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf im 1. Jahr	0,503
Zukunftsaussichten	0,718
Einkommen Brutto	0,710
Einkommen im Vergleich zur Festanstellung	0,793

Tabelle 7: Erfolgsindikator

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		,0000000
Minimum		-1,50865
Maximum		1,55666

Die herangezogenen Variablen erklären ca. 50% der Varianz im Erfolgsindikator. Anhand des Kaiser-Meyer-Olkin-Kriteriums, auch als MSA-Kriterium (measure of sampling adequacy) bezeichnet, überprüften wir, ob sich der Ausgangsdatensatz überhaupt für eine Faktorenanalyse eignet. Dabei wird die gesamte Korrelationsmatrix wie auch einzelne Variablen auf die Stärke ihrer Korrelationen hin überprüft. In unserem Fall betragen diese alle zwischen 0.7 und 0.8, was nach dem MSA-Kriterium als „mittelmäßig“ (middling) bis „lobenswert“ (meritorious) zu beurteilen ist. Eine hohe Korrelation ist dabei ein Zeichen dafür, dass die in den Faktor einge-

henden Variablen zusammenhängen und damit für die Faktorenanalyse brauchbar sind. Eine Reliabilitätsanalyse ergab ein ordentliches Cronbachs Alpha von 0.752. Der Faktor ist also reliabel.

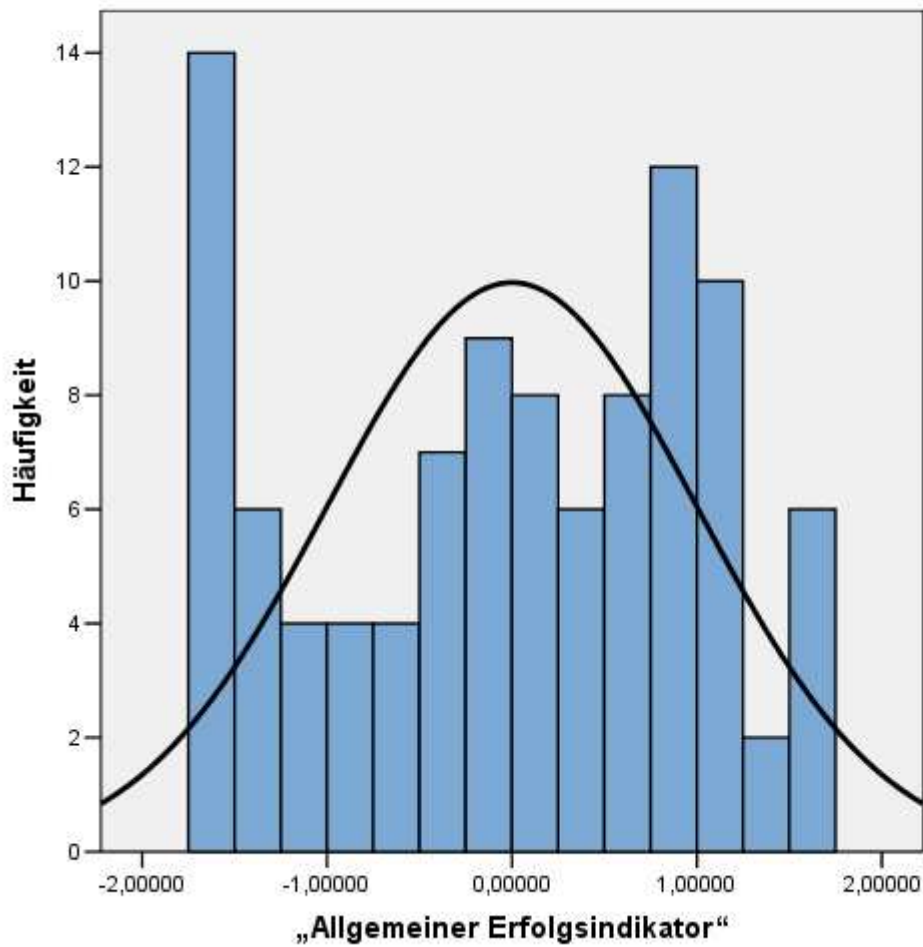
Die zur Konstruktion des Faktors theoretisch selektierten Variablen rechtfertigen demnach eine Faktorenanalyse und bilden den Gründungserfolg befriedigend ab. Der Faktor wird daher im Folgenden (vor allem für die später durchgeführte Regressionsanalyse) als Indikator für den Gründungserfolg verwendet.

Mit Hilfe des „allgemeinen Erfolgsindikators“ kann nun einem jedem Befragten ein eindeutiger „Erfolgswert“ zugewiesen werden. Dieser kann dabei wie folgt interpretiert werden:

- Ein negativer Erfolgswert besagt, dass eine befragte Person in Bezug auf den „Erfolgsindikator“ im Vergleich zu allen anderen Personen unterdurchschnittlich ausgeprägt ist.
- Ein Erfolgswert von 0 besagt, dass eine Person in Bezug auf diesen Indikator eine dem Durchschnitt entsprechende Ausprägung besitzt.
- Ein positiver Erfolgswert besagt, dass eine Person in Bezug auf diesen Indikator im Vergleich zu allen anderen Personen überdurchschnittlich ausgeprägt ist.

Abbildung 20: Verteilung des „Allgemeinen Erfolgsindikators“

Abbildung 20: Verteilung des „Allgemeinen Erfolgsindikators“



Der Indikator zeigt im Groben drei Erfolgsgruppen:

- Erfolgreiche Gründer mit sehr niedrigem Erfolgswert. Diese Gruppe ist am stärksten besetzt. Diese Gründer erzielen nicht nur ein geringes Einkommen, sondern sind zudem mit ihrer Tätigkeit eher unzufrieden und sehen deshalb keine Zukunftsperspektive.
- Der Hauptteil der Gründer variiert um den Mittelwert. Dies entspricht der Gruppe der Gründer mit durchschnittlichem Erfolg.
- Besonders erfolgreiche Gründungen sind eher selten. Die Gruppe der Gründungen, die leicht über dem Durchschnitt liegen, ist dafür stark besetzt.

Gerade die stark besetzte Gruppe der erfolglosen Gründer widerspricht der Normalverteilung, nach der besonders extreme Werte eher selten auftreten. Ein Kolmogorov-Smirnov-Test ergab jedoch keine signifikante Abweichung des Erfolgsindikators von der Normalverteilung.

Praxisbezug: *Existenzgründungsberatung sollte nach dem Erfolg einer Gründung differenzieren: erfolglose und unzufriedene Gründer benötigen intensivere und umfassendere Beratung als erfolgreiche Gründer, die eher Spezialwissen nachfragen.*

3.5. Was sind die Gründungsmotive?

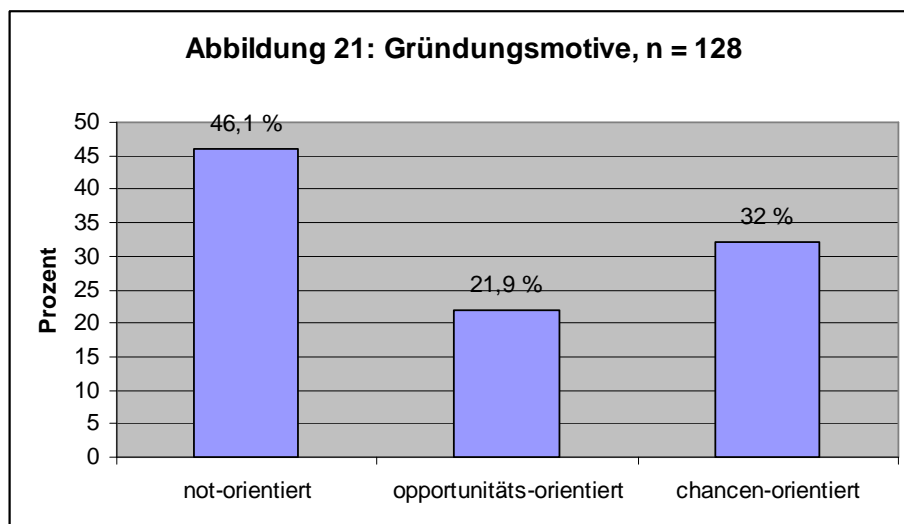
In der Existenzgründerforschung geht man davon aus, dass Existenzgründungen entweder einer „Ökonomie der Not“ folgen, also durch die Arbeitsmarktlage erzwungen sind, oder der „Ökonomie der Selbstverwirklichung“, bei der die Gründung aus einem inneren Antrieb heraus erfolgt, etwa weil sich der Gründer eine Verbesserung seiner Lage gegenüber einer Anstellung verspricht (vgl. Bögenhold 1987). In der angelsächsischen Forschungsliteratur werden die Gründer analog in die beiden Pole „necessity entrepreneurs“ oder als „opportunity entrepreneurs“ idealtypisch einsortiert. Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) weist in seinem internationalen Jahresbericht für das Jahr 2005 65 % der Gründer als „opportunity entrepreneurs“ und 35 % als „necessity entrepreneurs“ aus.

Es wäre zu erwarten, dass Gründungen aus der Arbeitslosigkeit aus überwiegend notorientierten Motiven erfolgen. So gaben auch 46,1 % der Befragten überwiegend solche Motive an. Diesen stehen aber 32 % der Befragten gegenüber, die chancenorientierte Motive in den Vordergrund stellten. Selbstverständlich treten diese Motive selten in Reinform auf. Die Mehrzahl der Gründer nennen beide Motive, aber fast 80 % lassen deutlich eine Priorität für einen der beiden Pole erkennen.

Nicht in diese Dichotomie einordnen ließ sich eine dritte Gruppe, die wir als opportunitätsorientiert einstufen. 21,9 % der Befragten zeichnen sich dadurch aus, dass sie nicht aus unmittelbarer Not heraus gegründet haben, sondern als Arbeitslose durchaus die Möglichkeit gehabt hätten, wieder in ein Angestelltenverhältnis eintreten zu können. Sie erhoffen sich allerdings auch nicht unbedingt eine Verbesserung ihrer Einkommens- oder Arbeitssituation durch die Gründung. Sie gründen, weil sich ihnen eine Möglichkeit geboten hat und sie ausprobieren wollten, wie sie als Selbstständige zurechtkommen, entweder weil die Arbeitssituation in ihrem letzten Angestelltenverhältnis unbefriedigend war oder weil sie eine ökonomische Verschlechterung in der Branche befürchteten. Ebenfalls opportunitätsorientiert werteten wir Motive, die zunächst als Mit-

nahmeeffekte erscheinen mögen: Weil die Selbstständigkeit finanziell gefördert wird, kann der Versuch mit geringem Startisiko erprobt werden. Einige Gründer mit dieser Motivlage versicherten uns im Gespräch, dass sie anfangs ohne große Erwartungen den Gründungsversuch gestartet hatten, jedoch später immer mehr zu der Überzeugung gelangt waren, dass dies der richtige Schritt für sie gewesen sei.

Abbildung 21: Gründungsmotive



Wir haben unterschieden, welche Motive mit welcher Priorität genannt wurden und daraus unsere Zuordnung definiert. In einigen nicht ganz eindeutigen Fällen mussten wir dabei auf die subjektiv vom Interviewer gewonnenen Einschätzungen zurückgreifen.

3.5.1. Chancenorientierte Gründer

Bei den chancenorientierten Gründern aus der Arbeitslosigkeit geht es weniger um finanzielle Vorteile – nur 8,4 % nennen dieses Motiv, sondern eher um selbstverwirklichungsorientierte Motive wie dem Wunsch danach, eigene Ideen umsetzen zu können. Von fast 20 % der Befragten wird es mit erster Priorität genannt und mit zweiter Priorität von mehr als 10 %, insgesamt ist es für fast 30 % der Befragten entscheidend. An zweiter Stelle folgt das Motiv, selbstbestimmter zu arbeiten (21,1 %) und an dritter Stelle, die Zeit freier einteilen zu können (20,3 %).

Chancenorientiert Motivierte wollen mehr Eigenständigkeit bei Entscheidungen, sie wollen kreativere Entfaltungsmöglichkeiten eigener Ideen, seltener wollen sie mehr Geld verdienen wie als Angestellte, auch wenn dies einem Teil von ihnen durchaus gelingt. Bei Frauen kommt als chancenorientiertes Motiv dazu, Beruf und Familie besser vereinbaren zu wollen, seltener das Motiv, mehr Freizeit zu haben.

Praxisbezug: *Chancenorientierte Gründer brauchen in der Regel nur Seminare zu speziellen Themen. Es geht nicht darum, durch Qualifizierungsangebote ihre Motivation zu stützen.*

3.5.2. Opportunitätsorientierte Gründer

Bei den opportunitätsorientierten Gründern steht die gebotene Gelegenheit mit insgesamt 16,4 % an erster Stelle, ihnen wurde in gewisser Weise eine Existenzgründung nahe gelegt, ohne dass sie diese selbst aktiv herbeiführen wollten, z.B. durch Outsourcing von Dienstleistungs- oder Beratungsleistungen, die sie vorher angestellt ausgeübt hatten, oder durch das Angebot der Übernahme einer freien Handelsvertretung für ein Unternehmen, mit dem sie während ihrer Angestelltentätigkeit in Geschäftsbeziehungen standen.

Das zweithäufigste opportunitätsorientierte Motiv ist bei 15,6 % der Befragten eine Unzufriedenheit mit der Arbeitssituation in der letzten Angestelltentätigkeit. Dahinter kann sich hoher Leistungsdruck, aber auch das Empfinden von Sinnlosigkeit der Tätigkeit, Reibereien, gesundheitliche Probleme, Ärger über hierarchische Strukturen oder über schlechte persönliche Entwicklungsperspektiven etc. verbergen.

Selbstständigkeit wird mit dritter Präferenz (11,7 %) als Alternative einer Existenzsicherung angesichts eines immer prekäreren Arbeitsmarktes angestrebt, teils wegen drohender oder erfolgter Insolvenz des letzten Arbeitgebers, teils wegen mehrfacher Arbeitslosigkeit oder wegen der Befürchtung, als älterer Arbeitnehmer bei der nächsten Entlassungsrunde dabei zu sein.

Während die chancenorientierten Gründer sich Verbesserungen gegenüber einer Angestelltentätigkeit erwarten, versuchen die opportunitätsorientierten Gründer vermeintliche oder antizipierte Verschlechterungen zu vermeiden.

Tabelle 8: Gründungsmotive im Detail

Tabelle 9:			
Gründungsmotive im Detail, n = 128			
	1. Prio- rität	2. Prio- rität	1. und 2. Priorität
Chancen-orientiert:			
Meine eigenen Ideen verwirklichen	19,5%	10,2%	29,7%
Mein eigener Chef sein	10,9%	10,2%	21,1%
Freiere Zeiteinteilung / mehr Zeit für die Familie / für die Freizeit haben	5,5%	14,8%	20,3%
Mehr Geld verdienen wie als Angestellter	5,5%	3,1%	8,6%
Bessere Entwicklungsmöglichkeit als im Angestelltenverhältnis	4,7%	1,6%	6,3%
Summe:	46,1%	39,9%	86,0%
Opportunitäts-orientiert:			
Es hat sich eine gute Chance/ Gelegenheit geboten	7,7%	8,6%	16,4%
Die Arbeitssituation in der letzten Firma war unbefriedigend	10,9%	4,7%	15,6%
Die finanzielle Situation des letzten Arbeitgebers war prekär	10,2%	1,6%	11,7%

Die Tätigkeit ist nur selbständig möglich	1,6%	4,7%	6,3%
Ausprobieren, wie es als Selbständiger läuft	1,6%	3,9%	5,5%
Wegen der Finanzhilfe durch die Arbeitsagentur	1,6%	3,1%	4,7%
Das Arbeitsamt / die Arbeitsagentur hat dazu geraten	1,6%	1,6%	3,1%
Wegen versicherungsrechtlicher Vorteile	0,8%	0,0%	0,8%
Summe:	36,0%	28,2%	64,1%
Not-orientiert:			
Keine anderen Chancen auf dem Arbeitsmarkt	30,5%	12,5%	43,0%
Nicht mehr arbeitslos sein / etwas tun wollen	17,2%	3,1%	20,3%
Finanzieller Druck, Existenzsicherung	11,7%	3,9%	15,6%
Nicht ALG II – Empfänger werden wollen	3,1%	0,8%	3,9%
Summe:	62,5%	20,3%	82,8%

Die Tabelle addiert sich nicht zu 100 %, weil Mehrfachnennungen möglich waren.

Praxisbezug: *Opportunität-orientierte Gründer benötigen auch Hilfestellung hinsichtlich ihres Zurechtkommens mit dem Selbständigen-Status. Ihr Qualifizierungsbedarf ist höher als der der Chancenorientierten.*

3.5.3. Notorientierte Gründer

Bei den notorientierten Gründern überwiegt als angegebenes Motiv eindeutig mit 43 %, dass sie schlechte Aussichten auf dem Arbeitsmarkt haben. Nicht arbeitslos sein wollen und finanzieller Druck beziehungsweise Existenzsicherung ist im Grunde das gleiche Motiv, die Unterscheidung ergibt sich nur aus den unterschiedlichen Antworten, die die Befragten gegeben haben. Nur 3,9 % äußern unmittelbar das Motiv, nicht in den Arbeitslosengeld II – Bezug abrutschen zu wollen.

Notorientierte Gründer bewerten die Unterstützung durch die Familie häufiger als die beiden anderen Gruppen als sehr wichtig. Vergleichsweise häufig berichteten sie in den Gesprächen auch von Existenzängsten oder gar Untergangspanik. Insofern erscheint das Bedürfnis nach Unterstützung durch eng Vertraute verständlich. Weiterhin finden notorientierte Gründer es besonders wichtig, eine Unternehmerpersönlichkeit zu sein. Auch den Leistungswillen, die gründliche Vorbereitung und die Existenzgründerberatung finden sie noch wichtiger als die anderen Motivgruppen. Wir vermuten, dass sich darin die Sorge ausdrückt, nicht ausreichend auf den Selbstständigenstatus vorbereitet zu sein. Daraus lässt sich u.E. ein wichtiger Hinweis auf die Beratungspraxis ableiten.

Praxisbezug: *Notorientierte Gründer benötigen eine intensivere Beratung und längere Schulung, die ihnen die Ängste nimmt und sie längerfristig bei ihrem Gründungsakt begleitet. Punktuelle Schulungen und Beratungen sind für diese Zielgruppe nicht ausreichend.*

3.5.4. Gründung auch bei potentieller Anstellung?

Mehr als die Hälfte der Befragten, 54 %, hätten sich nicht selbstständig gemacht, wenn sie weiter hätten angestellt bleiben können. 40 % jedoch hätten sich auf jeden Fall selbstständig gemacht, 10 % sind unentschieden, vier Befragte haben die Frage nicht beantwortet.

Unter denen, die sich auch dann selbstständig gemacht hätten, wenn sie nicht arbeitslos geworden wären, überwiegen signifikant die chancenorientierten Gründer mit 59,6 %, aber auch 23,4 % davon sind opportunitätsorientiert und überraschender Weise sind sogar 17 % notorientiert. Auch ein Teil jener Menschen, die aufgrund ihrer schlechten Chancen auf dem Arbeitsmarkt eine Selbstständigkeit anstreben, betrachten dies, allerdings in der Retrospektive, als richtige Entscheidung.

Nicht überraschend ist, dass unter denen, die sich nicht selbstständig gemacht hätten, wenn sie nicht arbeitslos geworden wären, der größte Anteil mit 65,7 % die notorientierten Gründer sind. Opportunitätsorientierte Gründer verteilen sich annähernd gleich auf die beiden Seiten. Aber auch 25 % der chancenorientierten Gründer hätten sich nicht selbstständig gemacht, wenn sie nicht arbeitslos geworden wären. In ihrem Fall wirkt die Arbeitslosigkeit gewissermaßen als Auslöser. Der Zusammenhang zwischen Gründungsmotivation und Bereitschaft zur Gründung auch bei potentieller Anstellung ist dennoch positiv: notorientierte hätten sich signifikant weniger selbstständig gemacht als chancenorientierte, wenn sie weiter hätten angestellt bleiben können. Wir sehen in dieser Verteilung eine Bestätigung unserer Zuordnung in die Motivgruppen not, chance und opportunität.

Tabelle 9: Kreuztabelle Gründungsmotive / Bereitschaft zur Selbstständigkeit

Gruppierungsvariable * Selbstständig gemacht, wenn: weiter hätte angestellt bleiben können? Kreuztabelle

			Selbstständig gemacht, wenn: weiter hätte angestellt bleiben können?			Gesamt
			Ja	Vielleicht	Nein	
Gruppierungsvariable	chancenorientiert	Anzahl % von Selbstständig gemacht, wenn: weiter hätte angestellt bleiben können?	28 59,6%	2 20,0%	10 14,9%	40 32,3%
	opportunitätsorientiert	Anzahl % von Selbstständig gemacht, wenn: weiter hätte angestellt bleiben können?	11 23,4%	2 20,0%	13 19,4%	26 21,0%
	notorientiert	Anzahl % von Selbstständig gemacht, wenn: weiter hätte angestellt bleiben können?	8 17,0%	6 60,0%	44 65,7%	58 46,8%
Gesamt		Anzahl % von Selbstständig gemacht, wenn: weiter hätte angestellt bleiben können?	47 100,0%	10 100,0%	67 100,0%	124 100,0%

Praxisbezug: *In der Beratungspraxis muss diese unterschiedliche Motivlage erkannt und mit unterschiedlichen Angeboten berücksichtigt werden.*

- *Chance-orientierte Gründer haben in der Regel bessere Ressourcen hinsichtlich ihrer finanziellen Ausstattung und ihres Human- und Sozialkapitals. Unterstützungsleistungen für sie beschränken sich auf wenige Lücken und Spezialthemen.*
- *Opportunitätsorientierte brauchen mehr Zeit und mehr Zuwendung, um sich in ihrer Rolle als Selbstständige zu bewähren, und sie brauchen mehr Kenntnisse, um sich in der Konkurrenz zu behaupten.*
- *Der Beratungs- und Schulungsbedarf ist bei den notorientierten Gründern am Größten, sie haben nicht nur die größten objektiven Barrieren hinsichtlich ihrer Bewährung in der Konkurrenz zu überwinden, sondern bedürfen auch der intensiveren psychologischen und motivationalen Einstimmung auf den Selbständigenstatus, der von ihnen nie aktiv angestrebt wurde.*

4. Erfolg

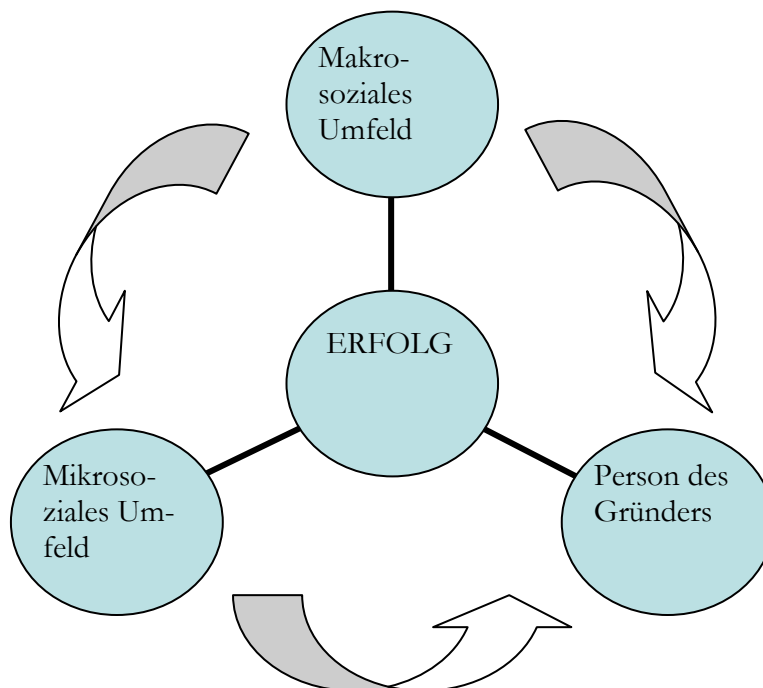
4.1. Erfolgsfaktoren aus der Sicht der Existenzgründer

Erfolg ist die allgemeine Messlatte in unserer durch Konkurrenz geprägten Gesellschaft. Jeder will ihn, und jeder sucht nach den Schlüsseln und Geheimrezepten, ihn zu erreichen. Und doch kann er nicht jedem vergönnt sein, denn häufig ist der Erfolg des Einen nur über den Misserfolg des Anderen zu haben. Der erfolgreiche Bäcker in unserer Nachbarschaft gründet neue Ladenketten, während sein „Mitbewerber“ mit höherem Aufwand produziert und über kurz oder lang in das wirtschaftliche Aus abdriftet, auch wenn seine Brezeln womöglich besser schmecken als die des erfolgreicherer Produzenten. Gerade im Feld der am härtesten der Konkurrenz ausgesetzten Unternehmertätigkeit ist die Suche nach Faktoren, die den Unternehmenserfolg begünstigen, besonders beliebt und wird mit hohem Interesse verfolgt. In der Gründungsforschung nimmt die Erfolgsfaktorenforschung deshalb breiten Raum ein, ohne bisher widerspruchsfreie, eindeutige Ergebnisse geliefert zu haben.

Unterschieden werden muss zwischen drei interdependenten Ebenen der erfolgsbeeinflussenden Faktoren. Es sind dies die Person des Gründers, das mikrosoziale Umfeld und das makrosoziale Umfeld. Sie stehen in einem engen Wechselwirkungsverhältnis zueinander, das nur bedingt methodisch exakter empirischer Messung zugänglich ist. Insbesondere gehen vom makrosozialen Umfeld Wirkungen auf das Individuum und das mikrosoziale Umfeld aus, und das mikrosoziale Umfeld beeinflusst die Person, beispielsweise indem Einstellungen von wichtigen Bezugspersonen zur Gründung auf die Motivation des Gründers wirken. Aber auch die Person selbst hat Einfluss auf ihr mikrosoziales Umfeld. Und nicht zuletzt stehen Erfolg und Persönlichkeit in einem Interdependenzverhältnis, weil etwa Anfangserfolge persönlichkeitsstabilisierende und -fördernde Wirkungen haben können, während umgekehrt Misserfolge die Motivation, die Leistungsfähigkeit und das Selbstbewusstsein eines Individuums negativ beeinflussen

können. Darin liegt u.E. ein großes Manko der Erfolgsfaktorenforschung, dass die Wirkung einzelner Faktoren nie völlig getrennt ermittelt werden kann, weil immer Wechselwirkungen mit anderen Faktoren vermutet werden müssen.

Abbildung 22: Interdependenz erfolgsbeeinflussender Faktoren



Bei der Gründerperson können Variablen wie beispielsweise Qualifikationen, Kompetenzen, Motive, Kenntnisse und soziodemografische Faktoren wie das Alter und Geschlecht eine Rolle spielen. Das mikrosoziale Umfeld umfasst die für die Gründerperson spezifische familiäre und berufliche Situation, in der sie sich befindet, wie z.B. die Unterstützung von der Familie, von Freunden und Bekannten oder das Ausmaß von vorhandenen Lieferanten- und Kundenbeziehungen. Das makrosoziale Umfeld ist der all-

gemeine Background, der für alle Gründer zu einer bestimmten Zeit und einem un-
grenzten Wirtschaftsraum gleichermaßen gilt. In unserem Fall sind dies beispielsweise
der rechtliche Rahmen und die Wirtschaftsbedingungen für Gründer in Deutschland
und spezieller im bayerisch-schwäbischen Raum Augsburg. Rahmenbedingungen einer
Branche müssen ebenfalls dem makrosozialen Umfeld zugeordnet werden.

Tabelle 10: Einschätzung der Wichtigkeit von förderlichen Bedingungen

Wie wichtig war für Ihren Erfolg...	Sehr wichtig	Etwas wichtig	Kaum wichtig	Selbst genannt	Weiß nicht
...die Unterstützung durch die Familie oder den Lebenspartner	46	15	28	11	-
...die Unterstützung durch Freunde und Bekannte	20	25	51	4	-
...der Austausch mit anderen Existenzgründern	24	21	50	5	-
...die vorhandenen Beziehungen zu potenziellen Kunden	39	11	29	20	1
...eine Unternehmerpersönlichkeit zu sein	43	13	29	15	-
...dass Sie Ihre Erwartungen in Bezug auf ein gutes Einkommen von Beginn an nicht zu hoch angesetzt haben.	58	15	22	2	3
...Ihr Leistungswille	73	16	2	9	-
...die gründliche Vorbereitung	54	18	23	5	-
...die Existenzgründerberatung, das Coaching und die Seminar	28	15	22	35	-
...Ihre Geschäftsidee	65	10	19	6	-
...Ihre Fachkenntnisse und ihre Berufserfahrung	62	10	5	23	-
...Ihre kaufmännischen und betriebswirtschaftlichen Kenntnisse	48	32	19	1	-
...Ihre Rechts- und Steuerkenntnisse	21	40	39	-	-
...Ihre Branchenkenntnisse und die Kenntnisse über die anderen Anbieter	51	29	20	-	-
...das Marketing, die Kundengewinnung	62	12	25	1	-
...Ihr Startkapital	42	15	40	3	-
...die Finanzhilfe durch Überbrückungsgeld, Existenzgründungszuschuss oder Einstiegs-geld	58	11	3	28	-

Wir erachten es deshalb als nützlichen Erkenntnisweg, die Gründer selbst zu fragen, was sie als erfolgsentscheidend bewerten. Die Frage danach, was aus deren Sicht wichtig für ihren Erfolg war, haben wir auf zweifache Weise gestellt. Erst wurde offen danach gefragt, und die genannten Antworten wurden der von uns in einem Pretest validierten Faktorenliste zugeordnet. Daraus entstand die Spalte „selbst genannt“. Im zweiten Befragungsschritt haben wir alle Faktoren der Liste abgefragt und bewerten lassen, ob jeder Faktor sehr wichtig, etwas wichtig oder kaum wichtig für den Erfolg war. Bei dieser Abfrage haben wir uns gegen eine fünfstufige Likertskala entschieden und nur drei Antwortalternativen vorgegeben, um das Interview nicht unnötig zeitlich auszudehnen.

Abbildung 23: Erfolgsfaktoren von mehr als 70 % der Befragten genannt

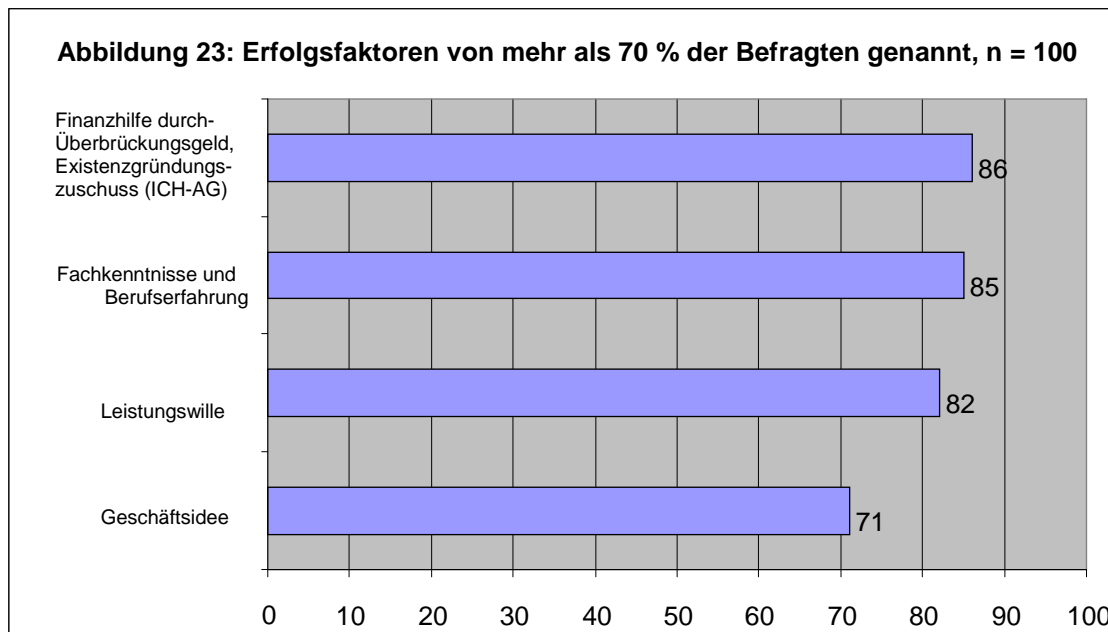


Abbildung 24: Erfolgsfaktoren von mehr als 50 %, aber weniger als 70 % der Befragten genannt

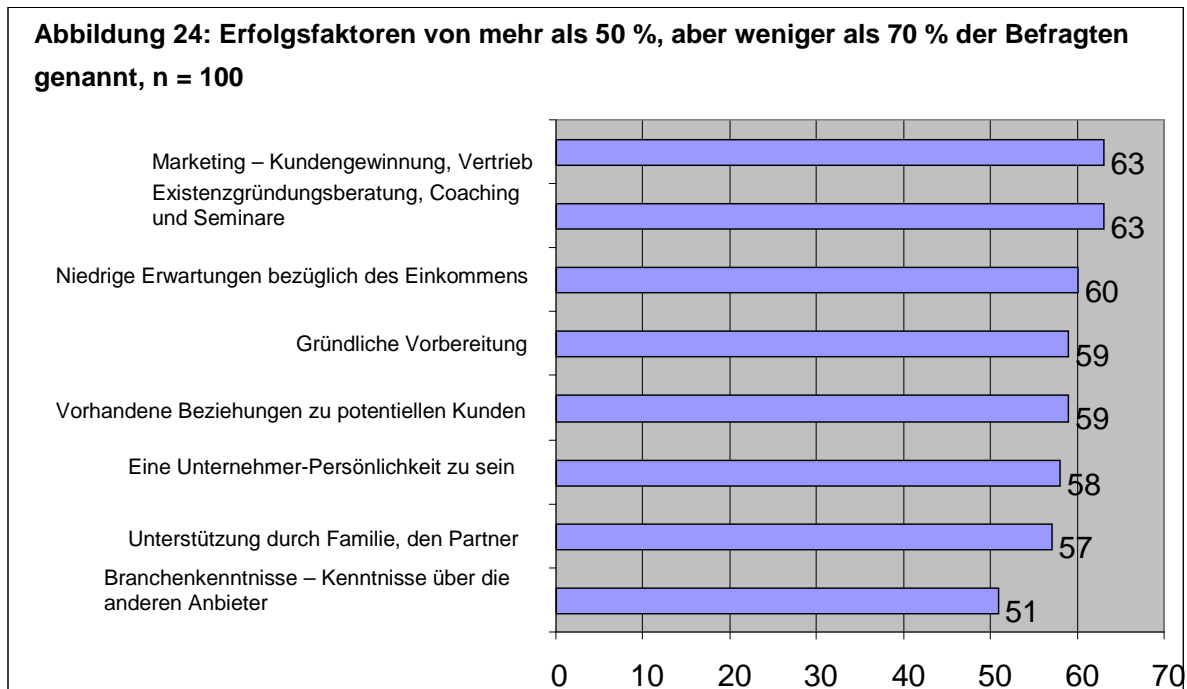
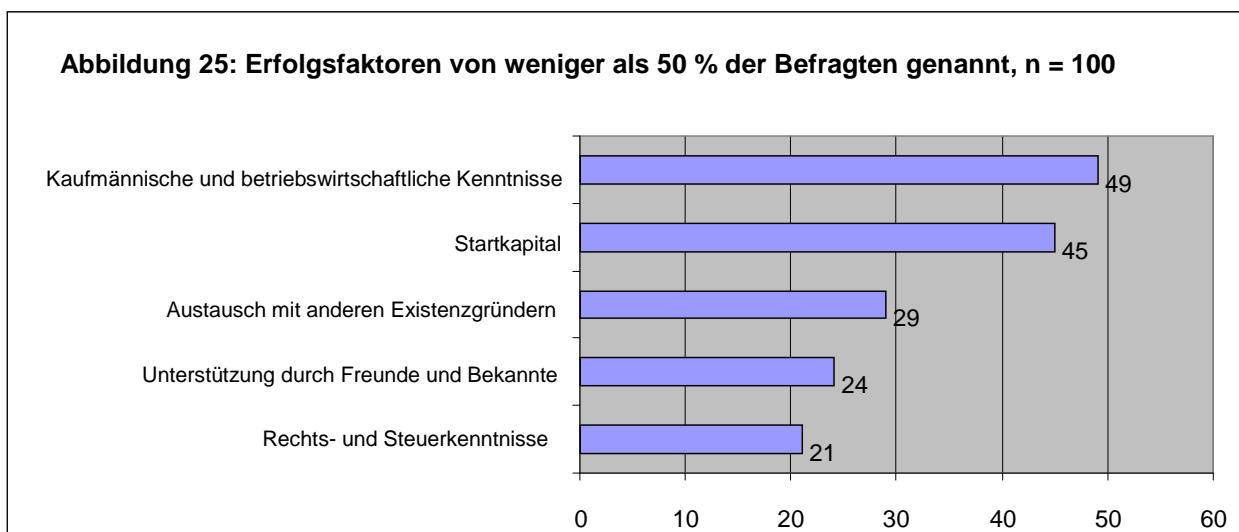


Abbildung 25: Erfolgsfaktoren von mehr als 50 % der Befragten genannt



4.1.1. Finanzhilfe

Die Antworthäufigkeit bei „selbst genannt“ und „sehr wichtig“ haben wir addiert und erhalten so ein Ranking. Ausgewertet haben wir für diese Fragen nur die Angaben der 100 aktiven Gründer. An oberster Stelle als wichtig für den Erfolg wird von 86 der Befragten (Häufigkeit und Prozentwert sind hier identisch, weil $n = 100$) die Finanzhilfe durch Überbrückungsgeld, Existenzgründerzuschuss oder Einstiegsgeld genannt. Für nur drei Befragte war dieser Faktor nicht wichtig.

4.1.2. Mitnahmeeffekte staatlicher Finanzhilfen

Häufig wird argumentiert, dass diese Förderung Mitnahmeeffekte auslöse, und zwar in zweierlei Hinsicht. Der erste Mitnahmeeffekt besteht darin, dass befürchtet wird, durch die staatliche Förderung würden Scheingründungen ohne echte Erwerbsabsicht angeregt. Das scheint sich in unserer Befragung nicht zu bestätigen, denn die meisten der insgesamt 28 nicht mehr aktiven Gründer (50 %) befinden sich in einem sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnis, davon zwölf in Vollzeit und zwei in Teilzeit. Die Existenzgründung als Zwischenstadium ist u.E. ein wichtiger Beitrag zum Erhalt der „Employability“ und eventuell auch ein Weg über die Gründung in ein neues abhängiges Beschäftigungsverhältnis. Dieser Aspekt müsste in einer weiteren Untersuchung mit einer größeren Zahl ehemaliger Gründer genauer ermittelt werden.

Der zweite Mitnahmeeffekt ist der, dass auch solche Gründer das Förderinstrument in Anspruch nehmen können, die ihre Geschäftstätigkeit ohne jede Förderung gestartet hätten. In unserer Erhebung wären das die drei Prozent, für die die staatliche Finanzhilfe nicht zum Erfolg beigetragen hat. Diese These ist zumindest dahingehend berechtigt, dass eine gleiche Förderung für alle die individuellen Gegebenheiten jedes einzelnen Gründers außer Acht lässt. Dies gilt nicht nur für die ganz unterschiedliche Finanzausstattung und den Finanzbedarf, sondern insbesondere für den unterschiedlichen Zeithorizont, bis zu dem eine Gründung existenzsichernde Erträ-

ge einbringt. Das wird an der Frage nach der Zufriedenheit im ersten Jahr der Gründung deutlich, bei der fast 40 % der Befragten angaben, dass sie unzufrieden waren gegenüber nur 14 % Unzufriedenen insgesamt. So berichteten auch viele Gründer, dass sie erst im dritten Jahr – und ein Heizungsbauer erst im fünften – die Anlaufschwierigkeiten überwunden hatten. Dies lässt die Frage berechtigt erscheinen, ob die starre neunmonatige Förderung, wie sie seit August 2006 praktiziert wird, Selektionseffekte dahingehend nach sich zieht, dass beispielsweise solide Gründungen, die den längerfristigen Aufbau eines Kundenstammes wie beispielsweise im Handwerk und handwerksnahen Gewerbe erfordern, durch das Förderinstrument eher benachteiligt werden, während Gründungen, die schnelle Anfangserfolge, z.B. im Direktvertrieb mit sich bringen, aber nicht auf Dauer angelegt sind, eher begünstigt werden.

Die staatliche Starthilfe wirkt häufig als Motivator, um eine Gründung zu wagen. Als problematisch wird der harte Übergang – „erst der warme Regen, dann plötzlich nichts mehr“ – von den Gründern beurteilt, ein langsames „Ausschleichen“ der Förderung wäre effektiver.

Praxisbezug: *Gründer müssen dahingehend motiviert werden, Anlaufschwierigkeiten realistisch einzuschätzen und nicht zu schnell aufzugeben, wenn sich nicht bereits im ersten Jahr die angepeilten Erfolge einstellen. Beratungs- und Schulungsbedarf ist über einen längeren Zeitraum erforderlich und darf nicht auf die Anfangsphase begrenzt bleiben.*

Wir haben auch versucht, uns der Frage nach den Mitnahmeeffekten heuristisch zu nähern, indem jeder Interviewer gehalten war, nach dem Interview einen Gesamteindruck aus dem Gespräch zu notieren, in dem festgehalten werden konnte, ob Mitnahmeeffekte der Form I (ohne ernste Absicht) oder der Form II (hätte auch ohne Förderung gegründet) vorgelegen haben könnten. Bei 26,1 % hatten wir den Eindruck, dass eine Gründung auch ohne Förderung erfolgt wäre. Unter diesen sind

die meisten (52,9%) chancen-orientierte, 29,4 % opportunitäts-orientierte und 17,6 % not-orientierte Gründer. Bei nur 2,3 % (drei Gründer) schien uns keine ernsthafte Gründungsabsicht vorgelegen zu haben, allerdings sind sie alle drei weiter aktiv, was unserer Einschätzung widerspricht. Deshalb sind diese Ergebnisse nur mit äußerster Vorsicht zu interpretieren, insbesondere weil nicht unterstellt werden kann, dass bei einem etwa halbstündigen Telefonat mit einer fremden Person aus der Forschung wahre Motive offenbart werden, die nicht durch Effekte der sozialen Erwünschtheit systematisch verzerrt sind.

4.1.3. Fachkenntnisse und Berufserfahrung

Fachkenntnisse und Berufserfahrung werden in der Gründungsforschungsliteratur als ein wesentlicher Bestandteil des Konstrukts „Humankapital“ besprochen. Wie bereits oben ausgeführt, verfügen unsere Befragten in dieser Hinsicht und auch hinsichtlich der Schulabschlüsse, abgeschlossenen Berufsausbildungen und Studien über sehr viel mehr Humankapital als der Durchschnitt der Arbeitslosen. Mit 85 % der Befragten steht dieser Faktor an zweiter Stelle und wird als ebenso wichtig wie die Finanzhilfe beurteilt.

Praxisbezug: *Selbst vermeintlich einfache Tätigkeiten wie z.B. der Hausmeisterservice setzen eine solide Berufserfahrung und diverse Fachkenntnisse voraus.*

4.1.4. Leistungswille

Ihren Leistungswillen sehen 82 der Befragten als Erfolgsfaktor. Einerseits ist diese Erkenntnis banal, andererseits auch gefärbt durch eine hohe soziale Erwünschtheit gerade dieser Kategorie. Selbst genannt wurde der Faktor nur von neun Befragten, 73 gaben ihn erst als wichtig an, als wir die Liste der Faktoren abfragten. Von den nicht mehr aktiven Gründern gaben immerhin 34,6 % an, dass es wichtig für den Erfolg gewesen wäre, wenn sie sich mehr angestrengt hätten.

Notorientierte Gründer beurteilen den Leistungswillen als eher weniger wichtig, chancenorientierte Grründer dagegen tendenziell als sehr wichtig. Die Zahl der Selbstnennungen ist bei letzteren deutlich höher.

Praxisbezug: *Gründungsberater werden jedem von einer Gründung abraten, der nicht einen überdurchschnittlichen Leistungswillen erkennen lässt.*

4.1.5. Geschäftsidee

Als vierthäufigster Faktor wird von 71 % die Geschäftsidee genannt. Unserer Einschätzung nach werden Geschäftsideen nicht selten aus selbstverwirklichungsorientierten Motiven geboren, als neue berufliche Identitätsfindung nach einer Krise des mittleren Lebensabschnitts. Diesen Effekt gibt es bei Frauen häufiger als bei Männern, sie halten eher an Geschäftsideen fest, insbesondere wenn der Erwerbsdruck nicht im Vordergrund steht, weil sie vom Lebensabschnittsbegleiter unterstützt werden.

Nicht selten berichten Gründer aber auch, dass ihre Geschäftsidee nur ein erster Ausgangspunkt war und die tatsächliche Geschäftstätigkeit im Laufe der Etablierung teilweise sogar mehrmals modifiziert wurde. Gründungen sind insofern als Entwicklungsprozess sowohl des Geschäfts als auch der Gründerperson aufzufassen.

Praxisbezug: *Gründungen müssen als Prozess betrachtet werden, der eine längerfristige Begleitung notwendig macht, weil häufig Anpassungen und Änderungen der Geschäftstätigkeit vorgenommen werden, die immer wieder Beratung und Schulung erfordern.*

4.1.6. Marketing, Kundengewinnung und Vertrieb

Marketing, Kundengewinnung und Vertrieb erachten 63 der Befragten als wichtig.

Praxisbezug: *In der Existenzgründungsberatung muss auf die Entwicklung einer produkt-, dienstleistungs- und zielgruppengerechten Marketing-Strategie geachtet werden. Dabei sind Kleinstgründer häufig überfordert und lassen sich entweder auf teure Kampagnen professioneller Anbieter ein oder versuchen mit einfachsten („selbstgestrickten“) Mitteln Kunden zu gewinnen. Zielführender wäre es, unter professioneller Anleitung individuelle Low-Budget-Marketingstrategien zu entwickeln.*

4.1.7. Existenzgründungsberatung, Coaching und Seminare

Existenzgründungsberatung, Coaching und Seminare werden ebenfalls von 63 Befragten für wichtig erachtet. Mit 35 Nennungen erhält dieser Faktor bei den selbst genannten Faktoren den höchsten Wert. Not-motivierte, opportunitäts-orientierte und chancen-orientierte Gründer verteilen sich annähernd gleich auf die Antworten, signifikante Unterschiede lassen sich nicht ermitteln.

Für nicht wenige Gründer geht es nicht nur um die Vermittlung von Inhalten, von Kenntnissen, sondern vor allem um das psychologische Moment der Motivation. Unserer Zielgruppe fehlt oft der Mut zur Existenzgründung. Seminare und Beratung sind hier ein wesentliches stützendes Moment, das Ängste abbaut und die psychologische Einstimmung auf den Selbstständigenstatus begleitet. Dies wird häufig als ein wesentlicher Nutzen hervorgehoben, viele Gründer – vor allem not- und opportunitätsmotivierte – geben an, dass sie ohne die begleitenden Schulungen und das Coaching den Schritt in die Selbstständigkeit nicht gewagt hätten. Wichtig ist es, Verbindungslinien zwischen der Gründungsidee, der persönlich-familiären Lebenssituation und den fachlichen und überfachlichen Kompetenzen, Erfahrungen und Stärken zu identifizieren und den potentiellen Gründern bewusst zu machen.

Tabelle 11: Kreuztabelle Gründungsmotive / Wichtigkeit der Existenzgründungsberatung, Coaching und Seminare

			Wichtig: Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare				Gesamt
			Sehr wichtig	Etwas wichtig	Kaum wichtig	Selbst Genannt	
Gruppierungsvariable	chancenorientiert	Anzahl	9	5	8	12	34
		% von Wichtig: Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare	32,1%	33,3%	36,4%	34,3%	34,0%
	opportunitätsorientiert	Anzahl	9	4	4	8	25
		% von Wichtig: Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare	32,1%	26,7%	18,2%	22,9%	25,0%
	notorientiert	Anzahl	10	6	10	15	41
		% von Wichtig: Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare	35,7%	40,0%	45,5%	42,9%	41,0%
Gesamt	Anzahl	28	15	22	35	100	
	% von Wichtig: Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Kritisiert wird von den Gründern der enge zeitliche Korridor, in dem geförderte Schulung und Coaching angeboten werden. Ihrer Ansicht nach sollten vorbereitende Seminare bereits VOR der Gründung möglich sein, weil während der aktiven Gründungsphase oft die Zeit dafür fehlt. Insbesondere dürfen die Qualifizierung und das Coaching nicht mit der Gründungsphase enden. Sie sind auch noch NACH der Gründung erforderlich, weil man erst während und nach den Anlaufschwierigkeiten merkt, wo Bedarf ist, und ebenfalls wegen des Zeitmangels in der ersten Gründungsphase. Auch noch nach Jahren treten immer wieder Fragen auf, für die es eine Anlaufstelle geben sollte. Coaching sollte in diesem Sinne als eine längerfristige Begleitung verstanden werden.

Die Dauer der Seminare müsste an individuelle Voraussetzungen angepasst werden, es gibt Gründer, die mit wenig oder gar keiner Fortbildung erfolgreich starten, aber auch solche, die eine gewisse Zeit der Motivation und Vorbereitung benötigen, insbesondere auch im Sinne einer psychologischen Einstimmung auf den Selbstständigensstatus und die damit einhergehenden Veränderungen der gesamten Lebenssituation, die für ehemalige Angestellte zunächst als bedrohlich erlebt werden. Von nicht wenigen Gründern wird das traditionelle Seminarangebot als zu unspezifisch beurteilt, es müsste Seminare und Coaching für ganz spezielle Belange, Gründungsvorhaben und Branchen geben.

Praxisbezug: *Gründungsunterstützung sollte sowohl hinsichtlich der Inhalte als auch hinsichtlich der Zeitdauer stärker differenziert werden.*

4.1.8. Niedrige Einkommenserwartungen

Nur selten gehen Gründungen aus der Arbeitslosigkeit mit der Erwartung einher, ein hohes Einkommen zu erzielen, und so geben insgesamt 60 Befragte an, dass die niedrige Einkommenserwartung für sie ein wichtiger Erfolgsfaktor war. Diese Aussage lässt sich auch dahingehend interpretieren, dass die Einkommenshöhe nicht als entscheidendes Erfolgskriterium gewertet wird, wie wir bereits oben festgestellt hatten. Das bestätigt noch einmal unser Vorgehen zur Definition unseres Erfolgskonstrukts, in dem das Einkommen nur ein Faktor neben der Zufriedenheit und den Zukunftserwartungen ist.

4.1.9. Gründliche Vorbereitung

Eine gründliche Vorbereitung wird von 59 Befragten als wichtig erachtet. Diese Einschätzung wurde allerdings in den Interviews häufig relativiert, denn Gründung ist nur als Prozess zu verstehen, der nicht in Gänze planbar und voraussagbar ist, der ständiger Veränderung und Anpassung an neue Gegebenheiten unterliegt. Immerhin 23 Befragte fanden die Vorbereitung nicht wichtig.

4.1.10. Vorhandene Beziehungen zu potentiellen Kunden

Wer als Gründer auf ein im Angestelltenverhältnis erworbenes Netz an Kontakten zurückgreifen kann, hat günstigere Startbedingungen. Vorhandene Beziehungen zu potentiellen Kunden werden von 59 Befragten als Erfolgsfaktor genannt. Dies verweist darauf, dass viele Gründungen sich auf solche günstigen Voraussetzungen beziehen können.

4.1.11. Unternehmerpersönlichkeit

Kaum eine Persönlichkeit ist schillernder und facettenreicher als die so genannten „Unternehmerpersönlichkeit“. 58 Befragte halten es für einen Erfolgsfaktor, eine Unternehmerpersönlichkeit zu sein. Direkt auf das Einkommen ausgewirkt hat sich dies jedoch nicht. Auch hat der Wunsch, eine Unternehmerpersönlichkeit zu sein, keinen signifikanten Einfluss auf die Zufriedenheit. Wohl aber besteht ein positiver Zusammenhang mit dem Erfolgsindikator. Gründer, die es wichtig finden, eine Unternehmerpersönlichkeit zu sein, haben demnach einen höheren Erfolgsindikator.

Praxisbezug: *Die Selbstwahrnehmung als selbstständige Führungsperson und deren Beurteilung als „Unternehmerpersönlichkeit“ wird von den Gründern als wichtig eingeschätzt. Die Gründungsberatung sollte die Existenzgründer daher explizit als selbstständige Unternehmerpersönlichkeiten ansprechen.*

Selbst in der wissenschaftlichen Literatur wird sehr viel Verschiedenes und teilweise Inkommensurables unter dem Begriff „Unternehmerpersönlichkeit“ verstanden, umso mehr von befragten Betroffenen in einem Telefoninterview. Wir haben in der Befragung Eigenschaften wie Optimismus, Motivation, Selbstständigkeit, Durchsetzungsvermögen, Risikobereitschaft und Flexibilität genannt. Seit Joseph Schumpeter (1952) wird dieser Begriff oft mit dem ursprünglich aus dem Französischen stammenden Anglizismus des „Entrepreneurs“ bezeichnet, so z.B. bei Wolfgang Lück/Annette Böhmer (1994), die Entrepreneurship als "Zusammenfassung aller

Planungsüberlegungen und Maßnahmen in Form eines kreativen Prozesses zur Errichtung eines Unternehmens" mit dem "Gründer als Promotor" beschreiben. Darin verbirgt sich eine Vorstellung, die wir so nicht teilen. Den (erfolgreichen) Gründern werden quasi naturwüchsige Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben, die sie zum Unternehmer prädestinieren, Unternehmertätigkeit wird mit dem Nimbus der Genialität verklärt. Dieser Streit unter Experten wird in der angelsächsischen Literatur mit dem Gegensatz „born or made“ beschrieben. Immerhin finden 29 Befragte diese Eigenschaft als nicht wichtig. In den Gesprächen wurde immer wieder darauf hingewiesen, dass man nicht „Unternehmerpersönlichkeit“ von Anfang an gewesen sei, sondern diese Eigenschaften im Laufe des praktischen Tuns erworben habe.

Praxisbezug: *Wir gehen von einem pädagogisch geprägten Unternehmerbild aus. Unternehmer zu werden ist wie jede andere Professionalisierung ein Sozialisationsprozess, der durch Ausbildung, Anleitung und Hilfestellung unterstützt werden kann und seine spezifische Entwicklung in der tätigen Praxis erfährt.*

4.1.12. Unterstützung durch Familie und Partner

Für 57 Befragte ist die Unterstützung durch die Familie und den Partner ein wichtiger Erfolgsfaktor. Dabei kann diese Unterstützung sehr vielfältige Formen annehmen, sie reicht von moralischem Zuspruch über finanzielle Hilfestellung bis hin zu mithelfender Tätigkeit. Besonders günstig treffen es z.B. handwerklich oder technisch versierte Gründer, deren Frauen die administrativen Aufgaben erledigen.

Praxisbezug: *Eine Existenzgründung sollte möglichst das nahe soziale Umfeld in die Entscheidung einbeziehen.*

4.1.13. Branchenkenntnisse

Nur noch knapp die Hälfte der Befragten (51) bewerten Branchenkenntnisse als Erfolgsfaktor. Das mag sicher auch daran liegen, dass sie bezüglich ihrer Gründung nicht viele Optionen hinsichtlich Branche und Standort haben, sie gründen in Branchen und Tätigkeitsfeldern, in denen sie sich Kompetenzen erworben haben und bleiben in der Regel räumlich auf das Umfeld ihrer aktuellen Wohnung beschränkt. Allerdings haben wir nicht gefragt, ob Gründer zur Realisierung ihres Vorhabens umgezogen sind.

4.1.14. Kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse

In den traditionellen Seminarangeboten für Existenzgründer nehmen kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse einen hohen Stellenwert ein. Aber nur noch 49 der Befragten, also knapp weniger als die Hälfte, bewerten diese Kenntnisse als Erfolgskriterium. Dies liegt vermutlich auch daran, dass Kleinstgründungen keine umfangreichen Kenntnisse erfordern und dass die Gründer in diesem Bereich gerne solche Aufgaben delegieren, sobald ihre Tätigkeit genügend Ertrag abwirft, um z.B. jemanden mit der Buchführung zu beauftragen. Noch deutlicher fällt dieser Effekt bei den Rechts- und Steuerkenntnissen ins Auge, die nur noch von 21 Befragten für erfolgsentscheidend erachtet werden. Die allermeisten Gründer übertragen dies ihrem Steuerberater.

4.1.15. Startkapital

Die vergleichsweise nachrangige Bedeutung des Startkapitals haben wir bereits abgehandelt, nur 45 Befragte sehen es als Erfolgsfaktor. Sie gründen ohnehin mit niedrigen Eintrittsbarrieren hinsichtlich des Finanzbedarfs und haben in der Regel die benötigte EDV-Ausstattung oder das Werkzeug bereits während ihrer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung angeschafft.

Folglich korreliert eine positive Antwort auf die Frage nach dem Startkapital auch weder mit der Einkommenshöhe noch mit der Zufriedenheit.

Praxisbezug: *Eine Existenzgründung sollte möglichst bereits vorhandene Ressourcen als Startkapital nutzen.*

4.1.16. Austausch mit anderen Existenzgründern

Nur 29 Befragte halten den Erfahrungsaustausch mit anderen Existenzgründern für wichtig. Gewünscht wird er, wenn überhaupt, dann eher mit gleichartigen Gründern im Sinne eines gegenseitigen Coaching. Dem stehen aber Konkurrenzbefürchtungen entgegen, so dass ein solcher Austausch eher zwischen Homologen organisiert werden könnte, die in räumlich getrennten Märkten agieren.

4.1.17. Unterstützung durch Freunde und Bekannte

Für nur 24 Befragte ist die Unterstützung durch Freunde und Bekannte wichtig, im Unterschied zu der weitaus größeren Bedeutung der Unterstützung durch das familiäre Umfeld.

Praxisbezug: *Seminarangebote für Existenzgründer folgen dem traditionellen Schema von Weiterbildungseinrichtungen, wie sie beispielsweise bei den Kammern und anderen Trägern angesiedelt sind. Lebrgangsförmige Vermittlungsformen bilden das Kerngeschäft, das leicht zu organisieren ist und sich über ausreichende Teilnehmerzahlen kaufmännisch tragfähig gestalten lässt.*

Solche Angebote werden nicht jedem Gründer und nicht jedem Bedarfsprofil gerecht. Neue und teilweise nicht-seminaristische Formen müssen entwickelt werden, die eine Individualisierung und Spezifizierung des Angebots zulassen.

4.2. Ergebnisse einer Regressionsanalyse: Welche Faktoren wirken auf den Erfolgsindikator?

Aus den deskriptiven Auswertungen der Erfolgsfaktoren konnten bereits einige Erkenntnisse gewonnen werden. Die Antworten der Gründer auf Fragen nach der Wichtigkeit bestimmter Faktoren für den Gründungserfolg spiegeln jedoch lediglich eine subjektive Bewertung der Erfolgsfaktoren wider. Mittels einer multiplen linearen Regressionsanalyse untersuchten wir deshalb, welchen Einfluss diese in ihrer subjektiven Wichtigkeit bewerteten Erfolgsfaktoren auf die in der Faktorenanalyse extrahierte Dimension des Gründungserfolgs tatsächlich haben. Zudem überprüften wir das Gründungsmotiv sowie einige sozioökonomische und erwerbsbiographische Hintergrunddaten auf Zusammenhänge mit dem Erfolgsindikator. Bei der multiplen linearen Regression wird dabei die abhängige Variable, hier der Erfolgsindikator, aus der Linearkombination der unabhängigen Variablen vorhergesagt. Dies hat den Nebeneffekt, dass bei der Prüfung jeder Einzelhypothese für alle weiteren Variablen des Modells statistisch kontrolliert wird. So können Einflüsse durch Störvariablen zumindest für die im Modell herangezogenen Variablen aufgedeckt werden.

In die Regressionsanalyse gingen lediglich die Daten der aktiven Gründer ein. Die Stichprobe umfasst somit exakt 100 Existenzgründungen. Es gilt erneut zu betonen, dass die hier präsentierten Ergebnisse nicht repräsentativ sind, da die Teilnahme an der Befragung freiwillig war und die Auswahl nicht zufallsgesteuert erfolgte. Die Ergebnisse gelten folglich nur für die Existenzgründer aus dieser hier untersuchten Stichprobe. Dennoch liefern die Daten Hinweise über förderliche bzw. hinderliche Bedingungen für Existenzgründungen im niederschweligen Segment, an denen sich eine erfolgreiche Beratungspraxis orientieren kann. Neben den quantitativen Daten wurden auch viele Erkenntnisse aus den Auswertungen der qualitativen Daten eingebracht. Diese erleichtern einerseits die Interpretation und dienen andererseits der Kontrolle der Ergebnisse, die anhand der quantitativen Daten gewonnen wurden.

Im Folgenden werden sämtliche Variablen und Faktoren diskutiert, von denen ein Einfluss auf den Erfolgsindikator aufgrund theoretischer Überlegungen oder aus den vorhergegangenen univariaten Analysen zu erwarten war. Neben dem Gründungsmotiv sowie wichtigen sozioökonomischen und erwerbs-biographischen Hintergrunddaten wurden auch die im vorigen Kapitel bereits in den Häufigkeiten ihrer Nennung besprochenen subjektiven Einschätzungen der Erfolgsfaktoren auf einen Einfluss auf den Erfolgsindikator hin überprüft.

Es ist dabei ein Nachteil explorativer Studien, dass mögliche Einflussfaktoren nicht aus der Theorie abgeleitet werden können, sondern sich erst aus der Untersuchung ergeben. Es ist also nicht ausgeschlossen, dass weitere, von uns nicht abgefragte Faktoren den Gründungserfolg ebenfalls beeinflussen. Dennoch haben sich einige Faktoren als sehr stabil erwiesen und können daher als „Erfolgsfaktoren“ der von uns untersuchten Existenzgründungen im niederschweligen Segment bezeichnet werden:

Abbildung 26: Variablen mit signifikantem Einfluss auf den Erfolgsindikator



Tabelle 12: Erfolgsfaktoren, gerankte Reihenfolge

Fachkenntnisse und Berufserfahrung
Gründungsmotiv
Eine Unternehmer-Persönlichkeit zu sein
Marketing und Kundengewinnung
Existenzgründerberatung
Austausch mit Existenzgründern
Unterstützung durch Familie und Partner
Hoher Bezug zur früheren Tätigkeit

Tabelle 13: OLS-Regression, nicht standardisierte Koeffizienten

	Nicht standardisierte Koeffizienten
(Konstante)	-2,127017537
Opportunitätsorientiert	0,8083***
Chancenorientiert	0,7411***
Mittlerer Bezug zur früheren Tätigkeit	0,1619
Hoher Bezug zur früheren Tätigkeit	0,5160*
Berufserfahrung: 5-20 Jahre	0,7305*
Berufserfahrung > 20 Jahre	0,7751*
Unterstützung durch Familie/Partner: etwas wichtig	0,3118
Unterstützung durch Familie/Partner: sehr wichtig	0,5046*
Austausch mit Existenzgründern: etwas wichtig	-0,5270*
Austausch mit Existenzgründern: sehr wichtig	-0,2778
Unternehmer-Persönlichkeit zu sein: etwas wichtig	0,0709
Unternehmer-Persönlichkeit zu sein: sehr wichtig	0,6682***
Existenzgründerberatung: etwas wichtig	-0,4604
Existenzgründerberatung: sehr wichtig	-0,4904*
Fachkenntnisse und Berufserfahrung: etwas wichtig	0,6986
Fachkenntnisse und Berufserfahrung: sehr wichtig	0,9627*
Marketing/Kundengewinnung: etwas wichtig	-0,7937**
Marketing/Kundengewinnung: sehr wichtig	-0,5420**

* signifikant auf 5%-Niveau ** signifikant auf 1%-Niveau *** signifikant auf 0,1%-Niveau

Tabelle 13 zeigt die Ergebnisse der Regressionsanalyse. Der korrigierte Determinationskoeffizient (R^2_{adj}) gibt an, welcher Anteil der Varianz in der abhängigen Variable „Erfolgsindikator“ durch das Gesamtmodell erklärt wird und ist damit ein Gütemaß für das Regressionsmodell. R^2_{adj} beträgt 0,387, das Modell erklärt also knapp 40% der Varianz im Erfolgsindikator. Das Gesamtmodell ist dabei höchst signifikant, bei Kenntnis der herangezogenen Variablen verbessert sich also die Vorhersage des Erfolgsindikators.

Da die meisten unabhängigen Variablen lediglich auf ordinalem Skalenniveau vorlagen, wurden diese für die Regressionsanalyse dichotomisiert bzw. dummykodiert. Die Dummykodierung ist eine spezielle Kodierungsform, die vor allem in der Regressionsanalyse Anwendung findet. Hierzu werden die aus 3 Kategorien bestehenden Erfolgsfaktoren in jeweils 3 dichotome Variablen zerlegt, wobei deren Ordnung aber erhalten bleibt. So erhält man die Fälle z.B. des Erfolgsfaktors „Startkapital“ nicht mehr in nur einer Variable, sondern in den Variablen „Startkapital: nicht wichtig“, „Startkapital: etwas wichtig“ und „Startkapital: sehr wichtig“. Eine dieser Variablen wird nun als Referenzkategorie bestimmt und bildet die Basis für die weiteren Berechnungen. In unserem Modell befinden sich diejenigen Gründer, die den jeweiligen Erfolgsfaktor mit „nicht wichtig“ beurteilen, in der Referenzkategorie. Diese Gründer gehen damit in die Konstante des Modells ein, und tauchen nicht explizit als Variablen auf. Die im Modell vorhandenen Variablen der höheren Kategorien „etwas wichtig“ sowie „sehr wichtig“ werden dann immer im Unterschied zur Referenzkategorie berechnet. Der Wert der Konstante entspricht dann dem durchschnittlichen Erfolgswert eines notorientierten Gründers mit keinem Bezug zur früheren Tätigkeit und einer Berufserfahrung von weniger als 5 Jahren, der sämtliche Erfolgsfaktoren als „nicht wichtig“ beurteilt. Ein solcher Gründer dürfte in der Praxis aber kaum vorkommen. Er hätte mit -2,1270 einen sehr niedrigen Erfolgswert.

Hat im Folgenden eine Variable einen signifikanten Einfluss auf den Erfolgsindikator, so verändert sich der Wert der Konstante bei Hinzunahme dieser Variable um deren Beta-Koeffizienten, und zwar, je nach Richtung des Zusammenhangs, in positiver oder

negativer Richtung. Der Erfolgsindikator des Gründers steigt oder sinkt. Dabei liegt die Annahme zugrunde, dass bei Hinzunahme einer interessierenden Variable alle anderen Variablen konstant bleiben.

4.2.1. Gründungsmotiv

Das Gründungsmotiv hat einen signifikanten, positiven Einfluss auf den Erfolg. Not-orientierte Gründer sind demnach weniger erfolgreich als opportunitäts-orientierte Gründer, diese sind in etwa so erfolgreich wie chancen-orientierte Gründer. Gegenüber not-orientierten Gründern erhöht sich der Erfolgsindikator bei opportunitäts-orientierten Gründern um den Wert 0,8083, bei chancen-orientierten Gründern um 0,7411. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass der Erfolgsindikator ja sowohl aus subjektiven wie auch aus objektiven Erfolgskriterien konstruiert wurde. Bei not-orientierten Gründern dürfte der Druck nach einem hohen Einkommen die subjektiven Kriterien überlagern. Eine Gründung wird deshalb nur dann als erfolgreich bewertet, wenn das Einkommen für die Existenzsicherung genügt. Bei chancen-orientierten Gründungen ist dies in der Regel anders, hier werden häufig spezielle Wünsche und Träume erfüllt. Die Existenzsicherung steht dabei eher im Hintergrund und wird womöglich anderweitig gesichert (z.B. durch Ersparnisse). Der Erfolgsanspruch ist also je nach Gründungsmotiv verschieden, dies kann sich auf den Erfolgsindikator auswirken.

Praxisbezug: *Der Zusammenhang zwischen Gründungsmotiv und Erfolg hat sich erneut bestätigt. Demnach sind not-orientierte Gründungen tendenziell weniger erfolgreich als opportunitäts- und chancenorientierte Gründungen. Der Erfolgsanspruch von notorientierten Gründern dürfte aber eher sein, die eigene Existenz zu sichern, während opportunitäts- und chancenorientierte Gründer nach Zufriedenheit streben, die aber nicht unbedingt vom Einkommen abhängen muss. Die Gründungsberatung sollte deshalb unterscheiden nach Gründern mit dem Wunsch, einer gewünschten Tätigkeit nachzugehen, und Gründern mit dem Zwang zur Existenzsicherung und damit zu einem hohen Einkommen. Der Beratungsbedarf ist bei beiden Gruppen verschieden.*

4.2.2. Jahr der Gründung

Ein Einfluss des Gründungsjahres auf den Erfolgsindikator war zu erwarten, da Gründungen wie gesehen erst einige Anlaufzeit brauchen, um überhaupt wirtschaftlich tragfähig zu werden. So besteht ein signifikanter Zusammenhang sowohl zwischen dem Jahr der Gründung und dem Einkommen als auch zwischen dem Jahr der Gründung und der Zufriedenheit. Auch der bivariate Zusammenhang zwischen dem Jahr der Gründung und dem Erfolgsindikator ist signifikant. Je höher also das Gründungsjahr, desto niedriger der Erfolgsindikator.

Dieser Zusammenhang bestätigt sich in der Regressionsanalyse jedoch nicht, in der er auf Einflüsse sämtlicher weiterer im Modell herangezogener Variablen kontrolliert wird. Es ist deshalb anzunehmen, dass der Zusammenhang zwischen dem Jahr der Gründung und dem Erfolgsindikator durch andere Variablen des Modells zumindest teilweise erklärt wird. So wird z.B. die Berufserfahrung im Lauf der Jahre zunehmen, und der Gründer kann sich einen Kundenstamm aufbauen. Das Jahr der Gründung selbst hat dann keinen signifikanten Einfluss auf den Erfolgsfaktor mehr. Allerdings werden hier nur aktive Gründer berücksichtigt, erfolglose Gründungen, die bereits aufgegeben wurden, kommen nicht vor. Insofern dürfte das Ergebnis mit zunehmender Gründungsdauer leicht positiv hinsichtlich des Gründungserfolgs verzerrt sein, da langfristig gesehen nur erfolgreiche Gründungen bestehen bleiben.

Praxisbezug: *Das Jahr der Gründung selbst hat keinen Einfluss auf den Erfolgsindikator. Allerdings wirken Fachkompetenzen, Berufserfahrung und Kontakte zu potentiellen Kunden, die im Lauf der Zeit erworben werden, positiv auf den Gründungserfolg. Existenzgründern sollte deshalb dazu geraten werden, ihre Gründung langfristig zu planen, bestehende Kompetenzen einzubringen und gezielt weiter auszubauen.*

4.2.3. Höhe des Startkapitals

Die Höhe des Startkapitals hat keinen Einfluss auf den Erfolgsindikator. Dies deckt sich mit den Ergebnissen der deskriptiven Auswertungen, wonach gerade Gründungen im niederschweligen Segment eher geringen Finanzierungsbedarf hinsichtlich der Ausstattung mit notwendigen Arbeitsgeräten haben. Die Gründungen werden bewusst so gewählt, das vorhandenes Sachkapital weiter verwendet werden kann.

4.2.4. Formale Qualifikation

Um die Interpretation zu erleichtern, wurden die Variablen Schulabschluss, Studium und Berufsausbildung zum Konstrukt „formale Qualifikation“ mit den Kategorien „Keine“, „Ausbildung/Lehre“ und „Studium“ zusammengefasst. Dieses Konstrukt weist keinen Zusammenhang mit dem Erfolgsindikator auf. Zusätzlich wurde ein Humankapitalindex aus der Zahl der je nach Ausbildung absolvierten Bildungsjahre gebildet, der aber ebenfalls keinen Zusammenhang mit dem Erfolgsindikator aufweist. Für den Erfolg einer Gründung ist es also nebensächlich, welche Art der Ausbildung der Gründer genossen hat. Es wäre zu vermuten gewesen, dass Gründer mit hohem Bildungsabschluss einen tendenziell höheren Gründungserfolg erreichen. Dies bestätigt sich jedoch nicht. Bei Gründungen im niederschweligen Segment scheint daher relative Chancengleichheit der Gründer bezüglich der formalen Qualifikation zu bestehen.

4.2.5. Dauer der Arbeitslosigkeit vor der Gründung

Die Dauer der Arbeitslosigkeit wird oft als Auswahlkriterium von Bewerbern für eine Festanstellung herangezogen. Vor allem Langzeitarbeitslose haben dann schlechte Chancen. Im Segment der niederschweligen Existenzgründungen hat die Dauer der Arbeitslosigkeit vor der Gründung aber keinen Einfluss auf den Erfolgsindikator. Existenzgründungen können also durchaus als Chance für Langzeitarbeitslose gesehen werden, sich wieder erfolgreich ins Berufsleben zu integrieren.

4.2.6. Alter

Auch das Alter der Gründer hat keinen Einfluss auf den Gründungserfolg und ist demnach weder ein positiver noch negativer Erfolgsfaktor. Ältere Gründer verfügen über längere Berufserfahrung, über berufliche Netzwerke, über Ersparnisse, die in eine Existenzgründung eingebracht werden können, und über Geduld bei der zielstrebigen Umsetzung ihrer Geschäftsidee. Dies dürfte eventuelle Nachteile, die mit einem höheren Alter einhergehen, aufwiegen.

Praxisbezug: *Existenzgründungen im niederschweligen Bereich können gerade von Langzeitarbeitslosen, niedrig qualifizierten und älteren Erwerbstätigen als Chance gesehen werden, sich wieder ins Berufsleben zu integrieren. Denn weder die formale Qualifikation, noch die Dauer der Arbeitslosigkeit vor der Gründung, noch das Alter des Gründers haben einen Einfluss auf den Gründungserfolg.*

4.2.7. Muttersprache

Die Muttersprache hat keinen Einfluss auf den Erfolgsindikator. Allerdings dürften Gründer mit Migrationshintergrund in der Stichprobe, wie bereits festgestellt, stark unterrepräsentiert sein. Es ist also davon auszugehen, dass der Datensatz und damit das Ergebnis leicht verzerrt ist. Deshalb sind keine genauen Aussagen über den Einfluss des Migrationshintergrunds auf den Gründungserfolg möglich.

4.2.8. Geschlecht

Auch das Geschlecht spielt für den Gründungserfolg keine Rolle. In den deskriptiven Auswertungen hat sich gezeigt, dass Frauen zwar deutlich weniger verdienen, dafür aber ihre Zufriedenheit größer ist. Da der Erfolgsindikator beide Kriterien berücksichtigt, gleichen diese sich in etwa im Mittel aus, und der Zusammenhang bestätigt sich nicht.

Praxisbezug: *Die Muttersprache und das Geschlecht haben keinen Einfluss auf den Gründungserfolg. Im Bereich niederschwelliger Existenzgründungen scheint also eine relative Chancengleichheit sowohl bezüglich der Herkunft als auch des Geschlechts zu bestehen.*

4.2.9. Bezug zur früheren Tätigkeit

Gründungen, die einen hohen Bezug zur früheren Tätigkeit aufweisen, sind signifikant erfolgreicher als solche, bei denen kein solcher Bezug besteht. Gründungen mit mittelstarkem Bezug zur früheren Tätigkeit weisen keinen signifikanten Zusammenhang auf. Wird in Tätigkeitsfeldern gegründet, in denen die Gründer schon vorher beschäftigt waren, können sie womöglich auf vorhandene Kontakte und Geschäftsbeziehungen zurückgreifen. Zudem haben sie bereits Erfahrungen über die Arbeitsabläufe gesammelt. Dies kann positiv zum Erfolg einer Gründung beitragen.

4.2.10. Berufserfahrung

Die Berufserfahrung wirkt am stärksten auf den Gründungserfolg. Bei Gründern mit einer Berufserfahrung von 5 bis 20 Jahren erhöht sich der Erfolgsindikator um den Wert 0,7305, bei Gründern mit einer Berufserfahrung von mehr als 20 Jahren gar um 0,7751. Dies spricht erneut dafür, dass Gründern dazu geraten werden sollte, in ihnen vertrauten Bereichen zu gründen. Denn dort konnten sie bereits reichhaltige Erfahrung erwerben.

Praxisbezug: *Gründer sollten dazu motiviert werden, Tätigkeitsfelder aufzusuchen, in denen sie bereits vorher aktiv beschäftigt waren. Die dort erworbene Berufserfahrung wirkt sich positiv auf den Gründungserfolg aus.*

4.2.11. Unterstützung durch Familie und Partner

Bei Gründern, die die Unterstützung durch Familie und Partner als sehr wichtig beurteilen, erhöht sich der Erfolgsfaktor um 0,5. Es bestätigt sich also, dass die Familie als engster emotionaler Raum eine stabilisierende und fördernde Wirkung für den Gründungserfolg hat.

4.2.12. Unterstützung durch Freunde und Bekannte

Keinen Einfluss auf den Erfolgsfaktor hat dagegen die Unterstützung durch Freunde und Bekannte.

4.2.13. Austausch mit anderen Existenzgründern

Der Austausch mit anderen Existenzgründern ist knapp nicht signifikant. Es scheint jedoch so, als würden eher erfolglose Gründer mehr Austausch nachfragen. Dann wenn Gründer diesen als sehr wichtig beurteilen, so sinkt ihr Erfolgsindikator eher.

Praxisbezug: *Die Gründungsberatung sollte vor allem jenen Gründern eine Austauschplattform bereitstellen, die Schwierigkeiten mit ihrer Gründung haben, und auf die sie bei Bedarf zugreifen können.*

4.2.14. Vorhandene Beziehung zu potentiellen Kunden

Anders als erwartet haben vorhandene Beziehungen zu potentiellen Kunden, die möglicherweise aus vorherigen Angestelltenverhältnissen übernommen wurden, keinen signifikanten Einfluss auf den Erfolg. Es dürfte in der Praxis auch schwierig sein, in Angestelltenverhältnissen gepflegte Kundenbeziehungen in eine Existenzgründung zu übernehmen. Denn diese Geschäftsbeziehung besteht ja in der Regel zwischen dem jeweiligen Unternehmen, für das der Angestellte in einer Vermittlerrolle tätig ist, und dem Kunden, und nicht zwischen dem Kunden und der Person des Angestellten selbst.

4.2.15. Unternehmerpersönlichkeit

Wie bereits beschrieben empfinden viele Gründer das schillernde Bild der Unternehmerpersönlichkeit, das von Selbstständigkeit, Führungsstärke und Erfolg geprägt ist, ansprechend und als synonym für den Gründungserfolg. Dies bestätigt sich in der Regressionsanalyse. Beurteilen Gründer die Frage nach der Wichtigkeit, eine Unternehmerpersönlichkeit zu sein, mit „sehr wichtig“, so erhöht sich der Erfolgsindikator signifikant um den Wert 0,3341.

Praxisbezug: *Die Gründungsberatung sollte Führungskompetenzen und „Unternehmergeist“ vermitteln, um gezielt Selbstbewusstsein bei den Gründern aufzubauen.*

4.2.16. Erwartungen bezüglich des Einkommens

Die Einkommenserwartung an eine Existenzgründung hat keinen signifikanten Einfluss auf den Erfolgsindikator. Das bedeutet einerseits, dass Gründer mit niedriger Einkommenserwartung nicht signifikant mehr Erfolg haben, aber andererseits auch, dass Existenzgründer, die eine hohe Einkommenserwartung haben, nicht signifikant erfolgreicher sind. Es ist allerdings zu vermuten, dass Gründer, die eine hohe Einkommenserwartung haben, auch einen höheren Leistungswillen an den Tag legen und tendenziell eher dazu bereit sind, härter und vor allem länger zu arbeiten.

4.2.17. Leistungswille

Doch auch der von vielen Gründern als sehr wichtig bewertete Leistungswille wirkt nicht auf den Erfolgsindikator. In den Auswertungen der qualitativen Daten hat sich gezeigt, dass sowohl Leistungsbereitschaft wie auch Leistungsdruck bei Existenzgründern im niederschweligen Segment generell sehr hoch sind.

Praxisbezug: *Die Einkommenserwartung bei Gründungen im niederschweligen Segment relativiert sich schnell, und die Gründung erweist sich als profitabel, oder nicht. Viele Gründer sind dann schon mit einem geringen Einkommen zufrieden, das weit unter ihren Erwartungen liegt.*

Dabei ist der Leistungswille generell sehr hoch und – je nach Gründungsmotiv – von einem anderen Leistungsdruck begleitet.

4.2.18. Gründliche Vorbereitung

Für den Erfolg der von uns untersuchten Existenzgründungen ist es irrelevant, ob diese gründlich vorbereitet wurden. Findet das Angebot des Gründers ausreichend Nachfrage, so wird sich der Erfolg unabhängig von der Vorbereitung einstellen.

4.2.19. Existenzgründerberatung, Coaching, Seminare

Dies zeigt sich auch bei der Beurteilung der Existenzgründerberatung. Empfinden Gründer eine umfassende Existenzgründerberatung als „etwas wichtig“ oder „sehr wichtig“, so sinkt ihr Erfolgsindikator. Dies lässt sich dadurch erklären, dass nur bei „erfolglosen“ Gründern überhaupt erst das Bedürfnis nach beratender Unterstützung aufkommt, weshalb diese Gruppe Seminare verstärkt nachfragen dürfte. Erfolgreiche Gründer dagegen haben keinen Beratungsbedarf, sie fragen höchstens Spezialwissen nach, das eine breit angelegte Gründungsberatung nicht liefern kann.

Praxisbezug: *Eine gründliche Vorbereitung ist kein Erfolgsfaktor. Existenzgründerberatung kann dies als Chance sehen, womöglich überstürzt durchgeführten Gründungen im Nachhinein zu mehr Struktur zu verhelfen. Allerdings dürften hauptsächlich erfolglose Gründer oder Gründer mit konkreten Problemen dies überhaupt nachfragen. Dasselbe gilt auch für die Existenzgründerberatung. Diese wird eher von erfolglosen Gründern in Anspruch genommen, erfolgreiche Gründer fragen eher Spezialwissen nach.*

4.2.20. Geschäftsidee

Die Geschäftsidee hat keinen Einfluss auf den Erfolgsindikator. Sie entscheidet also nicht über den Gründungserfolg. Dies zeigt, dass vor allem bei Gründungen im niederschweligen Segment die Gründungsmöglichkeiten sehr vielfältig sind. Gerade bei Kleinstdienstleistungen kann sich auch in einem bereits gesättigten Markt ein Gründungserfolg einstellen, es müssen keine besonders ausgefallenen Geschäftsideen umgesetzt werden. Allerdings ist die Chance, damit einen wirklich großen Erfolg zu erzielen, relativ gering. Zur Existenzsicherung kann eine solche Gründung aber durchaus beitragen.

4.2.21. Fachkenntnisse und Berufserfahrung

Es wurde bereits gezeigt, dass die Berufserfahrung ein entscheidender Faktor für den Gründungserfolg ist. Dies empfindet auch der Großteil der Gründer so. Bewertet ein Gründer Fachkenntnisse und Berufserfahrung als sehr wichtig, so erhöht sich sein Erfolgsindikator signifikant um den Wert 0,96. Die subjektive Einschätzung der Gründer deckt sich demnach mit den Ergebnissen der Regression, nach denen die Berufserfahrung und der Bezug zur früheren Tätigkeit einen starken Einfluss auf den Gründungserfolg haben.

Praxisbezug: *Gründer, die Fachkenntnisse und Berufserfahrung als sehr wichtig beurteilen, haben mehr Erfolg. Es gilt also nochmals zu betonen, dass die Berufserfahrung wie auch durch sie erworbene Fachkenntnisse ein entscheidender Faktor für den Gründungserfolg sind. Die Existenzgründerberatung muss daher bestehende Kenntnisse erkennen und mögliche Tätigkeitsfelder aufzeigen, in denen diese Kenntnisse gezielt genutzt werden können.*

4.2.22. Kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Rechts- und Steuerkenntnisse

Keinen Einfluss auf den Gründungserfolg haben dagegen kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie Rechts- und Steuerkenntnisse. Grundlegende Kenntnisse in beiden Bereichen dürften im Laufe der Gründung erworben werden. Spezielle Aufgaben dagegen werden häufig an externe Berater delegiert, auch weil das Vertrauen in die eigenen Kenntnisse fehlt. So ließen viele Gründer verlauten, dass sie gerne mehr betriebswirtschaftliche Kenntnisse, vor allem aber mehr Rechts- und Steuerkenntnisse erwerben würden. Aufgrund der Komplexität dieser Gebiete schrecken sie jedoch meist davor zurück, ein Seminarangebot in dieser Richtung wahrzunehmen und sich intensiv mit der Thematik auseinanderzusetzen.

Praxisbezug: *Spezielle Kenntnisse wie Rechts- und Steuerkenntnisse, kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse haben keinen Einfluss auf den Gründungserfolg, sie werden meist von externen Beratern zugekauft. Dennoch lassen die Gründer den Wunsch und die Bereitschaft erkennen, vorhandene Kenntnisse zu vertiefen sowie nützliche neue Kenntnisse, wenn auch in nicht zu komplexer Form, zu erwerben.*

4.2.23. Branchenkenntnisse

Auch Branchenkenntnisse weisen keinen Zusammenhang mit dem Erfolgsindikator auf. Entweder werden Gründungen bewusst in Branchen vollzogen, in denen die Gründer schon vorher beschäftigt waren, oder, und dies dürfte vor allem chancen- und opportunitätsorientierte Gründer betreffen, Gründungen finden bewusst in unbekanntem Terrain statt, um etwas Neues auszuprobieren. Ein Einfluss der vorhandenen Kenntnisse über die jeweilige Branche auf den Gründungserfolg besteht, zumindest bei den von uns untersuchten Gründern, nicht. Diese Kenntnisse können – falls nicht vorhanden – schnell erworben werden.

4.2.24. Marketing und Kundengewinnung

Das Marketing und die Kundengewinnung hat einen signifikant negativen Einfluss auf den Gründungserfolg. Dies entspricht den subjektiven Einschätzungen der Gründer, wonach eine erfolgreiche Kundenakquise ein wichtiger Erfolgsfaktor ist, der nicht selten über die Zukunft der Existenzgründung entscheidet. Es scheint hier jedoch plausibel, von einer umgedrehten Kausalrichtung auszugehen. So vermindert ein gezieltes Marketing und eine aktive Kundenakquise nicht den Gründungserfolg, vielmehr empfinden nur Gründer mit zu wenigen Kunden und damit mit geringem Erfolg das Marketing und die Kundengewinnung als sehr wichtig. Erfolgreiche Gründer, die auf einen festen Kundenstamm zurückgreifen können und damit ausgelastet sind, benötigen weder ausgefeilte Marketingstrategien, noch neue Kunden.

4.2.25. Startkapital

Die meisten von uns befragten Gründer bewerteten das Startkapital als nicht wichtig für den Gründungserfolg. Auch die Höhe des Startkapitals hat, wie gesehen, keinen Einfluss auf den Erfolgsindikator. Die subjektive Bewertung entspricht hier also dem Ergebnis der quantitativen Auswertung.

4.2.26. Finanzhilfe

Die Finanzhilfe durch den Staat wurde bei der Frage nach der Wichtigkeit bestimmter Faktoren für den Erfolg am häufigsten genannt. Dieser Zusammenhang bestätigt sich in der Regressionsanalyse nicht. Demnach wird die Finanzhilfe zwar als wichtig für den Erfolg bewertet, dies wirkt sich jedoch nicht auf den Erfolgsfaktor aus. Allerdings ist es hier schwer zu differenzieren, da alle Gründer staatliche Finanzhilfe in irgendeiner Form und in einer etwa gleichen Höhe erhielten.

Praxisbezug: *Finanzhilfe ist essentiell für die Motivation, überhaupt zu gründen, wirkt sich aber später nicht auf den Gründungserfolg aus.*

Viele Ergebnisse der Regressionsanalyse stimmen mit den subjektiven Einschätzungen der Gründer überein. In einigen Fällen zeigt sich jedoch auch ein widersprüchliches Ergebnis. So haben viele Gründer z.B. die Faktoren „Leistungswille“ und „Finanzhilfe“ als sehr wichtig für den Gründungserfolg bewertet, dies konnte aber in der Regressionsanalyse nicht bestätigt werden. Dies könnte auf eine fehlerhafte Einschätzung der Gründer zurückzuführen sein. Angesichts der geringen Zahl der Fälle ist es aber auch möglich, dass die Daten bestimmter Variablen im Modell leicht verzerrt sind oder einfach zu wenige Fälle vorliegen, um sinnvolle Aussagen machen zu können. Deshalb wurde bei der Interpretation dieser Fälle auf die qualitativen Daten wie auch auf die eigenen Erfahrungen aus den Interviews zurückgegriffen, um möglichst konsistente Ergebnisse zu erhalten.

Die hier vorgestellten Erfolgsfaktoren können nur Hinweise geben, an denen sich eine erfolgreiche Beratungspraxis orientieren kann. Die Frage, ob sich der Gründungserfolg bei der gezielten Konzentration auf einen der hier festgestellten Erfolgsfaktoren tatsächlich und in jedem Fall verbessert, muss unbeantwortet bleiben. So wird eine Existenzgründung, die auf der Basis einer jahrelangen Berufserfahrung geschieht, nicht zwangsweise zum Erfolg führen. Die Aufdeckung von Kausalbeziehungen zwischen bestimmten Erfolgsfaktoren und dem Gründungserfolg können statistische Modelle nicht leisten. Denn die tatsächlichen Ursachen für einen Gründungserfolg oder -misserfolg sind nicht nur schwer zu erfassen, sondern meist ein Konglomerat verschiedenster Faktoren. Einzelne Faktoren können so zwar einen Zusammenhang mit dem Erfolg aufweisen, sie werden jedoch kaum dessen alleinige Ursache sein. Es bleibt stets die Frage, wie robust die gefundenen Zusammenhänge bei der Hinzunahme weiterer Variablen sind, oder ob diese durch mögliche – erfasste oder nicht erfasste – Störvariablen beeinflusst werden. Die Qualität der Ergebnisse hängt somit ab sowohl von der Qualität der Daten als auch von der Qualität der Theorie, aus der mögliche Einflussfaktoren abgeleitet werden können. Die Ergebnisse dieser explorativen Untersuchung sollen zur Theoriebildung beitragen; über deren Qualität wird letztlich in der Beratungspraxis selbst entschieden werden.

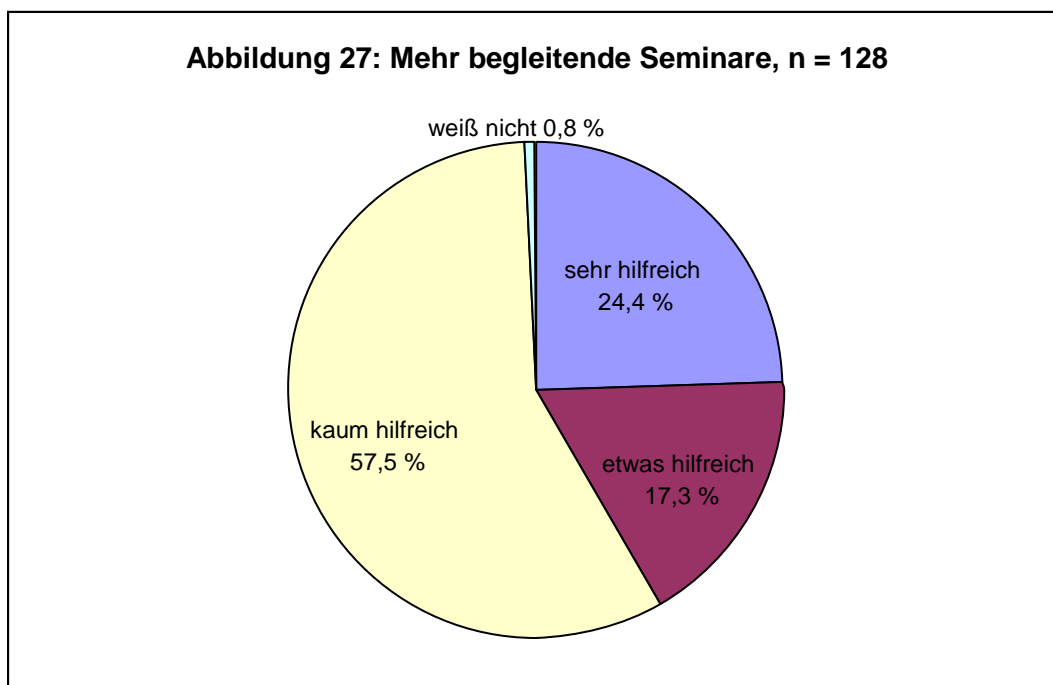
5. Existenzgründerseminare und Coaching

Eine Evaluation der Beratungs- und Qualifizierungspraxis war mit unserer Untersuchung nicht beabsichtigt. Dennoch haben wir die Gelegenheit des Interviews genutzt, um auch Fragen zur Beurteilung dieser Praxis seitens der Gründer zu stellen.

5.1. Seminare

Wir wollten wissen, ob mehr begleitende Seminare hilfreich gewesen wären:

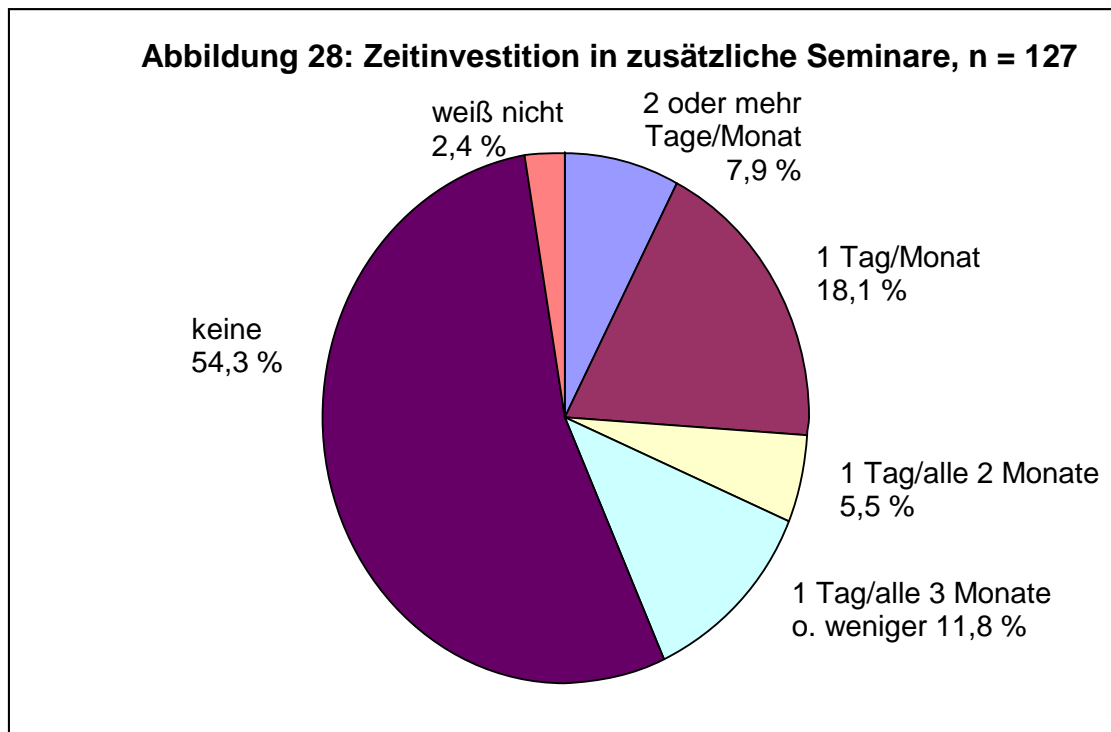
Abbildung 27: Mehr begleitende Seminare



Für fast ein Viertel der Befragten (24,4 %) wären mehr begleitende Seminare hilfreich gewesen. Addiert man die 17,3 % derer hinzu, für die mehr Seminare etwas hilfreich gewesen wären, so sind es 41,7 %, für die das existierende Angebot nicht ausreicht. Gleichzeitig gibt es eine Mehrheit von Gründern (57,5 %), für die das Angebot ausreichend war.

Für die Anbieter von Existenzgründerseminaren dürfte es auch interessant sein, welchen Aufwand an Zeit die Gründer für zusätzliche Seminare in Kauf nehmen würden. Nur 7,9 % würden zwei oder mehr Tage je Monat aufwenden, 35,9 % würden mindestens alle drei Monate einen Tag aufwenden, insgesamt also 43,3 %, die bereit sind, Zeit in einen Seminarbesuch zu investieren. Dem stehen 54,3 % gegenüber, die keine Zeit aufwenden würden.

Abbildung 28: Zeitinvestition in zusätzliche Seminare



Differenziert man zwischen noch aktiven und nicht mehr aktiven Gründern, zeigt sich ein signifikanter Unterschied, die Bereitschaft zu mehr Zeitinvestition in Seminare wäre bei den nicht mehr aktiven Gründern höher als bei den noch aktiven. Dahinter lässt sich das Zeitphänomen vermuten, dass erfolgreichen Gründern eher die Zeit für Seminarbesuche fehlt. Fast 60 % der aktiven Gründer würden nicht mehr Zeit in zusätzliche Seminare investieren.

Tabelle 14: Kreuztabelle Bereitschaft zur Zeitinvestition in Seminare / Aktive und nicht mehr aktive Gründer

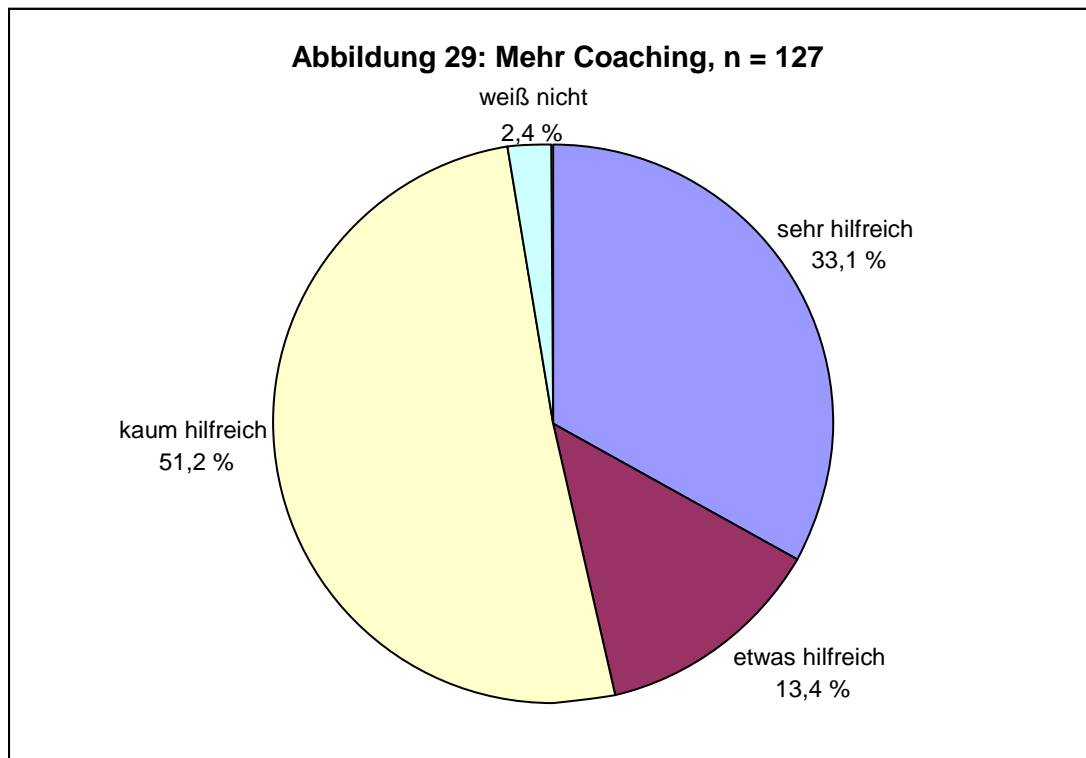
			Selbstständigkeit: Weiterhin?		Gesamt
			Ja	Nein	
Bereitschaft: Zeitinvestition in Seminare	2 oder mehr Tage/Monat	Anzahl	5	5	10
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	5,1%	17,9%	7,9%
	1 Tag/Monat	Anzahl	14	9	23
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	14,1%	32,1%	18,1%
	1 Tag/alle 2 Monate	Anzahl	6	1	7
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	6,1%	3,6%	5,5%
	1 Tag/alle 3 Monate o. weniger	Anzahl	14	1	15
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	14,1%	3,6%	11,8%
	keine	Anzahl	59	10	69
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	59,6%	35,7%	54,3%
	weiß nicht	Anzahl	1	2	3
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	1,0%	7,1%	2,4%
Gesamt		Anzahl	99	28	127
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	100,0%	100,0%	100,0%

Cramer's V: 0,361, mittlerer Zusammenhang mit hoher näherungsweise Signifikanz von 0,005

5.2. Coaching

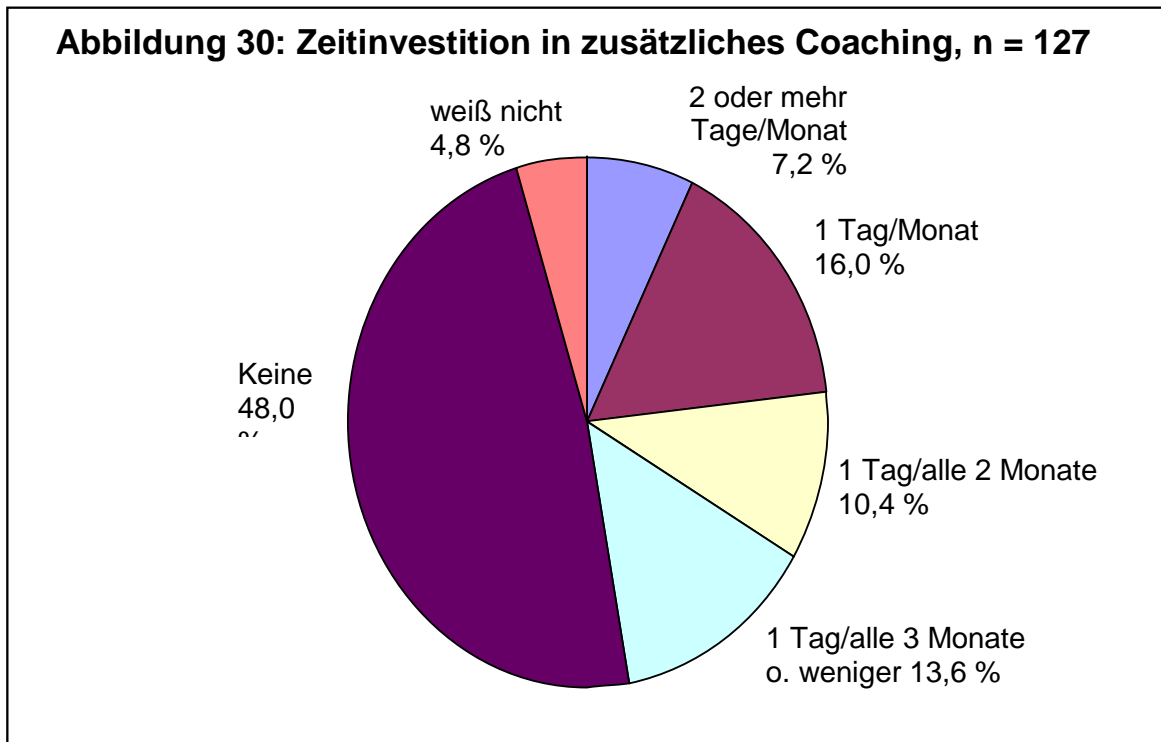
Von Seminaren zu unterscheiden ist individualisiertes Coaching für Existenzgründer, das eine höhere Zustimmung erhält als erstere. Mehr Coaching als sehr hilfreich befinden 33,1 %, insgesamt 46,5 % der Befragten würden sich mehr wünschen, und 51,2 % finden mehr Coaching nicht als hilfreich.

Abbildung 29: Mehr Coaching



Diese höhere Akzeptanz wird durch den Zeitaufwand bestätigt, den die Gründer bereit wären, in zusätzliches Coaching zu investieren, er ist höher als der für Seminare.

Abbildung 30: Zeitinvestition in zusätzliches Coaching



Betrachtet man die Bereitschaft zur Zeitinvestition getrennt für die aktiven und nicht mehr aktiven Gründer, so ist auch hier die Bereitschaft der nicht mehr aktiven höher als die der aktiven, aber der Unterschied ist nicht mehr so stark ausgeprägt wie im Falle der Seminare. Nur noch gut die Hälfte (52 %) der aktiven Gründer würden keine Zeit für zusätzliches Coaching aufwenden, aber nicht unbedingt deshalb, weil sie es als nutzlos beurteilen, sondern oft einfach nur weil ihnen die Zeit dafür fehlen würde.

Tabelle 15: Kreuztabelle Bereitschaft zur Zeitinvestition in Coaching / Aktive und nicht mehr aktive Gründer

			Selbstständigkeit: Weiterhin?		Gesamt
			Ja	Nein	
Bereitschaft: Zeitinvestition in individuelles Coaching	2 oder mehr Tage/Monat	Anzahl	4	5	9
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	4,1%	18,5%	7,2%
	1 Tag/Monat	Anzahl	15	5	20
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	15,3%	18,5%	16,0%
	1 Tag/alle 2 Monate	Anzahl	11	2	13
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	11,2%	7,4%	10,4%
	1 Tag/alle 3 Monate o. weniger	Anzahl	14	3	17
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	14,3%	11,1%	13,6%
	keine	Anzahl	51	9	60
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	52,0%	33,3%	48,0%
	weiß nicht	Anzahl	3	3	6
		% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	3,1%	11,1%	4,8%
Gesamt	Anzahl	98	27	125	
	% von Selbstständigkeit: Weiterhin?	100,0%	100,0%	100,0%	

Cramer's V: 0,298, mittlerer Zusammenhang mit mittlerer näherungsweise Signifikanz von 0,049

Praxisbezug: *Traditionelle Standardangebote zur Qualifizierung von Existenzgründern sind nicht für alle Gründer hilfreich. Eine stärkere Differenzierung und Individualisierung des Angebots hin zu anderen Lernformen wie beispielsweise Coaching erscheinen sinnvoll.*

5.3. Neue Lernformen

Wir haben bei den Interviews die offene Frage gestellt, welche Anregungen uns die Befragten für die Praxis der Existenzgründungsunterstützung geben können. Dabei haben wir eine Reihe von Wünschen und Vorschlägen ermittelt, die zwar Einzelmeinungen sind, die aber u.E. Anregungen enthalten, die es wert sind, in das Angebot der Weiterbildung aufgenommen zu werden:

- **Seminare vor der Gründung**

Immer wieder wird hervorgehoben, dass Seminarangebote VOR der Gründung helfen können, zur Gründung zu motivieren, Ängste zu nehmen, Fehler zu vermeiden und insbesondere eine zeitliche Entzerrung der arbeitsintensiven Gründungsphase zu erleichtern, in der Seminarbesuche eine zusätzliche Kraftanstrengung bedeuten.

- **Seminare nach der Gründung**

Eine inhaltliche und zeitliche Begrenzung der Seminarangebote auf die eigentliche Gründungsphase greift zu kurz, weil häufig erst während der Geschäftstätigkeit Probleme auftauchen oder wahrgenommen werden, für die Lösungen gesucht werden müssen, weil Wissensdefizite erst später erkannt werden und dies Qualifizierungsbedarf auslöst. Außerdem gilt auch hier das Zeitargument, dass die eigentliche Gründungsphase oft wenig Freiräume für einen Seminarbesuch lässt.

- **Betreuung über einen längeren Zeitraum**

Nicht wenige Gründer empfinden sich als Einzelkämpfer, ihnen fehlt eine Anlaufstelle für Sorgen, Fragen, Überdenken und Planen von Modifikationen ihrer Geschäftstätigkeit und einfach jemand, der ihnen zuhört und Feedback zu ihren Überlegungen und Entscheidungen gibt. Dies gilt vermutlich umso mehr für Gründer, bei denen das familiäre Umfeld wenig Unterstützung leistet.

- **Spezifischere Inhalte**

Das Seminarangebot für Existenzgründer ist in der Regel so zugeschnitten, dass möglichst viele Gründer in einer räumlich begrenzten Region damit erreicht werden. Damit ist es zugleich wenig spezifisch, bewegt sich in allgemein nützlichen Themen wie Buchhaltung, Steuern, EDV und Kommunikationstechniken. Spezifische Inhalte, ausgelegt auf bestimmte Branchen und Fragestellungen, kommen zu kurz. Dieses Manko müsste durch trägerübergreifende und überregionale Angebote ausgeglichen werden.

- **Erfahrungsaustausch**

Ein Erfahrungsaustausch macht für Gründer nur unter Homologen (Gleichartigen) Sinn. Da bei räumlicher Nähe Konkurrenzbedürfnissen einen offenen Dialog beschränken können, werden überregionale Angebote gewünscht, wie sie bei bestimmten Branchen bereits in Form von Internet-Plattformen existieren. Ein gutes Beispiel dafür ist das Trockenbau-Forum im Internet, das Leistungserbringer, Kunden, Architekten, Studenten und Hersteller gleichermaßen nutzen.

- **Mentoring**

Erfolgreiche Gründer und insbesondere solche kurz vor dem oder bereits im Ruhestand könnten als Mentoren gewonnen werden, um Neulinge beim Aufbau zu unterstützen. Diese Unterstützungsform wird beispielsweise von der bga – bundesweite gründerinnenagentur, allerdings nur für Frauen, seit Jahren erfolgreich angeboten.

- **Praktikum**

Theoretische Vorbereitung auf eine Selbstständigkeit könnte ergänzt werden um die praktische Erfahrung bei einem bereits etablierten Unternehmen. Träger müssten bei der Gewinnung solcher Praktikumsplätze überregional zusammenarbeiten, um Konkurrenzbedürfnisse begegnen zu können.

- **Low-Budget-Marketing**

Einführungsseminare ins Marketing können nur ein erster Schritt sein. Was Gründer brauchen, ist eine gezielte Unterstützung beim Aufbau einer angemessenen Marketing-Strategie. Dabei sind die Angebote professioneller Marketing-Beratung für sie häufig zu teuer, zu groß dimensioniert, und die Branche ist auf den Kleinkunden nicht eingestellt. Es könnte daher eher in den Händen gemeinnütziger Träger liegen, solche Strategieberatungen für niederschwellige Gründungen aufzubauen.

- **Lerncoach**

Lernmaterialien in Buchform, als Broschüren und im Internet gibt es für Existenzgründer zahlreich, aber es dürfte dem Neuling schwer fallen, all die Angebote zu sichten und hinsichtlich ihrer Qualität und Eignung zu beurteilen, um dann die richtigen auszuwählen. Eine Unterstützung solcher Formen selbstgesteuerten Lernens ist erforderlich, der Lerncoach sollte Material auswählen und vorschlagen, Lernstrategien empfehlen, bei der Definition von Lernzielen beraten und Lernfortschritte beurteilen helfen. Eine solche Unterstützung könnte auch über das Internet erfolgen, um Zeit und Fahrtkosten zu minimieren.

- **Blended Learning**

In den letzten Jahren sind im Internet einige Lernplattformen entstanden, die Existenzgründern das erforderliche Wissen vermitteln. Alle Erfahrung mit solchen selbstständigen Lernformen im Internet zeigt jedoch, dass dabei die Abbrecherquoten sehr hoch sind. Bessere Lernerfolge werden erzielt, wenn das Lernarrangement in eine Mischform des Wechsels aus Präsenzphasen, einer Betreuung durch einen Teletutor und selbstständiges Lernen eingebettet ist (Blended Learning).

6. Die Zukunft der Gründungsberatung

Die meisten Zukunftsforscher prophezeien eine Fortsetzung des derzeitigen Trends der Abnahme der Bedeutung sozialversicherungspflichtiger Angestelltentätigkeiten. Gleichzeitig ist mit einer Zunahme von bisher als „atypisch“ charakterisierten Beschäftigungsformen zu rechnen wie beispielsweise der Zeitarbeit und der Selbstständigkeit. Die Unternehmen der Zukunft werden zunehmend ihre Produktion in Billiglohnländer verlagern und mit weniger Angestellten als bislang das Kerngeschäft organisieren. Die „Fluidisierung“ der Arbeitsorganisation, ihre Flexibilisierung und Individualisierung gehen einher mit einem stets schwankenden Bedarf an Arbeitskräften, mit Outsourcing von zeitlich begrenzten projektförmigen Leistungspaketen, mit der Entstehung von Teams, die ad hoc für eine konkrete Aufgabe zusammengestellt werden und sich nach deren Bearbeitung wieder auflösen. Rasche Veränderungen in den internen Prozessen und ein hohes Innovationstempo werden aus den Mitarbeitern Job-Nomaden machen.

Die Stammebelegschaft eines Unternehmens schrumpft damit erheblich, aber sie muss sich zunehmend auf externe Arbeitskräfte stützen, die ihr Expertenwissen in jeweils neu definierte Aufgaben einbringen. Darin liegt der Grund für die Zunahme so genannter „neuer Selbstständiger“, die als Professionals in immer wieder wechselnden Beschäftigungen tätig werden. Dabei spielt es keine Rolle mehr, ob sie nur kurzfristig in einem Unternehmen tätig sind oder eventuell sogar über einen längeren Zeitraum als „feste Freie“ engagiert werden. In Abwandlung des Begriffs des „freelancers“ hat sich für diese längerfristig selbstständige Erwerbsform der Begriff „permalancer“ durchgesetzt.

Gleichzeitig verkompliziert sich das Privatleben durch Mobilität, durch die Anforderungen an lebenslanges Lernen, durch eine Technisierung und Elektronisierung von Gebrauchsgegenständen und durch Zeitmangel. Dadurch entsteht der Bedarf an neuen Dienstleistungen im haushalts- und konsumnahen Bereich.

Das im industriellen Zeitalter geprägte Bild einer Erwerbsbiographie, die mit einer beruflichen Erstausbildung startet und deren Kenntnisse dann ein Arbeitsleben lang im Beruf verwertet werden und gegebenenfalls durch Zusatzqualifikationen ergänzt werden, gerät zunehmend ins Wanken. Lebenslanges Lernen ist gefordert, und der Einzelne ist damit schnell überfordert. Gerade Menschen, die aufgrund hoher Arbeitsbelastung nicht in der Lage sind, sich selbstständig um die Anpassung ihrer Qualifikationen zu kümmern, benötigen den Lerncoach, der ihnen Anregungen für ihre Entwicklung bereitstellt und ihren Lernweg unterstützt.

Der Gründungsberatung und der Qualifizierung von Selbstständigen fällt damit eine wachsende Zielgruppe zu, auf die sie noch nicht in vollem Umfang vorbereitet ist. Ihre Dienstleistung beschränkt sich derzeit auf einen zeitlich und inhaltlich begrenzten Aktionsradius. Sie werden aktiv, wenn eine Gründung bevorsteht und unterstützen während der ersten Umsetzungsphase. Ihre Angebote orientieren sich an schulförmigen Grundsätzen, hauptsächlich in der Form von Seminarangeboten.

Gründungsberatung und –qualifizierung folgen bislang der Logik der Genialität von Gründungswilligen. Sie gehen davon aus, dass sich Gründer mit guten Ideen bei ihnen melden, dass kreative Köpfe quasi naturwüchsig innovative Gründungsideen entwickeln, die dann von den Beratern hinsichtlich ihrer Tragfähigkeit beurteilt werden und bei deren Umsetzung punktuelle Qualifizierungsangebote Unterstützung bieten sollen. Ein solches Vorgehen wird u.E. der zunehmenden Komplexität des Wandels der Arbeitswelt nicht gerecht. Insbesondere Arbeitslose mit geringen formalen Qualifikationen und geringeren Informationsmöglichkeiten verfügen nicht in ausreichendem Maß über die Kompetenz, neue Niscentätigkeiten zu entdecken.

Gründungsberatung könnte selbst zum Ideenlabor für innovative Geschäftsideen und damit zu einem wirtschaftlichen Innovationsmotor werden. Der Blick in andere Regionen, über Landes- und Staatsgrenzen hinweg liefert eine Vielfalt von Beispielen tragfähiger Innovationen, die Gründungswilligen bereits im Vorfeld ihrer Gründung vorgestellt werden sollten. Gründungsberatung muss die Rolle des bloß passiven Beurteilers

von Gründungsvorhaben verlassen hin zu einer aktiven Unterstützung auch der Phase der Ideenfindung, weil der Einzelne in einer immer komplexeren Gesellschaft nicht mehr alle Informationen beschaffen kann, die für eine Gründungsentscheidung erforderlich sind.

Gründungsberatung geht immer noch von einem starren Geschäftsmodell aus und betrachtet zu wenig die Gründung als einen Entwicklungsprozess sowohl des Gründers als auch seiner Geschäftstätigkeit. Diese Sichtweise wird der modernen Marktdynamik nicht gerecht. Vielmehr muss es darum gehen, Gründer längerfristig zu begleiten und ihre strategischen Entscheidungen immer wieder gemeinsam mit ihnen zu reflektieren. Kaum ein Gründer macht genau das, was in seinem Businessplan steht. So beklagten sich viele Gründer in unserer Befragung auch über das „Einzelkämpfertum“, zu dem sie verurteilt seien. Nicht nur die industrielle Arbeitswelt wandelt sich stetig, sondern auch niederschwellige Dienstleistungen und handwerkliche Tätigkeiten erfordern einen steten Lernprozess, um neue Erkenntnisse umzusetzen. Das setzt lebenslanges Lernen voraus.

Hier müsste eine Gründerunterstützung ansetzen, indem sie nicht nur in der unmittelbaren Startphase, sondern über einen längeren Zeitraum hinweg angemessene Unterstützungsformen wie Beratung, Coaching, Mentoring, Lernbegleitung und Erfahrungsaustausch bietet und lebenslanges Lernen unterstützt.

Literatur

- Andreß, H.-J. (1995): Fünf Jahre danach. Zur Entwicklung von Arbeitsmarkt und Sozialstruktur im vereinten Deutschland. De Gruyter. Berlin/New York.
- Audretsch, D.B. und M. Fritsch (1995): The Geographic and Industry Components of New Firm Startups in Germany. Diskussionspapiere des Wissenschaftszentrums Berlin. FS IV 95-16. Berlin.
- Aulinger, A. (2005): Entrepreneurship und soziales Kapital. Netzwerke als Erfolgsfaktor wissensintensiver Dienstleistungsunternehmen. Metropolis Verlag. Marburg.
- Backhaus, K., B. Erichson, W. Plinke und R. Weiber (2006): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 11. überarbeitete Auflage. Springer. Berlin, Heidelberg.
- Becker, G.S. (1964): Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Columbia University Press. New York, London.
- Bleiber, R. (2006): Existenzgründung. Geschäftsidee – Finanzierung – Verträge auf CD. 4., aktualisierte Auflage. Rudolf Haufe Verlag. Freiburg i. Br.
- Bögenhold, D. (1985): Die Selbständigen: zur Soziologie dezentraler Produktion. Campus Verlag. Frankfurt am Main.
- Bögenhold, D. (1987): Der Gründerboom. Realität und Mythos der neuen Selbständigen. Campus Verlag. Frankfurt am Main.
- Bögenhold, D. und U. Staber (1990): Selbstständigkeit als ein Reflex auf Arbeitslosigkeit? Makrosoziologische Befunde einer international-komparativen Studie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Jg. 42, Heft 2, S. 265-279.
- Bögenhold, D. und D. Schmidt (1999): Eine neue Gründerzeit? Die Wiederentdeckung kleiner Unternehmen in Theorie und Praxis. Gründungsforschung. Band 1.G+B Verlag Fakultas. Amsterdam.

- Bourdieu, P. (1983): Ökonomisches Kapital - Kulturelles Kapital - Soziales Kapital. In: ders. (1993): Die verborgenen Mechanismen der Macht, S.49-80. VSA. Hamburg.
- Braun, G. (1999): Auf der Suche nach einer Kultur der Selbstständigkeit. In: Braun, G. und Chr. Diensberg (1999): Unternehmertum: Eine Herausforderung für die Zukunft. Universität Rostock. Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät. Rostock.
- Brüderl, J., P. Preisendörfer und R. Ziegler (1998): Der Erfolg neugegründeter Betriebe: eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen. 2. Auflage. Duncker und Humblot. Berlin.
- Bundesagentur für Arbeit (2007): Bericht über das vierte Quartal und das Geschäftsjahr 2006.
- Douglas, E.J. (1999): Entrepreneurship As a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. In: Reynolds, P.D. et al. (1999): Frontiers of Entrepreneurship Research. www.babson.edu/entrep/fer/.
- Faltin, G., S. Ripsas und J. Zimmer (1998): Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmen werden. Verlag C.H. Beck. München.
- Faltin, G. (1998): Das Netz weiter werfen – Für eine neue Kultur unternehmerischen Handelns. In: Faltin, G., S. Ripsas und J. Zimmer (1998): Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmen werden. S. 3-20. Verlag C.H. Beck. München.
- Fraunhofer-Institut für System und Innovationsforschung (2006): Exist - Existenzgründung aus Hochschulen. Bericht der wissenschaftlichen Begleitung zum Förderzeitraum 1998-2005 (Kurzfassung). Forschungsbericht Nr. 555. Bundeswirtschaftsministerium für Wirtschaft und Technologie. Berlin.
- Frick, S. (1999): Kultur der Selbstständigkeit als Herausforderung für die Entrepreneurship-Forschung? Zur theoretischen Fundierung eines aktuellen Begriffs der Wirtschaftspolitik. In: Rosenstiel, L. von und T. Lang-von-Wins (1999): Existenzgründung und Unternehmertum. Themen, Trends, Perspektiven. S. 72-108. Schäffer-Poeschel Verlag. Stuttgart.

- Fritsch, M. und R. Grotz (2004): Empirische Analysen zum Gründungsgeschehen in Deutschland. Physica Verlag. Heidelberg.
- Gemeinnützige Gesellschaft für Gründungsberatung (2001): Der Schritt in die Selbstständigkeit. BfE-Gründer/innen-Studie. Ergebnisse der Klientenbefragung 1999. BfE (Büro für Existenzgründung). München.
- Göbel, P. (1998): Persönlichkeit, Strategien und Erfolg. In: Frese, M. (1998): Erfolgreiche Unternehmensgründung: Psychologische Analysen und praktische Anleitungen für Unternehmer in Ost- und Westdeutschland. Hogrefe-Verlag. Göttingen.
- Hinz, T. (1998): Betriebsgründungen in Ostdeutschland. Rainer Bohn Verlag. Berlin.
- Klandt, H. (1984): Aktivität und Erfolg des Unternehmungsgründers. Eine empirische Analyse unter Einbeziehung des mikrosozialen Umfeldes. Erste Auflage. Josef Eul. Bergisch Gladbach.
- Klandt, H. und G. Münch (1990): Gründungsforschung im deutschsprachigen Raum – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. In: Szyperski, N. und P. Roth (1980): Entrepreneurship – Innovative Unternehmensgründungen als Aufgabe. Poeschel Verlag. Stuttgart.
- Lagemann, B. und F. Welter (1999): Eine „neue Kultur“ der Selbständigkeit? - Zur Diskussion einer wirtschaftspolitischen Idee. In: Bögenhold, D. (1999): Unternehmensgründung und Dezentralität. Renaissance der beruflichen Selbständigkeit in Europa? Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.
- Lück, W./Böhmer, A. (1994): Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin in den USA. In: Zeitschrift für betriebswissenschaftliche Forschung, 5/1994/.
- Lück, W. (1996): Unternehmensgründung – Existenzgründung. Erfahrungen und Anregungen aus der Diskussion zum Thema Entrepreneurship in den USA und in Deutschland - Diskussionsbeiträge für eine Gründeroffensive? Band 3 der Schriftenreihe des Universitäts-Forums für Rechnungslegung, Steuern und Prüfung. TUM. Karlsruhe.

- Moore, D. P. und E.H. Buttner (1997): Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling. Sage Publications. London.
- Opoczynski, M. (2005): WISO Existenzgründung. Business Plan, Finanzierung und Rechtsform, Steuern und Adressen. Redline Wirtschaft. Frankfurt.
- Pruscha, H. (2006): Statistisches Methodenbuch. Springer. Berlin/Heidelberg.
- Schmude, J. (1993): Geförderte Unternehmensgründungen in Baden-Württemberg: eine Analyse der regionalen Unterschiede des Existenzgründungsgeschehens am Beispiel des Eigenkapitalhilfe-Programms (1979-1989). Franz Steiner Verlag. Wiesbaden.
- Schmude, J. (1994): Neue Unternehmen. Interdisziplinäre Beiträge zur Gründungsfor- schung. Physica-Verlag. Heidelberg.
- Schmude, J. (1998): Neue Unternehmen in Ostdeutschland. Neuaufbau und Umstrukturi- erung der Unternehmenslandschaft. Physica-Verlag. Heidelberg.
- Schumpeter, J.A. (1950): Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie (amerik. orig. 1942). Leo Lehnen Verlag. München.
- Schumpeter, J.A. (1952): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung (orig. 1911). 5. Auf- lage. Duncker & Humblot. Berlin.
- Seidel, M. (2002): Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit. Erfolgsfaktoren und ihre prozesshafte Entstehung und Veränderung. Deutscher Universitäts-Verlag. Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (2006): Statistisches Jahrbuch 2006. Statistisches Bundesamt. Wiesbaden.
- Sternberg, R., U. Brixy und J-F. Schlapfner (2006): Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Länderbericht 2005. Global Entrepreneurship Research Associati- on. Hannover/ Nürnberg.
- Sternberg, R., U. Brixy und C. Hundt (2007): Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Länderbericht Deutschland 2006. Global Entrepreneurship Research Asso- ciation. Hannover/ Nürnberg.



Swedberg, R. (2000): Entrepreneurship. The Social Science View. Oxford University Press. Oxford, New York.

Szyperski, N. und P. Roth (1990): Entrepreneurship – Innovative Unternehmensgründung als Aufgabe. Poeschel Verlag. Stuttgart.