

# Gründungs-Report

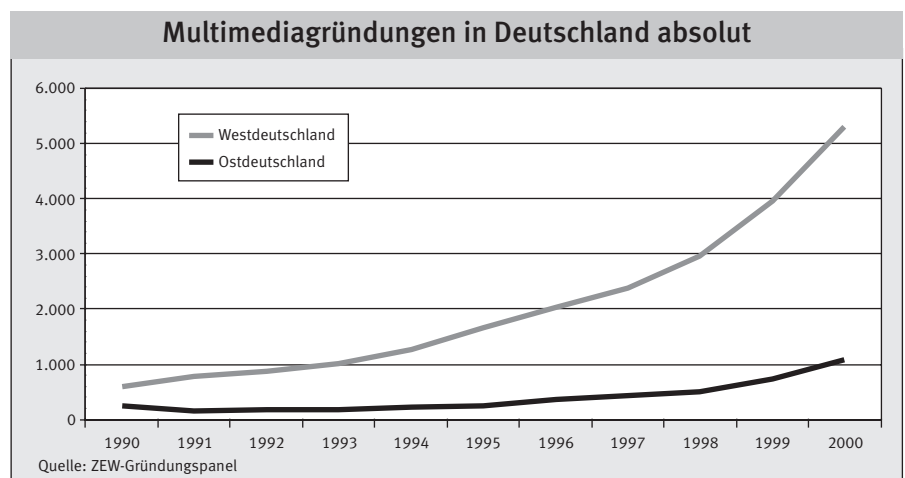
1|2002

**ZEW** Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung, Mannheim

## Immer mehr neue Multimedia- unternehmen in Deutschland

Die Zahl neuer Multimediaunternehmen hat in Deutschland seit 1990 stetig zugenommen. Im Jahr 2000 waren schon 2,5 Prozent aller neuen Unternehmen Anbieter von Produkten oder Dienstleistungen des Multimediasektors. Ein Ende des Gründungsbooms in dieser Branche ist nicht abzusehen.

■ Für den Bereich Multimedia muss nach wie vor von einem regelrechten Gründungsboom gesprochen werden, insbesondere im Vergleich zur Entwicklung der Gründungszahlen in allen Branchen und auch im Vergleich zur Entwicklung im gesamten Sektor der Informations- und Kommunikationstechnologien. Die Zahl der deutschlandweiten Multimediagründungen ist von 1990 (mit knapp 900 Gründungen) bis 2000 (mit rund 6.500) nahezu exponentiell gestiegen. Ein Ende dieser Entwicklung ist – zumindest bis zum Jahr 2000 – nicht abzusehen. Die Zahl neu gegründeter Unternehmen im Multimediasektor ist über die gesamten Neunzigerjahre sowohl in West- als auch in Ostdeutschland stark gestiegen, wobei die Zuwachsraten in den ostdeutschen Bundesländern die Zuwächse im Westen seit 1995 leicht übertreffen. Insbesondere in den Jahren 1999 und 2000 wuchs die Zahl der Multimediagründungen in Ostdeutschland um fast 50 Prozent. Die entsprechen-



de Zuwachsrate in Westdeutschland war mit knapp 35 Prozent ebenfalls bemerkenswert, aber doch deutlich kleiner.

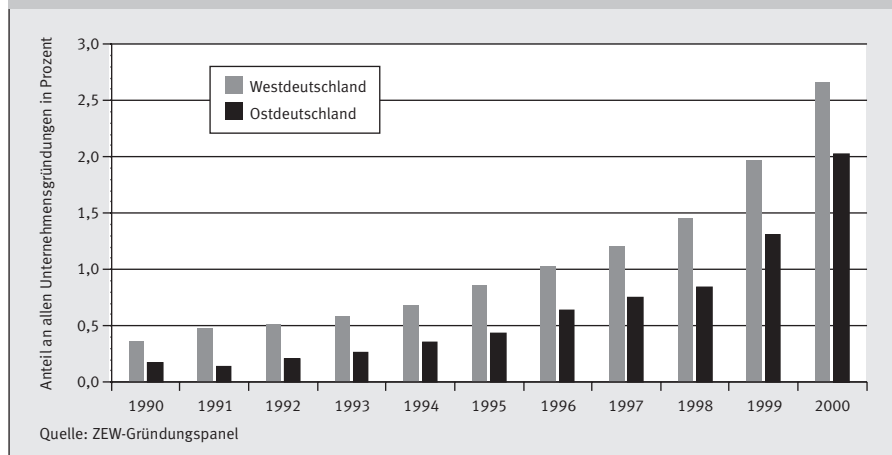
### Niveau der Gründungszahlen in Ostdeutschland niedriger

Das überdurchschnittliche Wachstum der Gründungszahlen von Multimediaunternehmen in Ostdeutschland spielt sich allerdings noch auf einem niedrigeren Niveau ab als in Westdeutschland. Die Gründungsintensität (Multimediagründungen pro 100.000 Erwerbsfähige) liegt in Westdeutschland seit 1991 über der in Ostdeutschland. So stieg sie in Westdeutschland von 1,8 im Jahr 1991 auf 12,7 im Jahr 2000 an. In den ostdeutschen Ländern erhöhte sich die Gründungsintensität von 1991 bis 2000 von 1,3 auf 9,3.

### Die relative Bedeutung von Multimedia nimmt zu

Der Anteil der Multimediagründungen an allen Gründungen lag im Jahr 2000 in Deutschland insgesamt bei etwa 2,5 Prozent. Im Verlauf der Neunzigerjahre ist dieser Anteil kontinuierlich gewachsen. Dabei ist das Gewicht des Multimediabereichs am gesamten Gründungsgeschehen in Ostdeutschland nach wie vor kleiner als in Westdeutschland. Die Relationen haben sich allerdings erheblich verschoben. Betrug im Jahr 1991 der Multimediaanteil an allen Gründungen im Osten nur knapp 30 Prozent des Wertes für Westdeutschland, ist er bis zum Jahr 2000 kontinuierlich auf etwas über 75 Prozent gewachsen. Zumindest für die relative Bedeutung der Multimediaunternehmen im gesamten Grün-

### Sektoranteile von Multimediagründungen



dingungsgeschehen ist tendenziell ein Konvergenzprozess zwischen Ost und West zu konstatieren.

### Querschnittsbranche mit Vernetzungsvorteilen

Etwa 60 Prozent der Multimediagründungen sind der Branche der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) zuzurechnen. Hierbei liegen die Schwerpunkte in der Softwareerstellung sowie im Handel und in der Vermietung. Außerhalb der IKT-Branche liegen die Schwerpunkte in den Branchen der technischen Dienstleister und der nicht-technischen Beratungsunternehmen. Die Tatsache, dass sich die dem Multimedialektor zuzurechnenden Unternehmen relativ breit über die Branchenpalette verteilen, betont die Besonderheit dieses Sektors.

Für den Multimedialektor stellt die Vernetzung der Unternehmen untereinander und mit den Haushalten einen wesentlichen Vertriebskanal für seine Produkte und Dienstleistungen dar. Die Anbindung der deutschen Unternehmen an das Internet ist in allen Branchen weit vorangeschritten. Bis auf den Einzelhandel sind in allen Branchen mehr als 80 Prozent der Unternehmen am Netz.

Die Zahl der PC pro Beschäftigten ist in den meisten Branchen ebenfalls hoch. Das belegt, dass durch den strukturellen Wandel zur Informationswirtschaft die Durchdringung der Branchen mit Informationstechnik inzwischen weit fortgeschritten ist. Bis zum Jahr 2000 waren in Deutschland auch steigende Investitionsausgaben für Informati-

onstechnik und Telekommunikation zu verzeichnen, die im internationalen Vergleich zwar immer noch verhalten waren, aber doch belegen, dass die Unternehmen in diesem Bereich auf weiteren Ausbau setzen.

Weniger fortgeschritten, aber im Zeitablauf deutlich steigend, ist die Anbindung der Haushalte ans Internet. Die Zahl der Internet-Nutzer pro 100 Einwohner ist von 8 im Jahr 1997 auf immerhin 28 im Jahr 2000 gestiegen. Aus dieser fortschreitenden Vernetzung speisen sich die zunehmenden Marktöglichkeiten und -chancen der Unternehmen. Der Kundenkreis, den Multimediaanbieter potenziell erreichen, nimmt deshalb stark zu. Folgerichtig kommt es auch zu einer Verschiebung innerhalb der Multimediagründungen hin zu eher netz-

werkgestützten Unternehmen. Netzwerkeffekte dürften bei weitergehender Diffusion der Informationstechnik – insbesondere, wenn diese die privaten Haushalte verstärkt einbezieht – die Geschäftserwartungen in diesem Sektor weiter beflügeln.

### Zu hohe Erwartungen

Die Hoffnungen und Erwartungen, die an multimediale Produkte, Dienste und Technologien geknüpft werden, sind durchaus hoch. So werden von den Multimediaunternehmen neben zahlreichen Produktinnovationen (neue Dienstleistungsprodukte für Konsumenten und Unternehmen) auch in erheblichem Ausmaß Produkte und Dienste erwartet, die Prozessinnovationen (neue Arbeitsformen wie Telearbeit oder Telekooperation) in anderen Unternehmen ermöglichen. Gerade die Innovationen dieser Branche sollen zum einen neue Märkte öffnen und zum anderen die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen deutlich verbessern. Multimedia wird als ein Segment der Informationswirtschaft gesehen, dem besonderes Wachstumspotenzial zugeschrieben wird. Ob die tatsächliche Entwicklung die Erwartungen erfüllt, ist gegenwärtig noch fraglich. Die positive Entwicklung des Gründungsgeschehens gibt aber einige Hinweise darauf, dass dem Markt für Multimedialeprodukte und -dienstleistungen ein genügend hohes Wachstum zugetraut wird.

Jürgen Egel, [egeln@zew.de](mailto:egeln@zew.de)

### Multimediaunternehmen in den ZEW-Gründungspanels

Als Unternehmensgründung in den ZEW-Gründungspanels wird jeder erstmaliger Aufbau eines Unternehmens bezeichnet (originäre Unternehmensgründung). Es werden alle Unternehmensgründungen berücksichtigt, die ihren wirtschaftlichen Schwerpunkt nicht in der Land- und Forstwirtschaft oder im öffentlichen Sektor haben und die keine Beteiligungsgesellschaften sind. Die Unternehmensdatensätze der ZEW-Gründungspanels enthalten Textfelder, in denen die Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen beschrieben werden. Zur Identifizierung von Multimediaunternehmen werden diese Textfelder mit Hilfe einer eigens entwickelten Software nach festgelegten

Suchkategorien durchsucht. Der Analyse liegt eine Begriffsabgrenzung zugrunde, die sehr pragmatisch unter Multimediaunternehmen solche versteht, deren hauptsächliche Tätigkeiten, Produkte oder Dienstleistungen multimedialen Charakter haben. Das heißt, es werden mehrere Medien gleichzeitig verwendet und es besteht zusätzlich noch die Möglichkeit einer interaktiven Manipulation durch die Nutzer oder Anwender. Auf der Basis dieser Definition werden für die Analyse der Textfelder Suchwörter, Suchbegriffe und komplexe Kombinationen von Suchbegriffen festgelegt, die eine inhaltliche Beschreibung von multimedialen Dienstleistungen oder Produkten zulassen.

# Ländliche Regionen profitieren von Existenzgründungsförderung

■ Die Förderung von Existenz- und Unternehmensgründungen ist ein erklärtes Ziel der Wirtschaftspolitik des Bundes und der Länder. Ob sich die westdeutschen Kreise in der Inanspruchnahme der öffentlichen Existenzgründungsförderung unterscheiden, untersucht eine aktuelle Studie des ZEW im Auftrag des Wirtschaftsministeriums Baden-Württembergs. Die Analysen belegen eindeutig, dass verdichtete Kreise eine deutlich geringere Förderintensität (Anzahl der Darlehenszusagen bzw. bewilligtes Darlehensvolumen bezogen auf die Zahl der Unternehmensgründungen) aufweisen als ländlich geprägte Kreise (siehe Abbildung). Das für alle Förderfälle gefundene Stadt-Land-Muster gilt auch bei Betrachtung einzelner Wirtschaftssektoren. Dabei sind die Unterschiede am deutlichsten im verarbei-

ländig geprägte Kreise weisen eine höhere Förderintensität auf als verdichtete Kreise. Diese Beobachtung ist zurückzuführen auf die vergleichsweise hohe Präsenz der Sparkassen und Genossenschaftsbanken auf dem Land und der relativ höheren Zahl neu gegründeter Dienstleistungsunternehmen in den Städten.

tenden Gewerbe und weniger deutlich im Handel ausgeprägt.

## Existenzgründungsförderung in Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg sind die Landesbank Baden-Württemberg (L-Bank) und die Deutsche Ausgleichsbank (DtA) die wesentlichen Akteure bei der Vergabe längerfristiger zinsgünstiger (zu einem Zinssatz unter dem Marktzins) Darlehen an Existenzgründer. Beide Institutionen vergeben Fördermittel an Existenzgründer auf der Grundlage von Anträgen der Unternehmen, die von den jeweiligen Hausbanken unterstützt und weitergeleitet werden (Hausbankprinzip). Die Fördermittelgeber orientieren sich bei ihrer Entscheidung ausschließlich an den jeweiligen Fördervoraussetzungen, die keine regional wirksamen Beschränkungen enthalten. Im Zeitraum vom Januar 1996 bis Dezember 1999 wurden insgesamt ca. 45.500 Darlehenszusagen mit einem Volumen von 2,7 Milliarden Euro an Existenzgründer und junge Unternehmen in Baden-Württemberg vergeben. Die L-Bank erteilte dabei 25 Prozent der Darlehenszusagen und bewilligte 19 Prozent des Darlehensvolumens. Angaben der DtA zu Folge belief sich ihr Marktanteil, gemessen am Darlehensvolumen, im Jahr 1997 deutschlandweit auf 89 Prozent. Die übrigen 11 Prozent

entfallen auf die Förderung durch Landesprogramme. Das Land Baden-Württemberg ist damit überdurchschnittlich in der Förderung der Existenzgründung engagiert.

## Einflussfaktoren der regionalen Verteilung

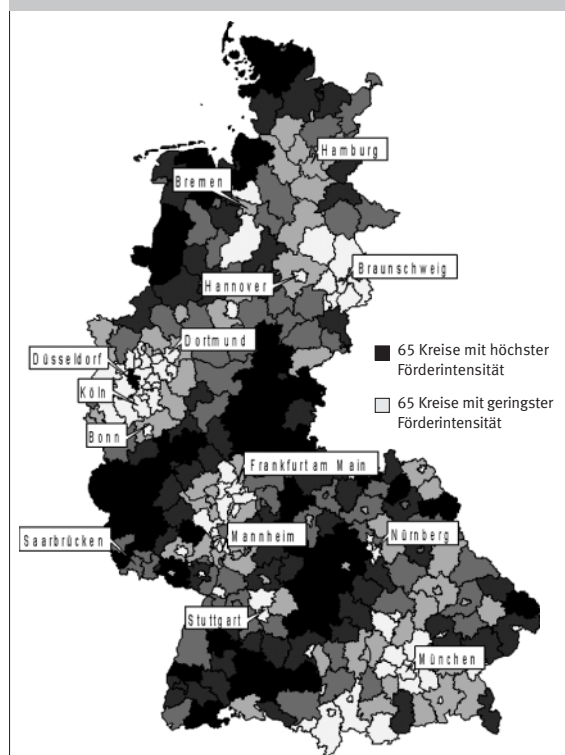
Ein weiteres Ziel der Studie war, Determinanten zur Erklärung der beobachteten regionalen Unterschiede der Förderintensitäten zu identifizieren. Als räumliche Untersuchungseinheiten wurden dazu die Stadt- und Landkreise Westdeutschlands (ohne Berlin) verwendet, für die flächendeckend Angaben zur DtA-Existenzgründungsförderung im Jahr 1999 zur Verfügung stehen.

Ergebnis ist, dass Kreise mit einer hohen Filialdichte von Sparkassen und Genossenschaftsbanken beziehungsweise einem hohen Anteil derselben als Hausbank von jungen Unternehmen eine höhere Förderintensität aufweisen. Sparkassen und Genossenschaftsbanken sind vor allem in ländlich geprägten Kreisen präsent. Demnach profitieren diese Kreise stärker als verdichtete Kreise von der wichtigen Rolle, die beide Finanzinstitute als Intermediäre zur Finanzierung von Existenzgründungen in Deutschland leisten.

Die geringere Förderintensität in den verdichteten Kreisen kann auch mit der Branchenstruktur der Gründungen erklärt werden. So ist in Städten ein hoher Anteil neuer Dienstleistungsunternehmen zu beobachten. Aufgrund ihres vergleichsweise geringen Kapitalbedarfs fragen Dienstleister weniger Fördermittel nach.

*Jürgen Egelin und Dirk Engel: Identifizierung regionaler Unterschiede in der Inanspruchnahme der Existenzgründungsförderung in Baden-Württemberg.*

Förderintensität in Westdeutschland



Anzahl der Darlehenszusagen im Rahmen der DtA-Existenzgründungsförderung dividiert durch die Anzahl der Unternehmensgründungen im Jahr 1999.  
Quelle: DtA-Förderdaten, ZEW-Gründungspanel West

## Hightech-Gründungen in Deutschland legen zu

■ Im Gegensatz zum rückläufigen Gründungsaufkommen insgesamt nahm die Zahl der Unternehmensgründungen in Hightech-Branchen im Jahr 2000 zu. Als Folge erhöht sich der Anteil der Hightech-Gründungen an allen Gründungen im Jahr 2000 gegenüber dem Vorjahr um einen Prozentpunkt auf 16 Prozent. Gründungen in Hightech-Branchen verteilen sich mehrheitlich auf technologieorientierte Dienstleistungen (Fernmeldedienste, Datenverarbeitung, Forschung und Entwicklung, Architektur und Ingenieurbüros) und nicht-technische Beratungsdienstleistungen (Werbung, Rechts-, Steuer-, Unternehmensberatung und Wirtschaftsprüfung).

Insbesondere die Zahl der Gründungen bei Telekommunikations- und EDV-Dienstleistern ist noch einmal deutlich gestiegen. Infolgedessen erhöht sich der Anteil der Branche technologieorientierter Dienst-

leister an allen Gründungen auf 8 Prozent. Zwei Jahre zuvor waren es nur 6,3 Prozent. Die gedämpften Erwartungen bezüglich des Wachstumspotenzials neuer Geschäftsfelder und die konjunkturelle Abkühlung im Jahr 2001 sind, verglichen mit anderen Gründungsjahrgängen, jedoch keine günstigen Ausgangsbedingungen für die neu gegründeten EDV-Dienstleister. Viele von ihnen haben es nun merklich schwerer, Kapitalgeber zur Finanzierung ihrer Geschäftsideen zu finden und Kundenbeziehungen aufzubauen.

Der Aufwärtstrend in der Branche der nicht-technischen Beratungsdienstleistungen setzte sich im Jahr 2000 unvermindert fort. Ihr Anteil kletterte im Jahr 2000 auf 6,8 Prozent an allen Gründungen gegenüber 6 Prozent zwei Jahre zuvor. In technologieintensiven Wirtschaftszweigen des verarbeitenden Gewerbes, d.h. in Wirtschafts-

zweigen mit einer FuE-Intensität (= FuE-Aufwendungen/Umsatz) größer 3,5 Prozent, sind im Vergleich zum Dienstleistungssektor zwar deutlich weniger Gründungen zu beobachten. Seit 1998 nimmt die Technologieorientierung im verarbeitenden Gewerbe jedoch zu. So hat sich der Anteil der Hightech-Gründungen an allen Gründungen im verarbeitenden Gewerbe innerhalb von zwei Jahren um gut einen Prozentpunkt auf 22,5 Prozent im Jahr 2000 erhöht.

Gemessen an der Gründungsintensität (Zahl der Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige) unterscheiden sich Ost- und Westdeutschland deutlich. In den ostdeutschen Ländern liegt die Gründungsintensität durchweg unter dem Bundesdurchschnitt. Insgesamt erreicht Ostdeutschland in den Hightech-Branchen nur 69 Prozent der Gründungsintensität in Westdeutschland.

### Standardauswertungen für externe Datennutzer

Seit seiner Gründung arbeitet das ZEW in Kooperation mit dem Verband der Vereine Creditreform, Neuss, am Aufbau mehrerer Paneldateien zu deutschen und österreichischen Unternehmen. Creditreform ist die größte deutsche Kreditauskunftei, die über eine umfassende Datenbank zu deutschen Unternehmen verfügt. Die Angaben zu neu gegründeten Unternehmen sowie zu bereits in den Paneldateien enthaltenen Unternehmen werden zweimal jährlich aktualisiert.

Erhebungseinheit ist das rechtlich selbstständige Unternehmen. Ein wichtiger Vorteil der Datenbasis ist, dass aufgrund der Geschäftsausrichtung von Creditreform praktisch nur wirtschaftsaktive Unternehmen erfasst werden. Weil die Daten jedoch zum Zwecke der Kreditauskunft erhoben werden, sind sie nicht un-

mittelbar einer wissenschaftlichen Auswertung zugänglich. Deswegen werden die vorliegenden Rohdaten verschiedenen Analysen und Hochrechnungsprozeduren unterzogen. Hierzu zählen Verfahren zur Identifizierung originärer Gründungen sowie die Bereinigung um Mehrfacherfassungen von Unternehmen. Des Weiteren kommen Hochrechnungsverfahren zur Abbildung des Gründungsgeschehens am aktuellen Rand, den beiden Jahren vor dem Zeitpunkt der letzten Datenlieferung, zur Anwendung. Dadurch wird der zeitliche Abstand zwischen dem Gründungsdatum und der Ersterfassung einer Unternehmensgründung durch die Vereine Creditreform berücksichtigt. Die so erhaltenen Indikatoren zum Gründungsgeschehen werden abschließend umfangreichen Plausibilitätsprüfungen unterzogen.

Indikatoren zum Gründungsgeschehen in Deutschland und Österreich stehen externen Datennutzern in Form von standardisierten Tabellen zur Verfügung. Ausgewiesen werden Gründungsintensitäten (absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Einwohner im Alter von 18 bis 65 Jahre [Erwerbsfähige]) für zwei verschiedene Branchenabgrenzungen. In der einen Auswertung wird die Abgrenzung technologieintensiver Wirtschaftszweige zu Grunde gelegt, in einer weiteren wird dagegen eine Auszählung der Gründungszahlen auf der Ebene der Wirtschaftszweigweinsteller oder geeigneter Aggregate vorgenommen. Die vorgegebene Sektorstruktur erlaubt den Vergleich mit anderen Datenquellen, z. B. der Gewerbeanzeigenstatistik. Das aktuelle Angebot von Standardauswertungen ist unter [www.zew.de](http://www.zew.de) verfügbar.

# ZEW

Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

**ZEW-GründungsReport** – erscheint halbjährlich

**Herausgeber:** Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim

L7,1 · D-68161 Mannheim · Postfach 103443 · D-68034 Mannheim · Tel. 0621/1235-01 · Fax 0621/1235-224 · Internet: [www.zew.de](http://www.zew.de)

**Präsident:** Prof. Dr. Wolfgang Franz

**Redaktion:** Forschungsbereich Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung

Dirk Engel, Telefon 0621/1235-182, Telefax 0621/1235-170, E-Mail [engel@zew.de](mailto:engel@zew.de)

Helmut Fryges, Telefon 0621/1235-189, Telefax 0621/1235-170, E-Mail [fryges@zew.de](mailto:fryges@zew.de)

**Nachdruck und sonstige Verbreitung:** mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars.