

Unternehmensgründungen in Deutschland

Weiterer Einbruch der Gründungstätigkeit

Die Gründungstätigkeit ging im Jahr 2012 gegenüber dem Vorjahr um zehn Prozent zurück. Dies ist der stärkste Rückgang seit der Wiedervereinigung und setzt einen seit Ende der 1990er Jahre anhaltenden Trend fort. Dies sind die Ergebnisse einer aktuellen Auswertung des Mannheimer Unternehmenspanels.

In Deutschland wurden im Jahr 2012 etwa 168.000 neue wirtschaftlich aktive Unternehmen gegründet. Gegenüber der Anzahl der Gründungen des Vorjahres entspricht dies einem Rückgang von zehn Prozent. Bezogen auf die Anzahl der Personen im erwerbsfähigen Alter (18-64 Jahre) heißt dies, dass pro 10.000 Personen nur noch 32 Unternehmen gegründet wurden. Im Jahr 2011 waren es noch 36 Unternehmen. Gegenüber dem Ende der 1990er Jahre wurden im Jahr 2012 18 Unternehmen pro 10.000 Personen im erwerbsfähigen Alter weniger gegründet.

Personen gründen aus verschiedenen Motiven heraus ein Unternehmen, etwa um eine konkrete Geschäftsidee umzusetzen, selbstbestimmt arbeiten zu können oder als einen Ausweg aus der (drohenden) Arbeitslosigkeit. Aufgrund der guten Lage auf dem Arbeitsmarkt hat der zuletzt genannte Grund in den vergangenen Jahren an Bedeutung verloren. Eine Auswertung des KfW/ZEW Gründungspanels zeigt, dass der Anteil der Gründer, die vor dem Start des Unternehmens arbeitslos waren, von knapp 22 Prozent im Jahr 2005 auf neun Prozent im Jahr 2012 zurückgegangen ist.

Außerdem machte die Arbeitsmarktentwicklung eine abhängige Beschäftigung durch die Zunahme der Beschäftigungssicherheit attraktiver. Personen in Beschäftigung müssten also vergleichsweise viel aufgeben, um eine Gründung zu wagen.

Rückgang in allen Branchen und Regionen

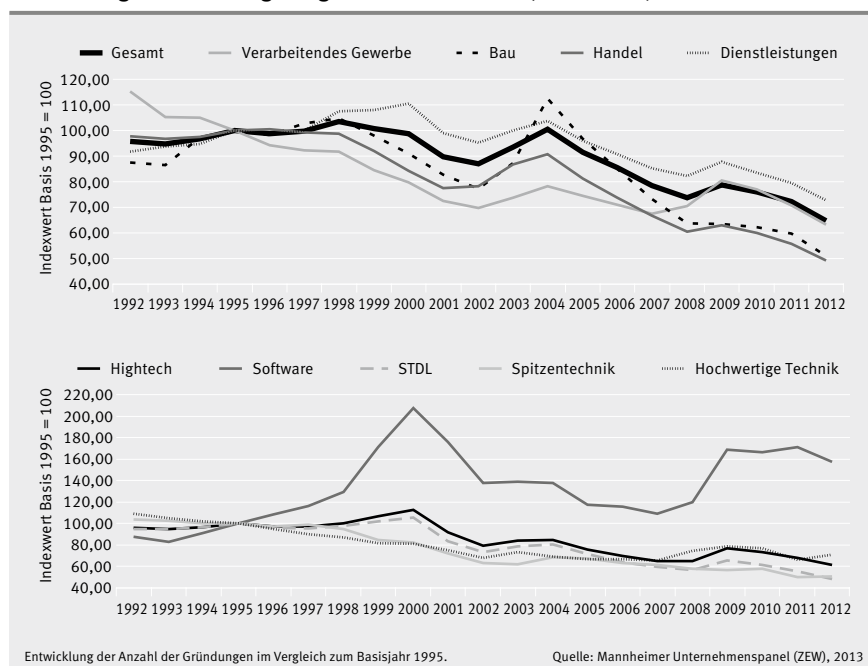
Von dem Rückgang der Gründungstätigkeit zwischen 2011 und 2012 sind alle Hauptbranchen betroffen. Die Gründungstätigkeit im verarbeitenden Gewerbe ging um fast elf Prozent und im Bausektor um über 14 Prozent zurück. Die Gründungstätigkeit im Verkehr-, Post- und Nachrichtensektor sank um 13 Prozent. Die Gründungstätigkeit im Handel ging um knapp zwölf Prozent zurück. Gegenüber dem Jahr 1992 ist die Anzahl der Gründungen im Handel im Jahr 2012 um 50 Prozent niedriger. Die Rückgänge im Dienstleistungssektor sind mit knapp neun Prozent in den unternehmensnahen Dienstleistungen und acht Prozent in den konsumorientierten Dienstleistungen noch moderat.

Die Gründungstätigkeit ist zudem in allen Bundesländern zurückgegangen. Die Rückgänge waren in den Stadtstaaten Berlin (minus vier Prozent), Hamburg (minus acht Prozent) und Bremen (minus acht Prozent) schwächer als in den Flächenländern. Mit jeweils 20 Prozent hat die Gründungstätigkeit im Saarland und in Thüringen am stärksten abgenommen.

Lichtblicke im Hightech-Sektor

Etwa sieben Prozent der Unternehmen werden jährlich im Hightech-Sektor, also in der forschungsintensiven Industrie und in den technologieorientierten Dienstleistungen, gegründet. Insgesamt betrachtet entwickelte sich die Anzahl der Gründun-

Entwicklung der Gründungstätigkeit in Deutschland (1992-2012)



gen im Hightech-Sektor mit einem Rückgang von knapp zehn Prozent ähnlich wie die Anzahl der Gründungen insgesamt. Dieser Rückgang ist maßgeblich auf die schlechte Entwicklung der Gründungen in den technologieorientierten Dienstleistungen (minus 13 Prozent) und in der Soft-

warebranche (minus acht Prozent) zurückzuführen. Entgegen dem allgemeinen Trend wurden hingegen mehr Unternehmen in der forschungsintensiven Industrie gegründet. Hier stieg die Anzahl der Gründungen um knapp sechs Prozent. Dabei entwickelte sich die Anzahl der Gründun-

gen in den Branchen der hochwertigen Technologie mit einem Zuwachs von sieben Prozent deutlich besser als die Anzahl der Gründungen in den Branchen der Spitzentechnologie (plus ein Prozent).

Johannes Bersch (bersch@zew.de)
Daniel Höwer

Durchschnittsalter der Gründer steigt

In den letzten zwanzig Jahren ist das Durchschnittsalter der Gründer um über vier Jahre gestiegen. Zum einen hat der Anteil der Akademiker an den Gründern zugenommen. Zum anderen hat sich das Gründerpotenzial stärker auf die Altersgruppe 50+ verlagert. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Auswertung des Mannheimer Unternehmenspanels.

Anfang der 1990er Jahre war der durchschnittliche Unternehmer zum Zeitpunkt der Gründung 36 Jahre alt. Das durchschnittliche Alter der Gründer unterscheidet sich, je nachdem in welcher Branche gegründet wird. Gründer in der Softwarebranche sind in der Regel etwa drei Jahre jünger als der Durchschnitt aller Gründer. Gründer in verarbeitenden Gewerbe hingegen sind zwei bis drei Jahre älter (Abbildung 1).

Auf das Alter zum Gründungszeitpunkt wirken sich natürlich auch die Ausbildungszeiten aus. Auswertungen auf der Basis des Mannheimer Unternehmenspanels (MUP) zeigen, dass Gründer mit einem akademischen Abschluss im Durchschnitt ein Jahr älter und Gründer mit einem Meistertitel mehr als ein Jahr jünger sind als Gründer mit einer Ausbildung als höchstem Bildungsabschluss. Eine mögliche Erklärung für den Unterschied zwischen dem Alter eines Meisters und einer Person mit einer Lehrausbildung ist, dass ein Unternehmer seinen Meisterbrief als Qualifizierungssignal nutzen kann. Eine Person mit einer Lehrausbildung kann dies durch eine längere Berufserfahrung kompensieren.

Das Alter der Unternehmer zum Gründungszeitpunkt ist seit Beginn der 1990er Jahre stetig gestiegen. Dieser Trend betrifft alle Branchen. Das Durchschnittsalter hat in dieser Zeit um mehr als vier Jahre zugenommen. Im Jahr 2012 war der durchschnittliche Gründer 41 Jahre alt. Die Erhöhung des Durchschnittsalters kann verschiedene Ursachen haben. Wie bereits angesprochen, wirkt sich die Ausbildungszeit und die Zeit in der die Gründer Berufserfahrung sammeln auf das Alter aus, in

dem sie gründen. So hat der Anteil der Gründer mit einem akademischen Abschluss deutlich zugenommen, der Anteil der Meister und der Personen mit einer Lehre als höchstem Bildungsabschluss ist hingegen leicht zurückgegangen. Eine weitere mögliche Erklärung ist die Reduzierung der Berufe mit Meisterzwang als Eintrittsvoraussetzung im Jahr 2004. Kurz nach der Reform war das zusätzliche Potenzial an Gründern stärker durch ältere Personen geprägt, die gründungsaffin waren, denen es

aber bis zur Neuregelung versagt war, in den entsprechenden Branchen zu gründen. Die Auswertungen des MUPs zeigen, dass nach der Reform des Meisterzwangs das Alter der Gründer mit einer Lehrausbildung im verarbeitenden Gewerbe und den konsumorientierten Dienstleistungen (z.B. Friseur) um ein halbes Jahr gestiegen ist. Insgesamt hat sich das Alter der Personen mit einer Lehre als höchstem Bildungsabschluss über alle Branchen betrachtet um zwei Monate erhöht.

Diese Effekte können allerdings nicht die gesamte Entwicklung des Durchschnittsalters erklären. In Abbildung 2 ist das Alter der Gründer in Gruppen dargestellt. Die Abbildung zeigt den Rückgang der Gründer im Alter von 18 bis vierzig Jahren und einen Anstieg in der Altersgruppe

Abbildung 1: Entwicklung des durchschnittlichen Alters von Gründern (1991-2012)

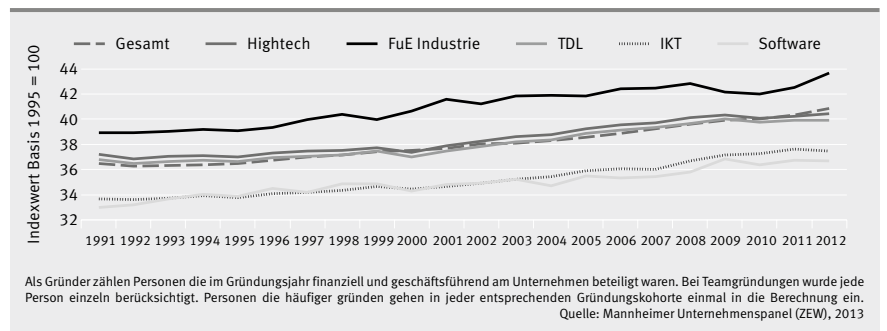
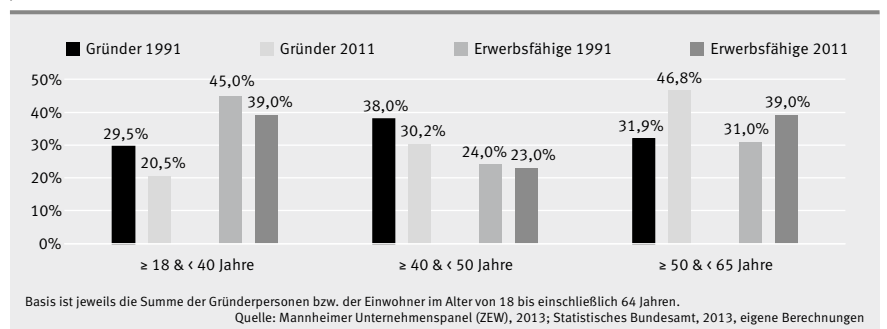


Abbildung 2: Gründer und Gründerpotenzial nach Altersklassen in den Jahren 1991 und 2011



50+ innerhalb der vergangenen 20 Jahren. Dabei bestehen kaum Unterschiede zwischen Einzel- und Teamgründungen. Im gleichen Zeitraum hat sich die Altersstruktur der Personen im erwerbsfähigen Alter verändert. Der Anteil der Personen im Alter von 18 bis 40 Jahren sank von 45 Prozent

im Jahr 1991 auf 39 Prozent im Jahr 2011. Der Anteil der Personen im Alter von 50 bis 65 Jahren ist hingegen von 31 Prozent im Jahr 1991 auf 39 Prozent im Jahr 2011 gestiegen. Das Gründerpotenzial hat sich somit stärker hin zu den „Älteren“ verschoben. Auswertungen von Daten aus dem

KfW/ZEW Gründungspanel zeigen, dass bei Personen im Alter von 50 bis 65 das Motiv für die Gründung häufiger als bei jüngeren Gründern war, keine geeignete Beschäftigung zu finden oder einen Ausweg aus der Arbeitslosigkeit zu suchen.

Daniel Höwer

Die Hausbankentscheidung junger Unternehmen

In einem aktuellen Diskussionspapier des ZEW wird gezeigt: Junge Unternehmen, die eine Liquiditätsversicherung oder Bankkredite nachfragen, wählen deutlich häufiger eine Sparkasse oder Genossenschaftsbank zu ihrer Hausbank als eine Privatbank. Kostensensitive Unternehmen wählen hingegen häufiger eine Privatbank.

Enge Hausbankbeziehungen können für junge Unternehmen aus verschiedenen Gründen nützlich sein. Durch häufige Interaktion zwischen Unternehmer und Mitarbeitern der Bank sammeln Banken Informationen über das Unternehmen und den Unternehmer. Aufgrund dieser Informationen kann die Hausbank besser über Kreditanfragen entscheiden und kleine und mittelständische Unternehmen bekommen in der Regel einen besseren Zugang zu Bankdarlehen. Eine Bank, die eine enge Geschäftsbeziehung zu ihrem Kunden aufgebaut hat, kann im Falle einer Unternehmenskrise die Situation besser beurteilen und überlebensfähigen Unternehmen aus der Krise helfen. Des Weiteren haben Unternehmen bei engen Hausbankbeziehungen weitere Spielräume für erfolgsversprechende, aber riskante Investitionen beispielsweise in Forschung und Entwicklung. Allerdings sind solche engen Hausbankbeziehungen, beispielsweise durch häufige

Bankgespräche oder Informationsverarbeitung, zeit- und kostenintensiv. Banken wollen ihrerseits höhere Kosten einer intensiven Kundenbetreuung mit dem alleinigen Vertrieb anderer Bankprodukte an das Unternehmen oder den Gründer kompensieren und diese langfristig an sich binden. Daher sind enge Hausbankbeziehungen nicht für jedes Unternehmen sinnvoll und werden nicht von jedem Unternehmen nachgefragt.

Marktanteile nach Bankengruppen

Ein markanter Unterschied zwischen den in Deutschland aktiven Banken ist deren Eigentümerstruktur und der daraus abgeleitete öffentliche Auftrag. Sparkassen als öffentlich rechtliche Institute und die Volks- und Raiffeisenbanken als genossenschaftlich organisierte Banken haben einen gesellschaftlichen Auftrag und müssen sich nach dem Regionalprin-

zip stark auf die Region konzentrieren, in der sie tätig sind. Die privaten Kredit- und Großbanken unterliegen hingegen keinen räumlichen Einschränkungen ihres Geschäftsgebiets. Die Marktanteile sind über Unternehmensgröße sehr unterschiedlich zwischen den Banktypen verteilt. Während die Sparkassen und Genossenschaftsbanken bei kleinen und mittleren Unternehmen die meisten Hausbankbeziehungen unterhalten, arbeiten große Unternehmen überwiegend mit Großbanken und anderen privaten Kreditbanken zusammen.

Mit der Gewinnung von Gründern als Kunden können Banken neue Geschäftsbeziehungen aufbauen. Dies ist wichtig, da der Anteil der etablierten Unternehmen, die ihre Hausbank wechseln, sehr gering ist. Die Sparkassen können mit 50 Prozent die meisten Gründer als neue Geschäftskunden gewinnen. 31 Prozent der Gründer wählen eine Genossenschaftsbank und 19 Prozent eine Privatbank. Diese Aufteilung auf die genannten Banktypen ähnelt sehr derjenigen von bereits etablierten, kleinen Unternehmen.

Entscheidungskriterien bei der Wahl der Hausbank

Auf Basis des KfW/ZEW-Gründungspanels und des Mannheimer Unternehmenspanels wurden die Entscheidungskriterien von Gründern bei der Wahl ihrer Hausbank untersucht. Die Kundenbindung der Banken erfolgt nicht erst mit der Gründung des Unternehmens. Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Gründungen wählte eine Hausbank mit der einer der Gründer bereits privat Kontakt hatte. Dieser Anteil ist bei Sparkassen und Genossenschaftsbanken höher als bei Privatbanken. Es ist auch beachtlich, dass fast jeder zweite Unternehmer (45 Prozent) nur mit einer Bank Gespräche über eine Hausbankbeziehung führt. Unternehmen, die im Grün-

Abbildung 1: Marktanteile der Banken (2009-2011)

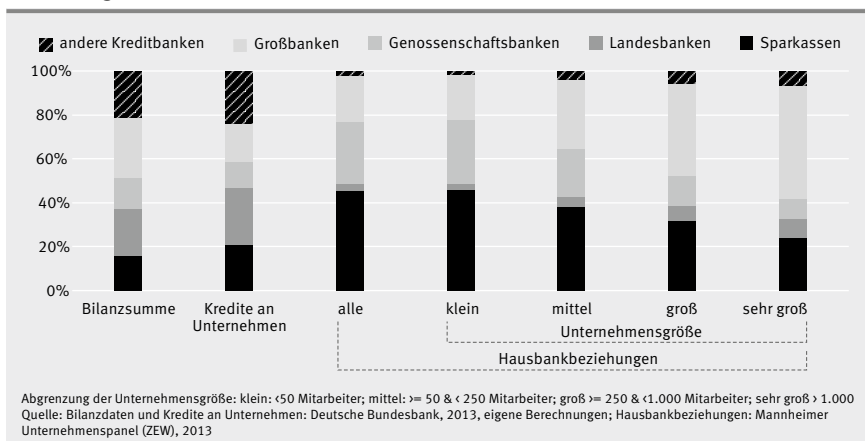
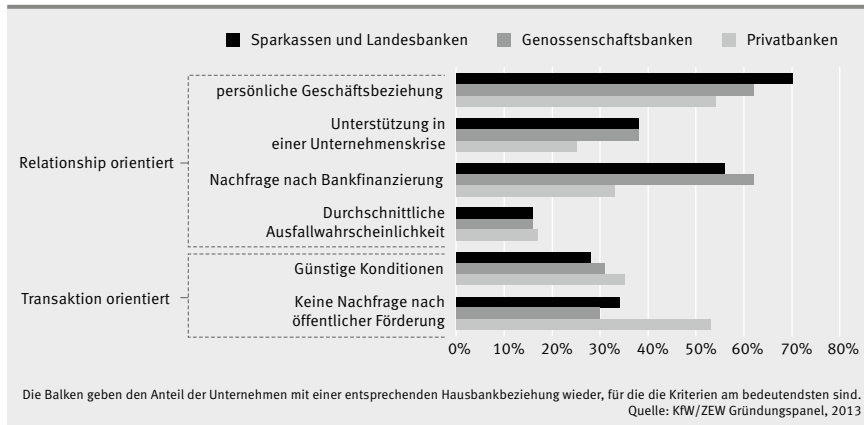


Abbildung 2: Entscheidungskriterien bei der Hausbankwahl



dungsjahr Bankmittel nachfragen, wählen deutlich häufiger eine Sparkasse (56 Prozent) oder eine Genossenschaftsbank (62 Prozent) als eine Privatbank (33 Prozent). Unternehmer, denen es wichtig ist, dass Ihre Hausbank Sie im Falle einer Unternehmenskrise unterstützt, fühlen sich bei den Sparkassen und Genossenschaftsbanken (jeweils 38 Prozent) besser aufgehoben als bei den Privatbanken (25 Prozent). Unternehmer, welche die Vorteile einer engen Hausbankbeziehung nutzen wollen, scheinen somit eher eine Beziehung zu einer Sparkasse oder Genossenschaftsbank aufzubauen. Es wäre für das Bankensystem problematisch, wenn Sparkassen und Genossenschaftsbanken überwiegend schlechte Risiken anziehen würden. Für diese Vermutung gibt es aber keinen Grund. Es können keine Unterschiede hinsichtlich der Auswahlwahrscheinlichkeit junger Unter-

nehmen zwischen den Banktypen festgestellt werden.

Gründern, die eine private Kredit- oder Großbank als Hausbank wählen, sind vornehmlich günstige Konditionen wichtig. Außerdem bemühen diese Unternehmer sich seltener um eine staatliche Förderung. Bei den Großbanken fühlen sich zudem Gründer besser aufgehoben, die spezialisierte Finanzdienstleistungen nachfragen.

Bankcharakteristika

Neben der Eigentümerstruktur unterscheiden sich Banken in vielerlei Hinsicht, wie etwa in ihrer Größe. Mit der Größe einer Institution steigen auch die Komplexität und die Anzahl der Hierarchieebenen. Eindrücke und Informationen, die ein Kundenberater nicht kodifizieren kann, sind in hierarchischen

Strukturen schwerer weiterzugeben. Die Verwendung von persönlichen Eindrücken und weichen Informationen in Kreditgesprächen sind für junge Unternehmen jedoch wichtig, weil noch kaum harte Fakten über das Unternehmen verfügbar sind. In der Analyse zeigt sich allerdings, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein Gründer eine Bank zu seiner Hausbank macht, mit ihrer Größe steigt. Er wählt auch mit höherer Wahrscheinlichkeit eine Bank, wenn diese einen hohen Marktanteil in der Region des Unternehmens hat, oder wenn sie einen hohen Anteil von Unternehmen aus der Branche des Gründers unter ihren Kunden hat. Dies spricht dafür, dass Unternehmer häufiger mit Banken zusammenarbeiten, die sich im Markt des Unternehmens auskennen.

Banken, die besonders stark von der Bank- und Finanzkrise betroffen waren, sind für Gründer weniger attraktiv. Banken, die vom Sonderfonds für Finanzmarktstabilität unterstützt wurden, oder Sparkassen, die ihre Landesbanken stützen mussten, haben eine geringere Wahrscheinlichkeit gewählt zu werden. Mögliche Gründe hierfür sind, dass die Unternehmer davon ausgehen, dass die betroffenen Banken durch höhere Zinsen und Gebühren die entstandenen Verluste wieder erwirtschaften wollen und weniger in der Lage sind, im Falle einer Krise des Unternehmens helfen zu können.

Daniel Höwer

Veröffentlichung: DP 13-018 <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp13018.pdf>

Zeitreihen der Gründungsintensitäten für externe Datennutzer

Indikatoren zum Gründungsgeschehen in Deutschland können externen Datennutzern in Form von standardisierten Tabellen zur Verfügung gestellt werden. Ausgewiesen werden Gründungsintensitäten (absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Einwohner im Alter von 18 bis einschließlich 64 Jahren (Erwerbsfähige)) für verschiedene Branchenabgrenzungen. Die Zeitreihen stehen für acht Hauptbranchen zur Verfügung. Diese Struktur erlaubt den unmittelbaren Vergleich mit anderen Datenquellen z.B. der Gewer-

bezeigenstatistik des Statistischen Bundesamtes. Des Weiteren werden innovative Branchen abgegrenzt. Darunter die Branchen des Hightech-Sektors, Branchen der Informations- und Kommunikationstechnologien, wissensintensive Dienstleistungen und die Kreativwirtschaft. Außerdem wird eine Auszählung der Gründungszahlen auf der Ebene der Wirtschaftszweigweisteller nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige Ausgabe 2008 des Statistischen Bundesamtes oder geeigneter Aggregate an-

geboten. Die Auswertungen können auf der Ebene der Bundesländer, Metropolregionen, Raumordnungsregionen, IHK-Bezirke und Kreise zur Verfügung gestellt werden. Entsprechend der regionalen Ebene und der Branchenabgrenzung stehen die Daten auf Jahresbasis oder gepoolt über verschiedene Jahre zur Verfügung. Eine detailliertere Beschreibung der Daten und der Methodik sowie das aktuelle Angebot können unter [ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/grep/Datennutzer.pdf](http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/grep/Datennutzer.pdf) abgerufen werden.



IMPRESSUM

ZEW Gründungsreport – erscheint halbjährlich

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim, L 7, 1, 68161 Mannheim . Postanschrift: Postfach 103443, 68034 Mannheim . Internet: www.zew.de, www.zew.eu
Präsident: Prof. Dr. Clemens Fuest · Kaufmännischer Direktor: Thomas Kohl

Redaktion: Dr. Daniel Höwer, Telefon 0621/1235-187, E-Mail hoewer@zew.de
Dr. Bettina Müller, Telefon 0621/1235-352, E-Mail bettina.mueller@zew.de

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2013