Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

GRÜNDERWETTBEWERB
IKT INNOVATIV

Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015

Kurzstudie zum Gründerwettbewerb – IKT Innovativ

Impressum

Herausgeber
Bundesministerium für
Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Text & Redaktion
Institut für Innovation und Technik (iit) in der
VDI/VDE Innovation + Technik GmbH, Berlin

Gestaltung und Produktion
Loesch*Hund*Liepold Kommunikation GmbH, Berlin

Stand
August 2015

Druck
vierC print+mediafabrik GmbH, Berlin

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.
Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum
Verkauf bestimmt. Nicht zulässig sind die Verteilung
auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen
der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder
Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Zertifikat seit 2002
audit berufundfamilie

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmwi.de

Zentraler Bestellservice:
Telefon: 030 182 722 72
Bestellfax: 030 181 027 227 21

Inhalt

Das Wichtigste in Kürze 4

Abbildungsverzeichnis 6

Thesenübersicht. 7

Thesen 8

Quellenverzeichnis 21

Das Wichtigste in Kürze

Von dem Autorenteam des Instituts für Innovation und Technik (iit): *Dr. Jan Wessels, Dr. Leo Wangler und Christian von Drachenfels*
mit der Unterstützung von: *Kristina Smyk*
In Zusammenarbeit mit: *Dr. Christiane Kerlen*

In den vergangenen Monaten wurden in Deutschland ganz unterschiedliche Signale in Hinblick auf innovative Unternehmensgründungen ausgesendet. Das Thema Gründung hat weiterhin einen hohen politischen Stellenwert, wie man an einer Reihe von Entscheidungen zur Verbesserung und Ausweitung der Gründungsförderung sieht. Der German Accelerator baute im Herbst 2014 einen neuen Standort in New York auf. Im Dezember 2014 wurde das EXIST-Gründerstipendium aufgestockt. Anfang 2015 erfolgte eine weitere Optimierung des „INVEST-Zuschuss für Wagniskapital", für den Sommer 2015 kündigte das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) die Auflage einer ERP/EIF-Wachstumsfazilität über 500 Mio. € an. Und die Deutsche Börse eröffnete im Juni 2015 eine Online-Plattform für junge Wachstumsunternehmen und Investoren. Trendstandorte wie Berlin legten weiter zu, neue Finanzierungsformen wie Crowdfinanzierung wachsen, das Gründungsklima in Deutschland scheint sich zu verbessern.

Insgesamt lässt sich aber auch eine stagnierende Gründungsneigung beobachten. Laut Zahlen des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) gab es 2014 nur noch 160.000 Unternehmensgründungen, seit etwa 2 Jahren bleiben diese Zahlen nach einem deutlichen Abwärtstrend in den Vorjahren ziemlich konstant. Das ZEW hofft, dass die Talsohle des Gründungsgeschehens damit erreicht ist und sieht insbesondere bei Hightech-Gründungen eine leichte Aufwärtsbewegung. In den Spitzentechnologien steigt die Zahl der Gründungen seit 2012 an, bei den Hochwertigen Technologien liegen die Zahlen 2014 zumindest leicht über denen des Vorjahres. Insgesamt ist aber noch keine echte Trendwende in Sicht.

In dieser komplexen Gemengelage wollen wir mit dem aktuellen Trendbarometer wieder einen besseren Durchblick zu aktuellen Entwicklungen bieten und die Wahrnehmung und Einschätzung der Gründerinnen und Gründer selbst auf das Geschehen spiegeln: Wir haben junge IKT-Unternehmen befragt und ihre Meinungen zu zehn Thesen zusammengefasst.

Ausgangspunkt unseres Überblicks ist der Gründerwettbewerb - IKT Innovativ. Trotz der eher durchwachsenen Gründungssituation insgesamt erfreut sich dieser weiterhin einer hohen Nachfrage. In der Wettbewerbsrunde 1/2015 gingen 224 Skizzen ein, eine ähnliche Größenordnung wie in den Wettbewerbsrunden zuvor. Und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben nicht nur gute Ideen, sie gründen auch. Die Gründungsquote im ersten Jahr nach der Wettbewerbsteilnahme lag die letzten Jahre ziemlich konstant bei 50 Prozent. Hochgerechnet konnten damit seit der ersten Wettbewerbsrunde 2010 insgesamt über 1.300 Unternehmensgründungen unterstützt werden. Der Gründerwettbewerb leistet also seinen Beitrag, um das Gründungsgeschehen in Deutschland zu mobilisieren.

Für den Gründungsstandort Deutschland insgesamt bleibt jedoch die Frage aktuell, wie die Gründungsquote weiter gesteigert werden kann. Neue Unternehmen erneuern die Wirtschaft, schaffen Arbeitsplätze und tragen somit zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands bei. Eine Reihe von Einflussfaktoren sind hier in den Blick zu nehmen, die Gründungsneigung und Gründungserfolg mit bestimmen. Für einen Faktor - den vielzitierten Fachkräftemangel - kann bezüglich der jungen IKT-Wirtschaft Entwarnung gegeben werden. Hier hat sich die Situation aus Sicht der Gründerinnen und Gründer eher gebessert. Stimmten 2012 noch 57 Prozent der Antwortenden der Aussage zu, dass es schwierig sei, geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, so schrumpfte die Zustimmung bis 2015 um 10 Prozentpunkte auf 47 Prozent. Das ist zwar immer noch fast die Hälfte aller Gründerinnen und Gründer, angesichts einer brummenden Konjunktur zeichnet sich aber ein klar positiver Trend ab.

Weiterhin schwierig bleibt die Finanzierung. Hier klaffen Wunsch und Wirklichkeit gerade bei einer Fremdfinanzierung durch Business Angels oder Wagniskapital, aber auch bei der Crowdfinanzierung deutlich auseinander. In der Regel ist es weiterhin Eigenkapital, mit dem die junge IKT-Wirtschaft ihre Gründungen finanziert. Spannend zu beobachten ist, dass mittlerweile bereits 10 Prozent der Antwortenden eigene Erfahrungen mit Crowdfunding oder Crowdinvesting gesammelt haben. Aus der Nischenposition heraus entwickelt sich hier scheinbar eine interessante Zusatzoption, um Gründungsideen zu finanzieren. Auch die Wagniskapitalfinanzierung entwickelt sich dynamischer.

Eher weiche Einflussfaktoren auf das Gründungsgeschehen sind eine gewachsene Gründungskultur, starke Vorbilder sowie ausreichende Gründungsqualifikationen. Unsere Befragung zeigt Deutschland hier auf einem guten Weg. Während internationale Vergleichsstudien wie der Glo-

bal Entrepreneurship Monitor (GEM) Deutschland eine eher schwache Gründungskultur bescheinigen, sieht die junge IKT-Wirtschaft Anzeichen für einen Aufwärtstrend. Insbesondere die Medien leisten einen positiven Beitrag. Neben einer gründungsförderlichen Kultur sind Vorbilder ein wichtiger Faktor, um Gründerinnen und Gründer auch in schwierigen Phasen zu motivieren. Die allermeisten der von uns befragten Gründerinnen und Gründer können solche Vorbilder spontan benennen, wobei weibliche Vorbilder allerdings deutlich seltener präsent sind. Die Gründerinnen und Gründer der jungen IKT-Wirtschaft können sich bei der Gründung selbst auch zunehmend auf spezifische Qualifikationen stützen, die sie im Rahmen des Studiums gesammelt haben, z.B. durch den Besuch von Veranstaltungen eines Gründerlehrstuhls. Die verstärkte Gründungsorientierung der deutschen Hochschulen, die insbesondere auch durch das EXIST-Programm unterstützt wird, trägt also Früchte.

Ein fehlendes Wachstum könnte den Gründungsstandort Deutschland in besonderer Weise gefährden, zumal die jungen innovativen Unternehmen in der Regel am Anfang eher klein sind. Am Wachstumswillen mangelt es allerdings nicht. Fragt man die junge IKT-Wirtschaft, so zeigt sich mit 69 Prozent eine deutliche Mehrheit wachstumsorientiert. Diese Wachstumsorientierung wird von 52 Prozent sogar als zwingend notwendig für das mittelfristige Überleben eingeschätzt. Nicht jeder Wachstumstraum lässt sich allerdings in Deutschland erfüllen, auch weil wichtige Voraussetzungen wie z.B. das notwendige Wachstumskapital noch zu häufig fehlen. Fast 30 Prozent der Antwortenden orientiert sich daher in Richtung Ausland, weil sich die Wachstumsziele aufgrund fehlender Finanzierungsinstrumente in Deutschland nicht realisieren lassen.

Wenn die Voraussetzungen jedoch stimmen, sind Gründerinnen und Gründer in der Regel nicht nur einmal aktiv. Mehrfachgründungen sind möglich. Und wenn es im ersten Unternehmen nicht mit der Realisierung aller Ideen klappt, vielleicht ist es dann einfach Zeit, ein weiteres Unternehmen zu gründen. Was den entsprechenden „Exit“ angeht, sind die von uns befragten Gründerinnen und Gründer zumindest offen. Zwar stimmen weniger als die Hälfte (42 Prozent) der Antwortenden der These zu, dass man schon in der Gründungsphase eine Exitstrategie entwickeln sollte. Auch haben erst 43 Prozent der Gründerinnen und Gründer bereits selbst eine solche Strategie entwickelt. 71 Prozent können sich aber eine Übernahme durch ein größeres Unternehmen gut vorstellen. Vielleicht nutzen sie dann ja das Kapital, um selbst als Gründungsfinanziers aktiv zu werden und das Gründungs-„Ökosystem“ weiter zu beleben.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wir haben zurzeit eine gute Auftragslage ... 8
Abbildung 2: Wir erwarten für die kommenden 12 Monate eine positive Auftragsentwicklung ... 8
Abbildung 3: Wir planen dieses Jahr neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzustellen ... 9
Abbildung 4: Es ist schwierig, die für unser Unternehmen geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden ... 9
Abbildung 5: Gründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen ... 9
Abbildung 6: Eingereichte Ideenskizzen pro Runde ... 10
Abbildung 7: Übersicht Unternehmensgründungen ... 10
Abbildung 8: Motive für die Unternehmensgründungen ... 11
Abbildung 9: Durchschnittliche Anzahl der festen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahresvergleich ... 11
Abbildung 10: Unser Ideal ist ein schnelles Wachstum, um absehbar zu einem der wichtigen Player in unserem Markt zu werden ... 12
Abbildung 11: In unserer Branche muss man schnell wachsen, sonst geht man unter ... 12
Abbildung 12: Schnelles Wachstum wäre schon wichtig, ist für uns aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen aber kaum zu realisieren ... 12
Abbildung 13: Ich orientiere mich in Richtung Ausland, da sich meine Wachstumsziele in Deutschland durch fehlende Finanzierungsinstrumente nicht realisieren lassen ... 13
Abbildung 14: Finanzierungswunsch und Finanzierungsrealität ... 14
Abbildung 15: Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen profitieren in hohem Maße von der dynamischen Entwicklung des Crowdfunding ... 15
Abbildung 16: Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen profitieren in hohem Maße von der dynamischen Entwicklung des Crowdinvesting ... 15
Abbildung 17: Ich plane fest, in naher Zukunft Crowdfunding für mein Unternehmen zu nutzen ... 15
Abbildung 18: Ich plane fest, in naher Zukunft Crowdinvesting für mein Unternehmen zu nutzen ... 15
Abbildung 19: Ich habe bereits in meiner Schulzeit Erfahrungen rund um das Thema Unternehmensgründung gesammelt ... 16
Abbildung 20: Während des Studiums / der Ausbildung habe ich wichtige Kompetenzen für meine Unternehmensgründung erworben ... 16
Abbildung 21: Die Erfahrungen in Schule / Ausbildung haben mich darin bestärkt, ein Unternehmen zu gründen ... 16
Abbildung 22: Mir ist es möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründern zu nennen ... 17
Abbildung 23: Mir ist es möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründern zu nennen (Antw. von Männern) 17
Abbildung 24: Mir ist es möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründerinnen zu nennen (Antw. von Frauen) ... 17
Abbildung 25: Das Klima für Gründerinnen und Gründer hat sich in den vergangenen Jahren in folgenden Bereichen wie folgt verändert ... 18
Abbildung 26: Ich arbeite bereits konkret an der Realisierung weiterer neuer Geschäftsideen, die ich zusätzlich zur ursprünglichen Geschäftsidee umsetze ... 19
Abbildung 27: Neben der Geschäftsidee, die ich im Rahmen meiner Unternehmensgründung umsetze, habe ich weitere vielversprechende Ideen, die ich zurzeit jedoch nicht verwirklichen kann ... 19
Abbildung 28: Schon in der Gründungsphase sollte man eine Exit-Strategie entwickeln („Beim Einstieg and den Ausstieg denken", etwa durch Verkauf an Wettbewerber oder Investor) ... 20
Abbildung 29: Wir haben bereits eine Exit-Strategie entwickelt ... 20
Abbildung 30: Wir können uns die Übernahme durch ein größeres Unternehmen sehr gut vorstellen ... 20

Thesenübersicht

These 1: Das aktuelle Marktumfeld für junge IKT-Unternehmen ist nach wie vor gut und die Aussichten für die kommenden zwölf Monate sind von breitem Optimismus geprägt.

These 2: Die jungen IKT-Unternehmen sind vom Fachkräftemangel etwas weniger stark betroffen als noch vor wenigen Jahren.

These 3: Hohe Teilnehmerzahlen und Gründungsquote belegen den Erfolg des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ: Mehr als die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gründen im ersten Jahr nach Einreichung ihres Wettbewerbsbeitrags ein Unternehmen.

These 4: In Deutschland gibt es ein erhebliches Potenzial für schnell wachsende, innovative junge Unternehmen, sogenannte Gazellen.

These 5: Es ist deutliche Bewegung in die Finanzierungslandschaft für Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen gekommen. Die klassischen Finanzierungsquellen sind fest etabliert, Wagniskapital und Crowdfinanzierung gewinnen am deutlichsten an Bedeutung.

These 6: Vermittlung von Gründungskompetenzen an Schulen und Hochschulen erhöht das Potenzial für Unternehmensgründungen.

These 7: Vorbilder sind wichtig für die Gründung junger IKT-Unternehmen. Allerdings gibt es noch einen deutlichen Mangel an persönlich bekannten und an weiblichen Vorbildern.

These 8: Aus Sicht der jungen IKT-Wirtschaft hat sich die Gründungskultur in Deutschland in den letzten Jahren positiv entwickelt, dies sowohl in den Medien, in der Politik wie auch in der Gesellschaft allgemein.

These 9: Gründerinnen und Gründer sind besonders kreativ und realisieren bei der Unternehmensgründung nicht nur eine einzige Geschäftsidee.

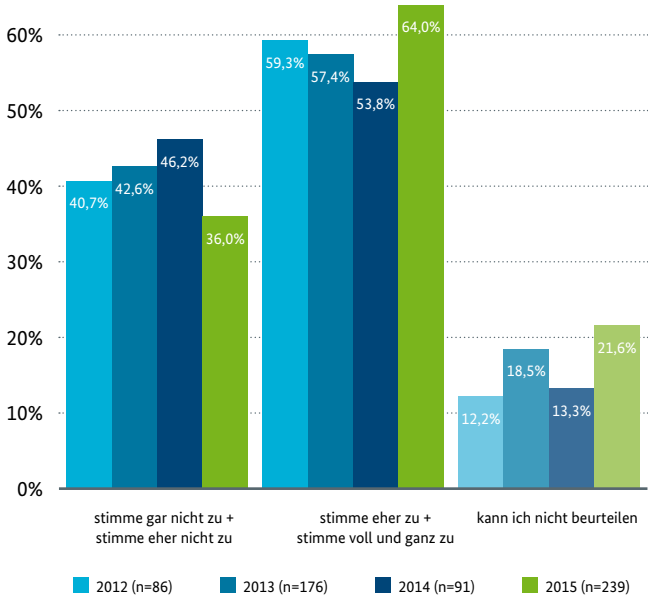
These 10: Die Übernahme erfolgreicher Gründungsunternehmen durch etablierte Unternehmen stellt für Gründerinnen und Gründer der jungen IKT-Wirtschaft eine realistische und durchaus erwünschte Exit-Perspektive dar.

Thesen

These 1: Das aktuelle Marktumfeld für junge IKT-Unternehmen ist nach wie vor gut und die Aussichten für die kommenden zwölf Monate sind von breitem Optimismus geprägt.

- Die aktuelle Befragung junger IKT-Unternehmen im Rahmen des Trendbarometers zeigt, dass das Marktumfeld mehrheitlich als gut wahrgenommen wird. In den Befragungen der letzten vier Jahre waren stets deutlich mehr als die Hälfte der Antwortenden der Ansicht, dass eine gute Auftragslage bestehen würde. Nach einem rückläufigen Trend der letzten zwei Jahre ist in diesem Jahr mit 64 Prozent der positiven Antworten ein Höchstwert in den bisherigen Messungen des Trendbarometers erreicht.

Abbildung 1: Wir haben zurzeit eine gute Auftragslage

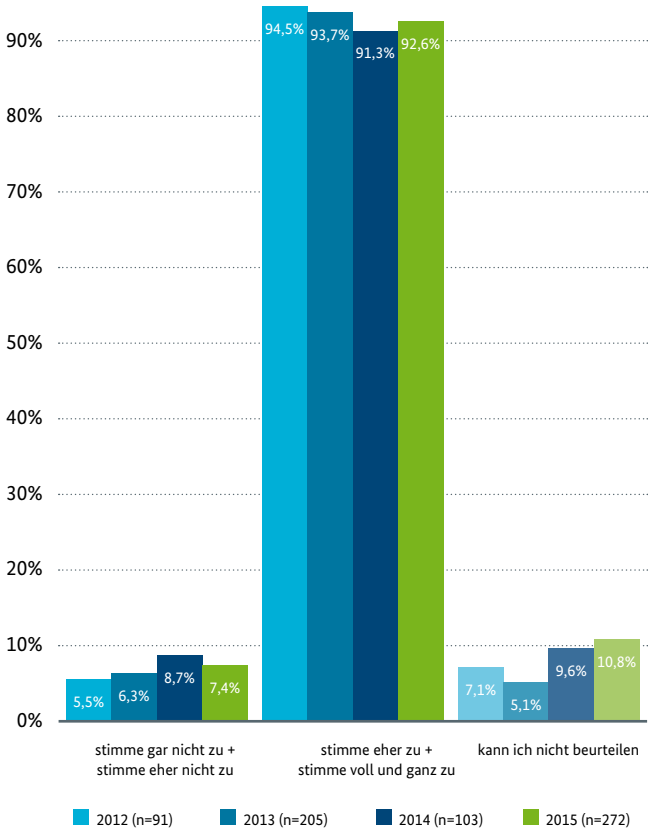


Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2012-15

- Eine optimistische Interpretation dieser Rückmeldungen ergibt sich auch aus der Verknüpfung mit den Einschätzungen zur Auftragsentwicklung in den kommenden zwölf Monaten. Hier gehen erneut über 90 Prozent der Antwortenden von einer positiven Entwicklung aus. Über die letzten vier Jahre betrachtet zeigt sich eine erstaunliche Konstanz bei Einschätzungen der zukünftigen Auftragsentwicklung. Die Wirkungsanalyse des Gründerwettbewerb IKT-Innovativ macht deutlich, dass hier ganz überwiegend unternehmerische Chancen ausgenutzt werden und die Überlebensrate unter den jungen IKT-Unternehmen hoch ist [siehe hierzu die detaillierten Analysen in These 3]. Dies unterstützt die Annahme, dass die grundsätzlich sehr positive Einschätzung zur zukünftigen Auftragsentwicklung ganz überwiegend auf realistischen Erwartungen beruht.

- Insgesamt scheint sich die Gründungsrate in Deutschland mit etwa 160.000 Unternehmensgründungen zu stabilisieren, gerade im Spitzentechnologiebereich sind seit 2012 steigende Gründungszahlen zu beobachten, bei den hochwertigen Technologien liegen die Zahlen 2014 zumindest leicht über denen des Vorjahres. Diese Zahlen nennt das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in seiner letzten Veröffentlichung zum Thema. Das ZEW hofft, dass die Talsohle des Gründungsgeschehens damit erreicht ist (vgl. ZEW, 2015).

Abbildung 2: Wir erwarten für die kommenden 12 Monate eine positive Auftragsentwicklung

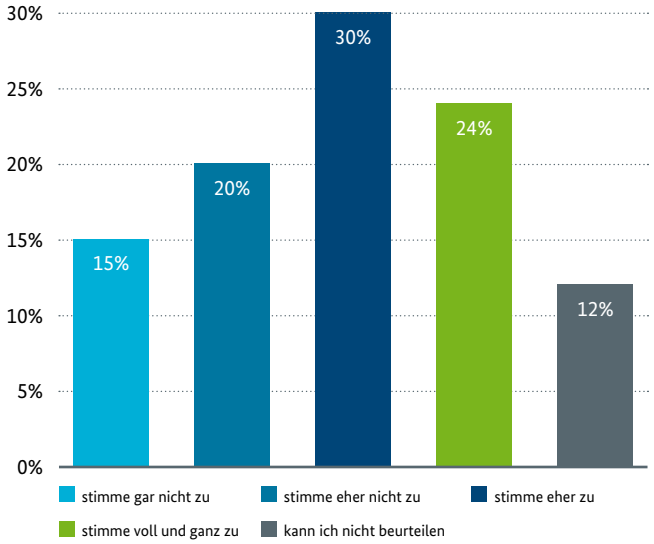


Quelle: BMWi: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2012-15

These 2: Die jungen IKT-Unternehmen sind vom Fachkräftemangel etwas weniger stark betroffen als noch vor wenigen Jahren.

- Fachkräftemangel wird immer wieder nicht nur als Hemmschuh für die Entwicklung etablierter Unternehmen, sondern auch als ernste Bedrohung für junge, wachsende Unternehmen gesehen. Über die Hälfte der im Rahmen des Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft befragten Unternehmen wollen noch in diesem Jahr neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen. Nur ein Drittel hat keine Wachstumsabsichten. Auch die IKT-Branche insgesamt geht in diesem Jahr von einem Beschäftigungsboom aus (vgl. BITKOM, 2015b): Mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Unternehmen aus der Informationstechnologie und Telekommunikation erklärten, 2015 zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen.

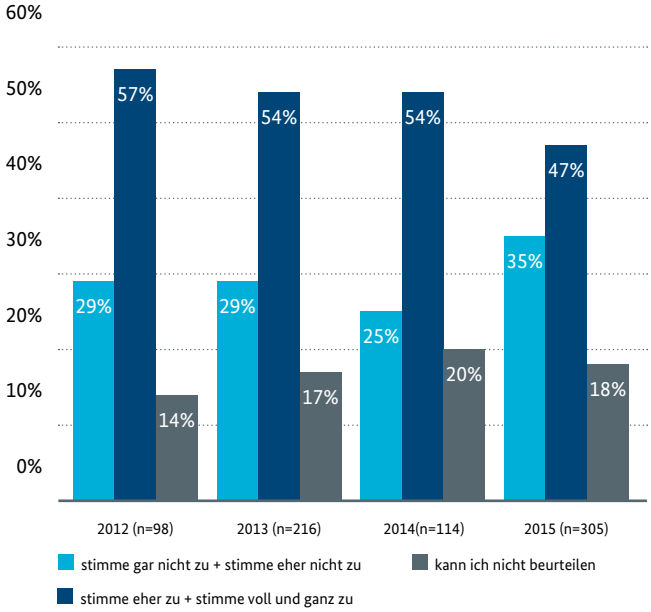
Abbildung 3: Wir planen, dieses Jahr neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzustellen



Quelle: BMWi: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015, n=305

- In den letzten Jahren ist für die jungen IKT-Unternehmen eine leichte Entspannung bei der Personalsuche zu beobachten: Inzwischen finden zwar noch 47 Prozent der Antwortenden, dass es schwierig ist, geeignetes Personal zu finden. Noch vor vier Jahren waren es jedoch 57 Prozent, die sich diesem Problem gegenüber sahen.

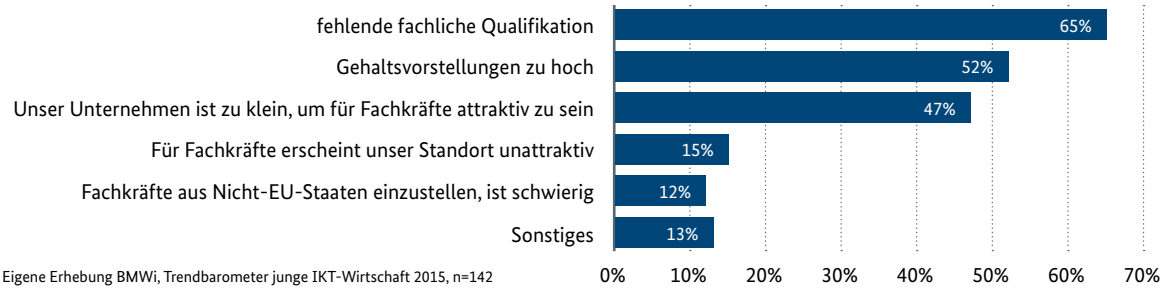
Abbildung 4: Es ist schwierig, die für unser Unternehmen geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2012-2015

- Insbesondere Stellen für Softwareentwickler/-innen bzw. Programmierer/-innen und allgemein IT-Experten sind kaum zu besetzen. Die Gründe haben sich in den letzten Jahren nicht verändert. Mit zwei Drittel der Nennungen ist die fehlende fachliche Qualifikation der am häufigsten vorkommende Grund, eine Stelle nicht besetzen zu können. Aber auch zu hohe Gehaltsvorstellungen sowie der Nachteil von jungen, und damit kleinen Unternehmen werden wiederkehrend als Schwierigkeiten benannt.

Abbildung 5: Gründe für die schwierige Besetzung von Fachkräftestellen

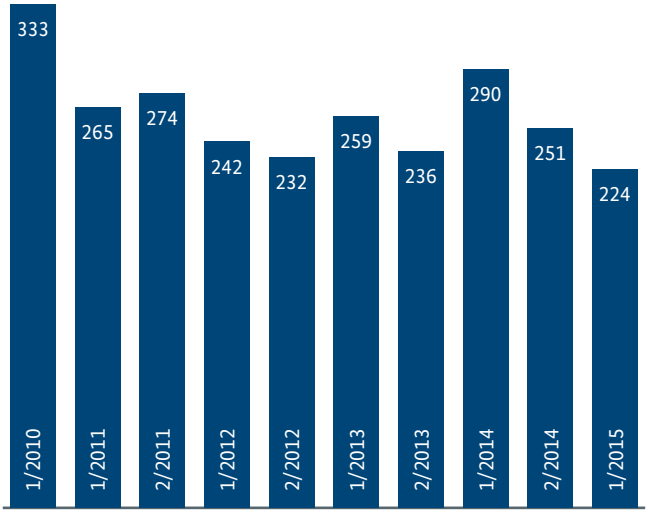


Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015, n=142

These 3: Hohe Teilnehmerzahlen und Gründungsquote belegen den Erfolg des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ: Mehr als die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gründen im ersten Jahr nach Einreichung ihres Wettbewerbsbeitrags ein Unternehmen.

- Der Gründerwettbewerb – IKT Innovativ endet erfolgreich. Mit über 2.600 Einreichungen in zehn Wettbewerbsrunden konnte er eine gleichbleibend hohe Nachfrage nach einem qualifizierten Feedback zu IKT-Gründungsideen und der Chance auf den Gewinn eines bis zu 30.000 Euro dotierten Preises verzeichnen.

Abbildung 6: Eingereichte Ideenskizzen pro Runde



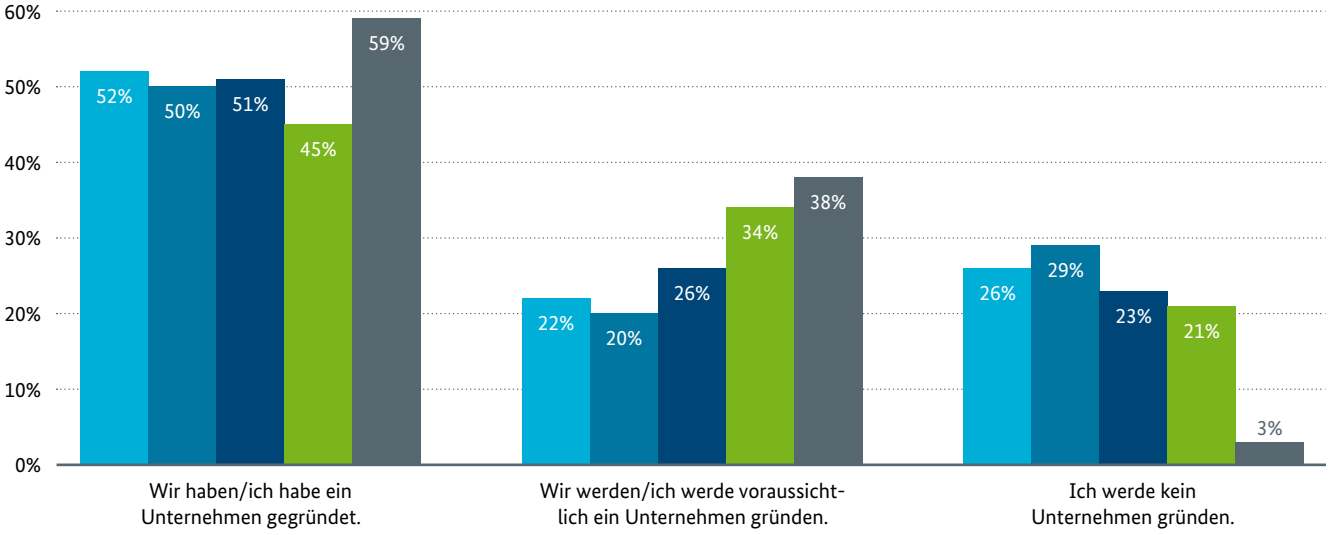
Quelle: iit, Gründerwettbewerb - IKT Innovativ 2010-2015, n=2606

- Die Quote der Gründungen im ersten Jahr nach der Wettbewerbsteilnahme liegt über die Laufzeit des Wettbewerbs nahezu konstant bei über 50 Prozent[1]. Für den Jahrgang 2014 zeichnen sich dabei Rekordzahlen ab: 59 Prozent der Teilnehmenden haben bereits ein Unternehmen gegründet und weitere 38 Prozent planen eine Unternehmensgründung in näherer Zeit. Hochgerechnet konnten damit insgesamt über 1.300 Unternehmensgründungen unterstützt werden.

- Die Überlebensrate der noch existierenden Unternehmen des ersten Wettbewerbsjahrgangs ist mit 98,5 Prozent sehr hoch. Dies ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass Gründungen nur selten wegen einer mangelnden Erwerbsalternative erfolgen. Die Gründerinnen und Gründer sind stattdessen positiv motiviert, sie wollen fast alle eine Geschäftsidee ausnutzen. Auch Selbstbestimmung und Selbstständigkeit werden deutlich häufiger als Gründungsmotivation genannt als fehlende Erwerbsalternativen.

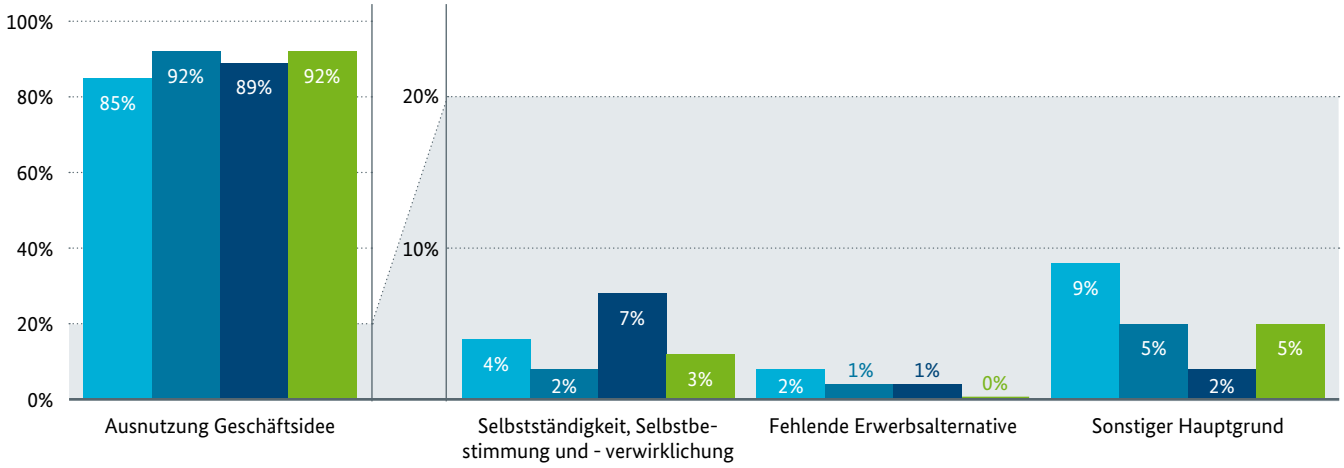
1 Der Wert für den Wettbewerbsjahrgang 2013 liegt etwas niedriger als in den Vorjahren, dies ist jedoch auf einen früheren Befragungszeitpunkt zurückzuführen: 2014 wurde die Befragung drei Monate früher durchgeführt als in den anderen Jahren.

Abbildung 7: Ubersicht Unternehmensgründungen



Quelle : iit, Teilnehmerbefragung Gründerwettbewerb – IKT Innovativ 2010-2015; 2014: n=176, 2013: n=275, 2012: n=128; 2011: n=270; 2010: n=261 2010 2011 2012 2013 2014

Abbildung 8: Motive Unternehmensgründungen



Quelle : iiit, Teilnehmerbefragung Gründerwettbewerb – IKT Innovativ 2012-2015; 2012: n= 190, 2013: n=200, 2014: n=216, 2015: n=177

2012 2013 2014 2015

- Insgesamt sind die gegründeten Unternehmen eher klein. Inklusive Gründerinnen und Gründer haben sie im Schnitt 1,7 feste Beschäftigte und bauen im ersten Jahr eine halbe Vollzeitstelle an Personal auf 2,2 feste Stellen auf. Zusätzlich beschäftigen sie 1,4 im ersten und knapp 2 freie Mitarbeiter/-innen im folgenden Jahr. Jedes gegründete Unternehmen schafft im ersten Jahr nach der Gründung also im Schnitt bereits über vier Arbeitsplätze.
- Damit liegen die Ergebnisse des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ leicht unter den Werten, die in einer Studie des Branchenverbands BITKOM (vgl. BITKOM, 2015c) für IT- und Internetgründungen ermittelt wurden: Demnach schafft ein deutsches IKT-Startup im ersten Jahr durchschnittlich sechs neue Arbeitsplätze, nach zwei bis fünf Jahren wächst die Anzahl auf 14. Und fünf Jahre nach der Gründung sind es 25.

Abbildung 9: Durchschnittliche Anzahl der festen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahresvergleich

Quelle: iit, Teilnehmerbefragung Gründerwettbewerb – IKT Innovativ 2013, n variiert

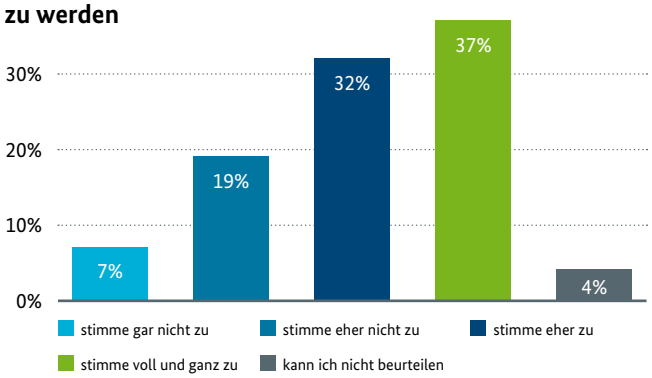
These 4: In Deutschland gibt es ein erhebliches Potenzial für schnell wachsende, innovative junge Unternehmen, sogenannte Gazellen.

- Schnell wachsende, junge Unternehmen, sogenannte „Gazellen“[1], sind Hoffnungsträger für eine Erneuerung der Wirtschaft, für Wachstum und Arbeitsplatzaufbau aus einem dynamischen Gründungsgeschehen heraus. Die gesamtwirtschaftliche Relevanz von schnell wachsenden Jungunternehmen wird als hoch eingeschätzt; in einer Vielzahl von Studien konnte gezeigt werden, dass junge, schnell wachsende Unternehmen kurz-, mittel- und langfristig qualitativ hochwertiges Beschäftigtenwachstum schaffen und von ihnen starke, positive Effekte auf die Dynamik der zukünftigen Wirtschaftsentwicklung ausgehen. Der Deutsche Startup Monitor (vgl. Deutscher Startup Monitor 2014) versteht gar seine Definition von Startups als weitgehend deckungsgleich mit Gazellen.

- Die Europäische Union hat 2013 einen neuen Indikator eingeführt („Beschäftigung in schnell wachsenden Unternehmen innovativer Sektoren“), der dem Stellenwert der Gazellen Rechnung tragen soll. Deutschland liegt in dieser spezifischen Definition zwar deutlich über dem EU-Durchschnitt (vgl. Europäische Kommission, 2015), gleichwohl wird in anderen Quellen häufig auf eine Schwäche Deutschlands bei schnell wachsenden Unternehmen hingewiesen. Eine Studie des BMWi (vgl. Ramböll/Creditreform, 2012) kam 2012 z. B. auf einen Anteil der Gazellen von 0,49 Prozent an allen börsennotierten Unternehmen in Deutschland, was bereits unter dem EU-Durchschnitt von 0,56 Prozent liegt und deutlich schwächer als der Wert der europäischen Spitzenreiter Schweden (0,74 Prozent) und Großbritannien (0,68 Prozent) ist.

1 Das Konzept wurde 1979 von David Birch („The Job Generation Process. MIT Program on Neighborhood and Regional Change“) eingeführt.

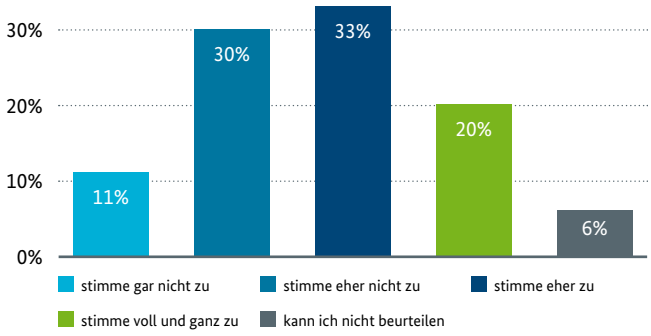
Abbildung 10: Unser Ideal ist ein schnelles Wachstum, um absehbar zu einem der wichtigen Player in unserem Markt zu werden



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015; n=305

- Diese Schwäche scheint aber zumindest in der jungen IKT-Wirtschaft keine Frage der fehlenden Motivation zu sein. Fragt man die junge IKT-Wirtschaft, so zeigt sich mit 69 Prozent eine deutliche Mehrheit wachstumsorientiert. Diese Wachstumsorientierung wird von 52 Prozent sogar als zwingend notwendig für das mittelfristige Überleben eingeschätzt.

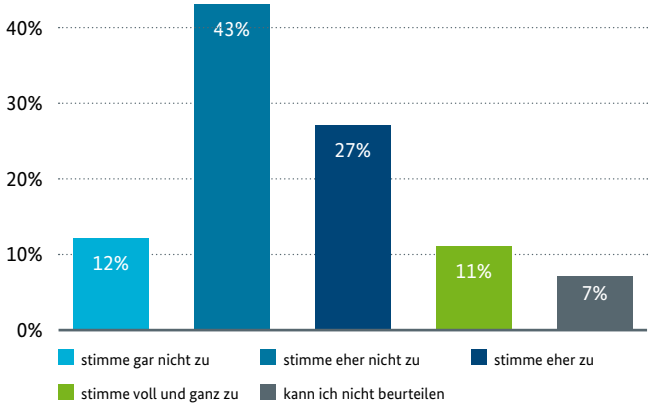
Abbildung 11: In unserer Branche muss man schnell wachsen, sonst geht man unter



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015; n=305

- Allerdings sind die Voraussetzungen für ein schnelles Wachstum für einen nicht unerheblichen Teil der Antwortenden noch nicht hinreichend gegeben. Mehr als ein Drittel (38 Prozent) der wachstumsorientierten Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer stimmt der Aussage zu, dass Wachstum schon wichtig wäre, aber aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen kaum zu realisieren sein wird.

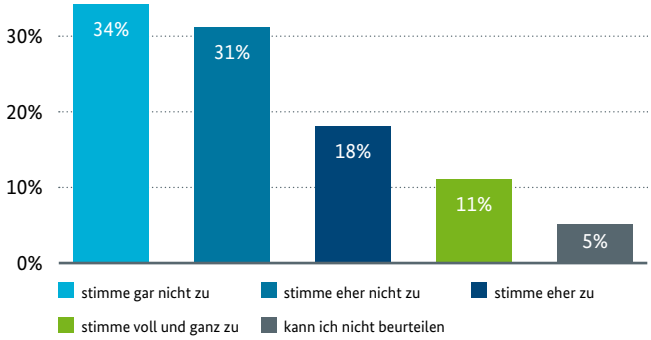
Abbildung 12: Schnelles Wachstum wäre schon wichtig, ist für uns aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen aber kaum zu realisieren



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015; n=212

- Ein wichtiger Faktor, der auch in der genannten BMWi-Studie herausgehoben wurde, ist verfügbares Kapital zur Wachstumsfinanzierung. 53 Prozent der von uns befragten jungen IKT-Unternehmen haben ihre optimale Wachstumsfinanzierung bereits gefunden, weitere 39 Prozent (noch) nicht. Eine Finanzierungsoption ist eine externe Wachstumsfinanzierung. Nur knapp 30 Prozent der Antwortenden hatte bereits Erfahrungen mit einer externen Wachstumsfinanzierung gesammelt, gleichzeitig stehen einer externen Wachstumsfinanzierung mehr als 50 Prozent grundsätzlich positiv gegenüber und möchten sie zukünftig in Anspruch nehmen. Ob das notwendige Kapital dann auch tatsächlich zur Verfügung steht, bezweifeln immerhin 27 Prozent der Teilnehmenden an unserer Befragung, weitere 23 Prozent können dies nicht einschätzen. 35 Prozent realisieren ihr Wachstum notgedrungen über eine Innenfinanzierung, obwohl sie lieber eine externe Finanzierung in Anspruch nehmen würden. 29 Prozent der jungen IKT-Unternehmen orientieren sich bereits Richtung Ausland, da sich ihre Wachstumsziele in Deutschland aufgrund fehlender Finanzierungsinstrumente nicht realisieren lassen.

Abbildung 13: Ich orientiere mich in Richtung Ausland, da sich meine Wachstumsziele in Deutschland durch fehlende Finanzierungsinstrumente nicht realisieren lassen



Basis: 87 Personen, die angegeben haben, dass sie Erfahrungen mit einer externen Wachstumsfinanzierung gesammelt haben.
Quelle:Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015; n=87

- Diese Zahlen unterstreichen den hohen Bedarf, die Wachstumsfinanzierung in Deutschland durch neue Instrumente und Angebote zu verbessern. Die Bundesregierung plant daher unter anderem, über den Europäischen Investitionsfonds einen Fonds im Volumen von 500 Millionen Euro für die Wachstumsfinanzierung deutscher Start-ups aufzulegen, was ihr bereits das Lob der Expertenkommission Forschung und Innovation eingebracht hat (vgl. Expertenkommission Forschung und Innovation, 2015).

- Gelingt es, durch diese Ansätze eine Verbesserung der Wachstumsfinanzierung zu erreichen, so stehen die Chancen gut, die Zahl der schnell wachsenden, innovativen Firmen in Deutschland zu erhöhen und so auch einen nachhaltigen Wachstumseffekt auszulösen.

These 5: Es ist deutliche Bewegung in die Finanzierungslandschaft für Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen gekommen. Die klassischen Finanzierungsquellen sind fest etabliert, Wagniskapital und Crowdfinanzierung gewinnen am deutlichsten an Bedeutung.

- Die Suche nach passenden Finanzierungsquellen ist für junge IKT-Unternehmen eine zentrale Aufgabe und immer wieder eine Herausforderung. In einer aktuellen Studie (vgl. BITKOM, 2015a) zeigte sich, dass bei etablierten IKT-Unternehmen die Bewertung des Kreditzugangs über Banken oder Sparkassen weiterhin durchaus positiv ausfällt und sich im Vergleich zur Vorjahresbefragung sogar noch einmal verbessert hat. Im Hinblick auf junge IKT-Unternehmen wurde in der Befragung vom BITKOM allerdings auch deutlich, dass diese es schwerer als früher haben, ein Darlehen zu erhalten.

- Passend zu diesen Ergebnissen zeigt sich in der Befragung zum Trendbarometer erneut, dass die Finanzierung durch Eigenkapital ein erwünschter und in der Praxis häufig am leichtesten zu realisierender Weg ist. Jeweils gut 60 Prozent der Befragten gaben an, dass sie diese Form der Finanzierung wünschen und auch realisieren können.

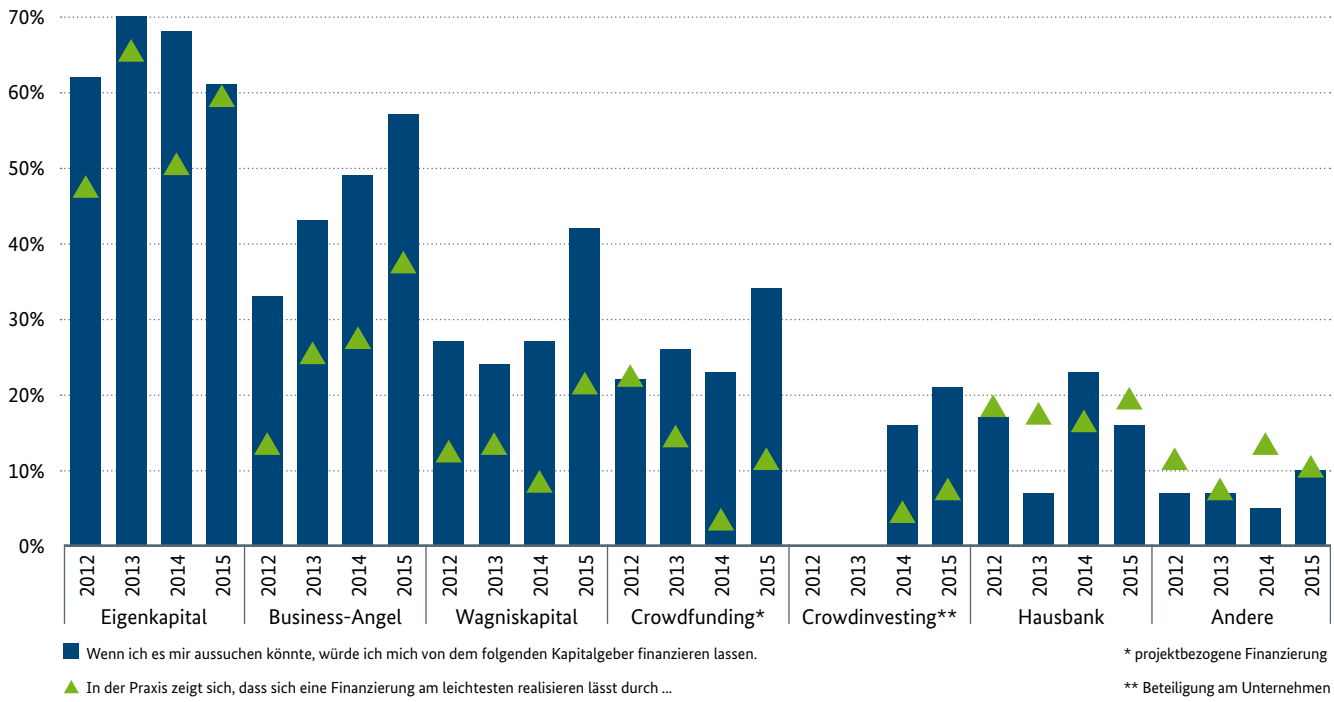
- Das Trendbarometer zeigt, dass die „klassische" Finanzierung durch die Hausbank vergleichsweise unbeliebt ist. Dies zeigen die konstant niedrigen Antwortwerte bezüglich der gewünschten Finanzierungsquelle. Dafür ist sie nach Einschätzung der Antwortenden aber eher leicht zu realisieren, wie die ebenfalls sehr konstanten Einschätzungen hierzu über die vergangenen vier Jahre belegen.

- Im Zeitverlauf seit 2012 zeigt sich auch ein zuletzt deutlich verstärkter Wunsch der Befragten nach Finanzierung durch Business Angels, Wagniskapital und die Crowd. Die Einschätzungen zur Realisierung einer jeweiligen Finanzierung in der Praxis haben sich aber vor allem bei Business Angels und Wagniskapital deutlich verbessert. Der „INVEST-Zuschuss für Wagniskapital" ist als erklärender Faktor hier sicher zu beachten, und die weitere Entwicklung bei diesem Thema wird zu beobachten sein.

- Projekt- und Unternehmensfinanzierungen durch die Crowd sind bereits etwas erwünschter als die Finanzierung durch die Hausbank, die Realisierungschancen einer solchen Finanzierung in der Praxis werden durch die Befragten allerdings noch vergleichsweise skeptisch bewertet.

- Das Thema Crowdfunding und Crowdinvesting gewinnt seit Jahren an Dynamik und wird auch in den Medien entsprechend intensiver behandelt. Anfang des Jahres erschien eine Studie, die eine nahezu umfassende Bestandsaufnahme alternativer Finanzierungsquellen in Europa vorlegte (vgl. Cambridge University Judge Business School/EY, 2015). Hier wurde für das Crowdinvesting in Deutschland ein Volumen von knapp 30 Millionen Euro für das Jahr 2014 ausgewiesen und

Abbildung 14: Finanzierungswunsch und Finanzierungsrealität

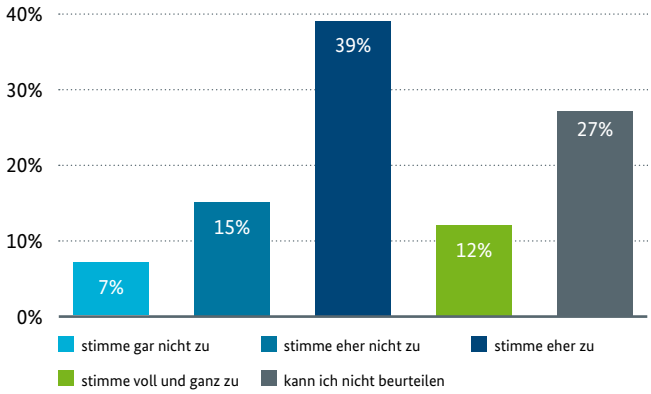


Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2012: n=121, 2013: n=214, 2014: n=111, 2015: n=305/Mehrfachnennungen möglich (Nach Crowdinvesting wurde erst ab 2014 gefragt).

damit eine deutliche Steigerung gegenüber den 4,6 Millionen Euro aus 2012 gesehen.

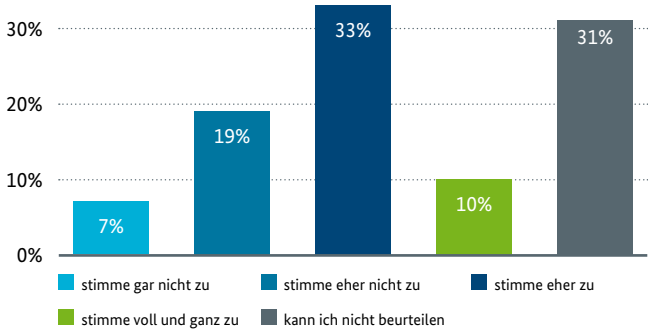
- Gerade bei netzaffinen IKT- Gründerinnen und Gründern und jungen Unternehmen ist anzunehmen, dass diese Form der alternativen Finanzierungsmöglichkeit auf besonderes Interesse stößt. Den Befragungsergebnissen des Trendbarometers zufolge kann man in der Tat feststellen, dass Crowdfunding und Crowdinvesting eine beachtliche Nische etabliert haben. Rund 10 Prozent der Befragten geben auch aktuell wieder an, dass sie Crowdfunding und Crowdinvesting im Rahmen der Gründung oder während des Unternehmenswachstums genutzt haben.

Abbildung 15: Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen profitieren in hohem Maße von der dynamischen Entwicklung des Crowdfunding



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

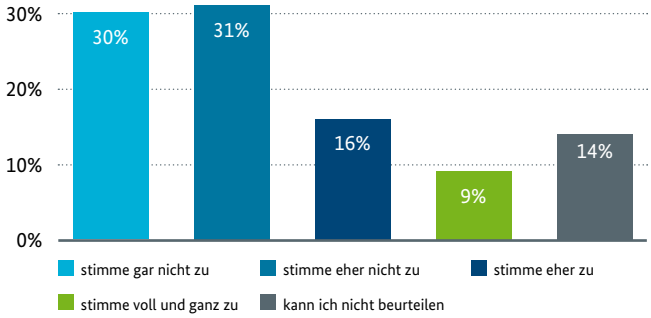
Abbildung 16: Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen profitieren in hohem Maße von der dynamischen Entwicklung des Crowdinvesting



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

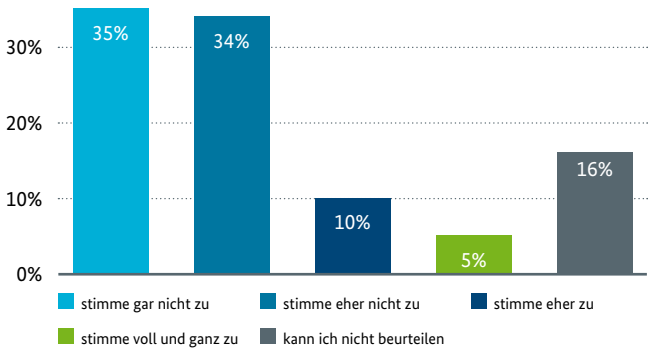
- Die weitere Entwicklung dieser Finanzierungsformen dürfte angesichts der Befragungsergebnisse, die durchaus ein gewisses Spannungsverhältnis erkennen lassen, interessant bleiben: Hohe Zahlen von 51 bzw. 43 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass Gründerinnen und Gründer und junge IKT-Unternehmen in hohem Maße von der dynamischen Entwicklung von Crowdfunding und Crowdinvesting profitieren. Fragt man aber ganz direkt nach der zukünftigen Nutzung dieser Finanzierungsformen, dann sagt noch eine deutliche Mehrheit von 61 bzw. 69 Prozent, dass sie Crowdfunding und Crowdinvesting eher nicht nutzen werden. Diese Werte sind gegenüber dem Vorjahr fast unverändert geblieben.

Abbildung 17: Ich plane fest, in naher Zukunft Crowdfunding für mein Unternehmen zu nutzen



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

Abbildung 18: Ich plane fest, in naher Zukunft Crowdinvesting für mein Unternehmen zu nutzen

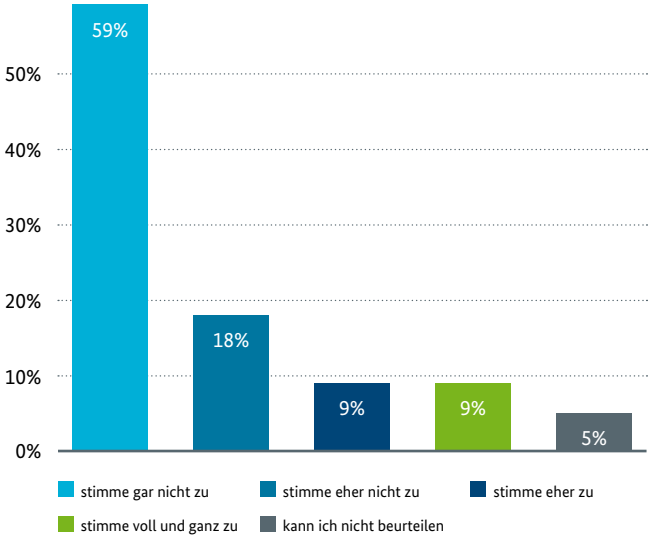


Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

These 6: Vermittlung von Gründungskompetenzen an Schulen und Hochschulen erhöht das Potenzial für Unternehmensgründungen.

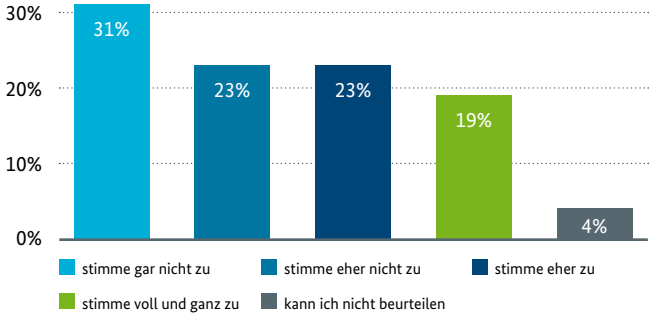
- Je früher junge Menschen Erfahrungen rund um das Thema Unternehmensgründung sammeln können, umso eher ziehen sie eine Unternehmensgründung als eigenen Karriereweg für sich in Betracht. Diese grundlegende Überlegung führte in den vergangenen zwei Jahrzehnten dazu, die Entrepreneurship-Ausbildung in Deutschland voranzutreiben und systematisch auszubauen, und darüber hinaus das Thema Gründung auch schon an Schulen im Lehrplan zu verankern. Bis das Thema Gründung alle Schülerinnen und Schüler erreicht, ist es jedoch noch ein langer Weg. Von den antwortenden IKT- Gründerinnen und -Gründern haben lediglich 18 Prozent bereits während der Schulzeit ihre ersten Erfahrungen mit dem Thema Unternehmensgründung gesammelt. Immerhin 42 Prozent haben während des Studiums oder während der Ausbildung wichtige Kompetenzen für ihre Unternehmensgründung erwerben können.

Abbildung 19: Ich habe bereits in meiner Schulzeit Erfahrungen rund um das Thema Unternehmensgründung gesammelt (z.B. durch Teilnahme an einem Schülerwettbewerb)



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

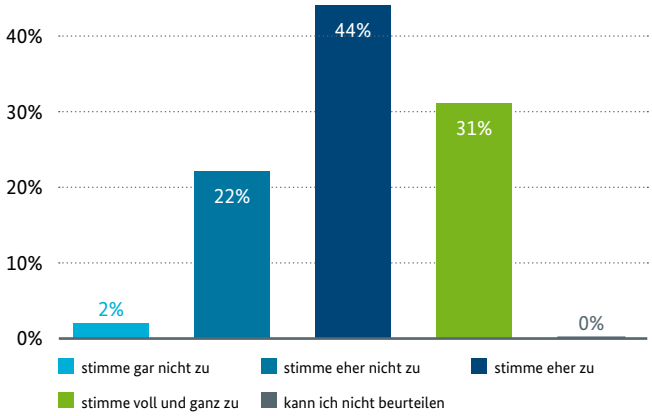
Abbildung 20: Während des Studiums/der Ausbildung habe ich wichtige Kompetenzen für meine Unternehmensgründung erworben



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

- Je früher Gründungskompetenzen erworben werden, umso wahrscheinlicher wird die Person zu einem/-er Unternehmensgründer/-in. 45 Prozent aller Antwortenden geben an, dass die Erfahrungen, die sie in Schule und Studium/Ausbildung gesammelt haben, sie darin bestärkten, ein Unternehmen zu gründen. Betrachtet man allein diejenigen, die ihre ersten Gründungserfahrungen bereits in der Schule gesammelt haben, so wächst dieser Anteil auf 75 Prozent. Die Entrepreneurship-Ausbildung kann also nicht früh genug beginnen.

Abbildung 21: Die Erfahrungen in Schule / Ausbildung haben mich darin bestärkt, ein Unternehmen zu gründen

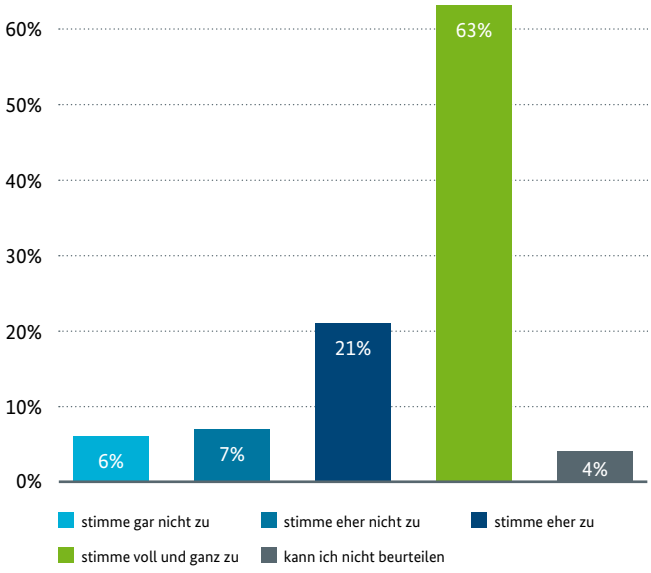


Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=54 Antwortende, die bereits in der Schulzeit Erfahrungen rund um das Thema Unternehmensgründung gesammelt haben

These 7: Vorbilder sind wichtig für die Gründung junger IKT-Unternehmen. Allerdings gibt es noch einen deutlichen Mangel an persönlich bekannten und an weiblichen Vorbildern.

- Vorbilder wirken förderlich auf die Gründungsabsicht. Dies wird in aktuellen Forschungsarbeiten immer wieder betont (vgl. Bosma et al., 2011 sowie Bijedic et al., 2014). Den jungen IKT-Unternehmerinnen und -Unternehmern, die für das Trendbarometer Auskunft geben, fehlt es nicht an Vorbildern: 84 Prozent von ihnen können aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründern benennen.

Abbildung 22: Mir ist es möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründern zu nennen

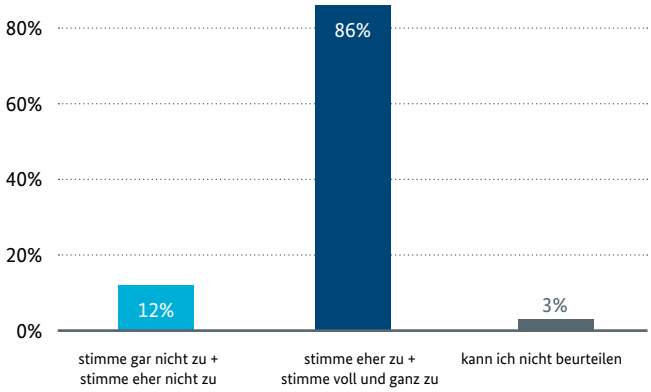


Quelle: Datenquelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

- 35 Prozent der antwortenden jungen IKT Unternehmerinnen und Unternehmer geben an, dass ein positives Vorbild entscheidend für ihren Entschluss war, ein Unternehmen zu gründen. Auch andere Studien finden einen Zusammenhang in dieser Größenordnung. So konnten Bosma et al. (2011) zeigen, dass ein Drittel der Unternehmensgründungen ohne ein positives Vorbild nicht erfolgt wären. Unternehmensgründungen von Kolleginnen und Kollegen im näheren Umfeld und die Gespräche über deren unternehmerische Selbstständigkeit üben einen erheblichen Einfluss auf die Gründungsabsichten von wissenschaftlichem Personal aus (vgl. Bijedic et al., 2014). Immerhin einem Fünftel der hier antwortenden jungen IKT Unternehmen ist ihr Vorbild persönlich bekannt; diese können also in besonderer Weise von ihrem Unternehmer/-innenvorbild profitieren.

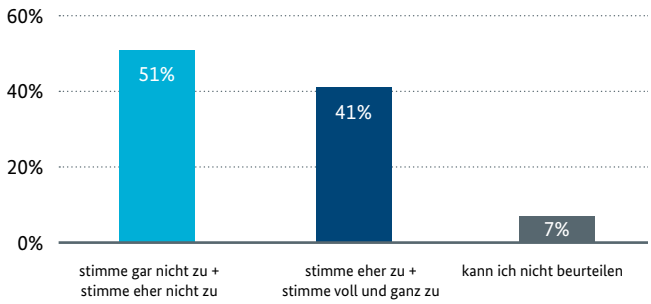
- Die Identifikation der Gründerinnen und Gründer mit ihrem Vorbild wird erleichtert, wenn beide sich in wichtigen Charakteristiken ähnlich sind. Dazu gehören Geschlecht, Branche oder Nationalität (Bosma et al. 2011). In Deutschland gründen immer noch deutlich weniger Frauen Unternehmen als Männer (vgl. Brixy et al., 2015). Und es fehlt in Deutschland für Frauen an Vorbildern und Netzwerken (vgl. Dell, 2015). Die Politik hat diesen Mangel erkannt. Die Kampagne FRAUENgründen von BMWi und BMFSFJ zielt u.a. auf die Vorbildfunktion von Unternehmerinnen und Gründerinnen ab. Und mit mehr weiblichen Vorbildern im öffentlichen Raum wird es in Zukunft hoffentlich auch für doppelt so viele IKT-Gründerinnen möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründerinnen zu nennen.

Abbildung 23: Mir ist es möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründern zu nennen (Antworten von Männern)



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=264 teilnehmende Männer

Abbildung 24: Mir ist es möglich, aus dem Kopf heraus drei Namen von erfolgreichen Unternehmensgründerinnen zu nennen (Antworten von Frauen)



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=41 teilnehmende Frauen

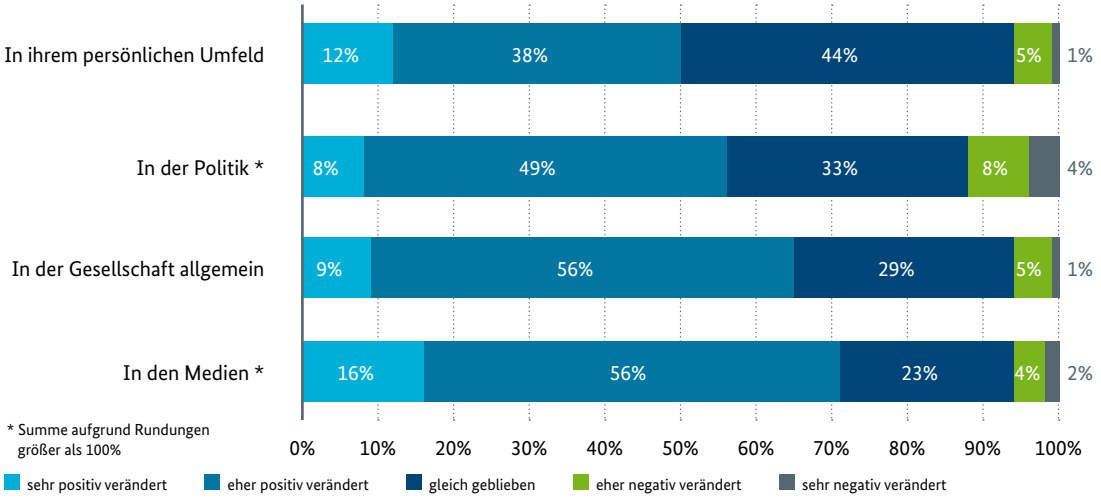
These 8: Aus Sicht der jungen IKT-Wirtschaft hat sich die Gründungskultur in Deutschland in den letzten Jahren positiv entwickelt, dies sowohl in den Medien, in der Politik wie auch in der Gesellschaft allgemein.

- Die öffentliche Diskussion um die eher schwachen Gründungszahlen in Deutschland greift immer wieder auch den Faktor einer wenig ausgeprägten Gründungskultur auf. Es fehle eine Wertschätzung wirtschaftlichen Erfolges, es fehle auch eine Kultur des Scheiterns, zudem sei die deutsche Gesellschaft zu risikoscheu. Sichere abhängige Beschäftigungsverhältnisse würden dem Wagnis Gründung weiterhin vorgezogen. Der Global Entrepreneurship Monitor (vgl. Global Entrepreneurship Monitor, 2014) hebt diese Schwäche schon länger hervor und bewertet spezifische gesellschaftliche Werte und Normen als eine der am stärksten hemmenden gründungsrelevanten Rahmenbedingung in Deutschland. Der Deutsche Startup Monitor (DSM) streicht 2014 insbesondere eine fehlende Kultur des Scheiterns heraus. Demnach schätzen 63,3 Prozent der Gründerinnen und Gründer im DSM 2014 die Toleranz der deutschen Gesellschaft gegenüber einem Scheitern als (eher) niedrig ein (vgl. Deutscher Start-Up Monitor, 2014:55).

- Gleichzeitig hat die Medienberichterstattung um Gründungen in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Um den Gründungsstandort Berlin ist ein regelrechter Hype entstanden, Gründungsshows werden von mehreren Fernsehkanälen aufgenommen, und auch die Politik wird nicht müde, die Wichtigkeit von Gründungen zu unterstreichen und ihre Bereitschaft zur Unterstützung der Gründerinnen und Gründer hervorzuheben.

- Vor diesem Hintergrund haben wir die junge IKT-Wirtschaft gefragt, ob sie aktuell eine Veränderung der Gründungskultur in Deutschland wahrnimmt. In den meisten Dimensionen hat die junge IKT-Wirtschaft eine positive Veränderung beobachtet. Insbesondere zeigt sich in der Bewertung durch die junge IKT-Wirtschaft, dass die Medienberichterstattung aus Sicht der Gründerinnen und Gründer in Deutschland gründungsinteressierter und -freundlicher wird. Fast drei Viertel der Befragten (72 Prozent) geben in dieser Dimension eine positive Veränderung an. Diese mediale Veränderung dürfte in Wechselwirkung sowohl mit der gesellschaftlichen wie der politischen Ebene stehen, die sich ebenfalls positiv verändert haben (für 65 Prozent bzw. 57 Prozent der Befragten mit positiver Veränderung). Auf der Handlungsebene des persönlichen Umfelds kommt diese Veränderung nur sehr langsam an. Trotzdem sagen immerhin 30 Prozent der Befragten, das die Veränderung des Klimas im persönlichen Umfeld einen Einfluss auf ihre Gründungsaktivitäten hatte. Nicht berücksichtigt ist bei diesen Daten jeweils der Ausgangswert, also die absolute Gründungsfreundlichkeit des Klimas in der jeweiligen Dimension, die nicht erhoben wurde.

Abbildung 25: Das Klima für Gründerinnen und Gründer hat sich in den vergangenen Jahren in folgenden Bereichen wie folgt verändert



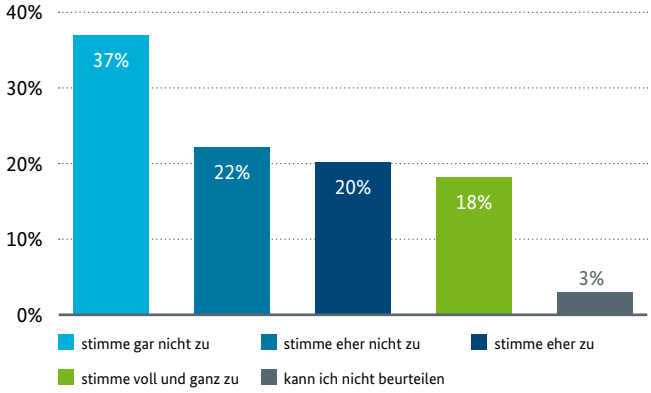
Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

These 9: Gründerinnen und Gründer sind besonders kreativ und realisieren bei der Unternehmensgründung nicht nur eine einzige Geschäftsidee.

- Gründerinnen und Gründer sind in vielen Eigenschaften und Einstellungen anders als Durchschnittsbürger. Sie sind kreativer und risikobereiter und dabei stärker auf Unabhängigkeit aus, sie möchten ihre Ideen verwirklichen und Neues wagen. Zu gründen scheint zudem einen ganz eigenen Reiz zu haben. Wer es einmal erlebt hat, macht es immer wieder. Nicht umsonst faszinieren daher die sogenannten Seriengründerinnen und -gründer, die mit immer neuen Ideen ein Geschäft aufbauen. Seriengründerinnen und -gründer sind gar nicht mal so selten. Laut Deutschem Startup Monitor haben 48,6 Prozent der Start-up-Gründerinnen und -gründer bereits mehr als ein Unternehmen gegründet (vgl. Deutscher Startup Monitor, 2014). Läuft der Laden einmal, so geben die Seriengründerinnen und -gründer das operative Geschäft weiter oder verkaufen ihre Anteile und widmen sich der nächsten Idee. Wenn der Exit auch finanziell erfolgreich lief, so verfügen Seriengründerinnen und -gründer bald über genug eigenes Kapital, um auch als Finanziers von Start-ups erfolgreich zu sein und zum unverzichtbaren Baustein eines gesunden Gründungs-„Ökosystem“ zu werden.

- Voraussetzung für erfolgreiche Seriengründerinnen und -gründer ist der Ideenüberschuss, der für mehr als eine Gründungsidee reicht. Wenn Gründerinnen und Gründer tatsächlich so kreativ sind, sollten sie eigentlich schon von Anfang an diesen Ideenüberschuss besitzen. Tatsächlich arbeitet auch fast 30 Prozent der von uns befragten jungen IKT-Wirtschaft an der Umsetzung von mehr als einer Geschäftsidee.

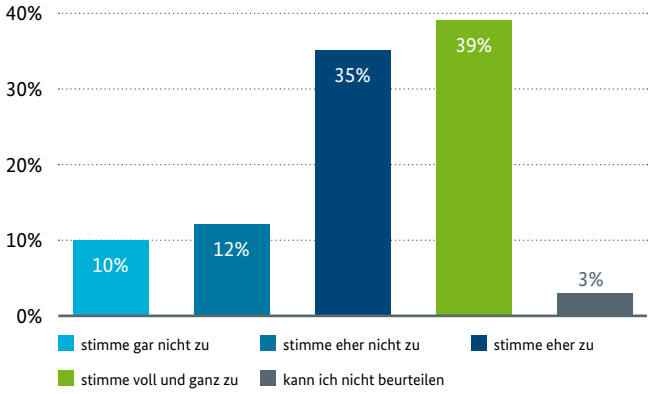
Abbildung 26: Ich arbeite bereits konkret an der Realisierung weiterer neuer Geschäftsideen, die ich zusätzlich zur ursprünglichen Geschäftsidee umsetze



Quelle: Datenquelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

- Andere Gründerinnen und Gründer haben zwar ausreichend Ideen, können diese aber aufgrund fehlender Rahmenbedingungen nicht umsetzen. Etwa drei Viertel der von uns Befragten (74 Prozent) bejahten diese Aussage. Zumeist wurden fehlende Zeit oder fehlendes Geld als Grund genannt. Letztlich wollen und müssen sich die jungen Unternehmen erst einmal auf die erfolgreiche Realisierung der einen zentralen Geschäftsidee konzentrieren. Im Umkehrschluss heißt das aber auch, dass dann, wenn das Geschäft einmal läuft, auch die Basis für die nächste Gründung nicht mehr weit ist.

Abbildung 27: Neben der Geschäftsidee, die ich im Rahmen meiner Unternehmensgründung umsetze, habe ich weitere vielversprechende Ideen, die ich zurzeit jedoch nicht verwirklichen kann

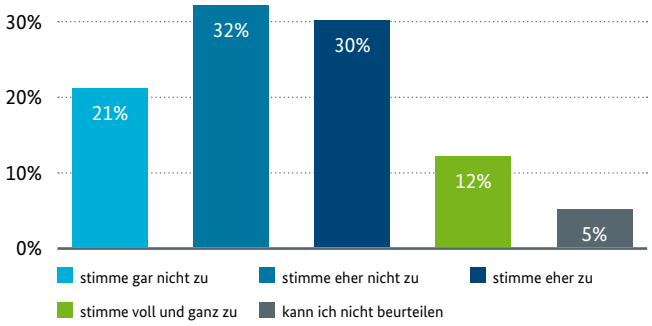


Quelle: Datenquelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

These 10: Die Übernahme erfolgreicher Gründungsunternehmen durch etablierte Unternehmen stellt für Gründerinnen und Gründer der jungen IKT-Wirtschaft eine realistische und durchaus erwünschte Exit-Perspektive dar.

- Junge Unternehmen stehen nach einer erfolgreichen Markterschließung vor unterschiedlichen Entwicklungspfaden. Ein schnelles extern oder binnenfinanziertes Wachstum (siehe These 4) kann zu einem prosperierenden mittelständischen Unternehmen führen, ein Börsengang - in Deutschland noch die Ausnahme - kann diese Entwicklung weiter stabilisieren. Alternativ gehen viele junge Unternehmen aber auch eine sehr enge Verbindung mit großen Unternehmen ein bzw. werden von diesen übernommen. Gerade im Biotechnologie-Sektor ist das ein typischer Entwicklungspfad. Die Gründerinnen und Gründer werden im Zuge dieses Aufkaufs entweder zu angestellten Mitarbeitern, oder sie reinvestieren die Verkaufssummen für eigene Neugründungen bzw. als frisch gebackene Risikokapital-Geber in andere Start-ups. Gründerinnen und Gründer können so zu Mehrfach- bzw. Seriengründern werden (nach Einschätzung des Deutschen Startup-Monitors trifft dies aktuell für 49 Prozent der Start-up-Gründerinnen und -Gründer zu (vgl. Deutscher Startup Monitor, 2014:16)). Ehemalige Gründerinnen und Gründer können außerdem zur Entwicklung einer florierenden Wagniskapital- und Business-Angel-Szene beitragen.

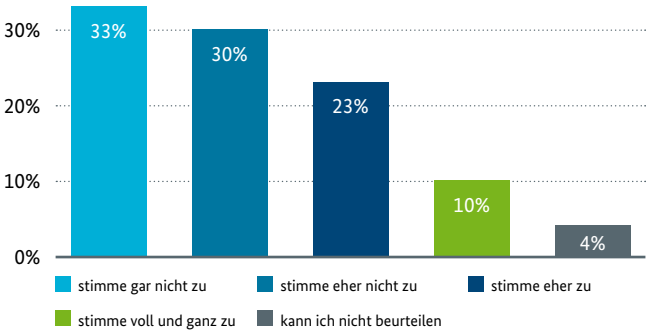
Abbildung 28: Schon in der Gründungsphase sollte man eine Exit-Strategie entwickeln („Beim Einstieg an den Ausstieg denken“, etwa durch Verkauf an Wettbewerber oder Investor)



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

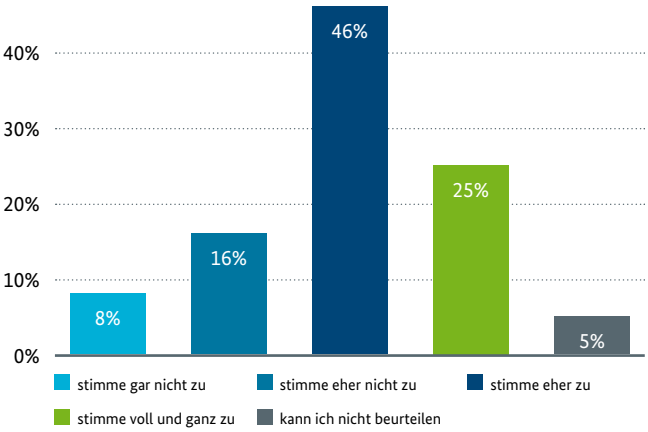
- Die junge IKT-Wirtschaft steht einer solchen Perspektive grundsätzlich offen gegenüber, hält die Auseinandersetzung mit der Option einer Übernahme zum Teil sogar für zwingend notwendig. Zwar stimmen weniger als die Hälfte (42 Prozent) der Antwortenden der These zu, dass man schon in der Gründungsphase eine Exitstrategie entwickeln sollte. Auch haben erst 43 Prozent der Antwortenden bereits selbst eine solche Strategie entwickelt. 71 Prozent können sich aber eine Übernahme durch ein größeres Unternehmen gut vorstellen. Dieser Anteil liegt deutlich höher als der Anteil derjenigen, der im Deutschen Start-up Monitor einen Verkauf des Unternehmens in den ersten 7 Jahren für (sehr) wahrscheinlich hielt (41 Prozent). Für diesen Unterschied dürften zwei Faktoren ausschlaggebend sein. Erstens spiegeln unsere höheren Zahlen primär die Bereitschaft zu einem Verkauf wieder, während die erwartete Wahrscheinlichkeit durchaus geringer ausfallen kann. Außerdem fokussiert sich unsere Befragung auf die junge IKT-Wirtschaft, die vermutlich eher in größere Konzernstrukturen integriert werden kann als Start-ups anderer Branchen. Übernahmen sind also eine realistische und erwünschte Perspektive.

Abbildung 29: Wir haben bereits eine Exit-Strategie entwickelt



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

Abbildung 30: Wir können uns die Übernahme durch ein größeres Unternehmen sehr gut vorstellen



Quelle: Eigene Erhebung BMWi, Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2015: n=305

Quellenverzeichnis

Literatur

Bijedic, Teita/ Maaß, Frank / Schröder, Christian/ Werner, Arndt, 2014: Der Einfluss institutioneller Rahmenbedingungen auf die Gründungsneigung von Wissenschaftlern an deutschen Hochschulen, IfM-Materialien Nr. 233
http://www.ifm-bonn.org/uploads/tx_ifmstudies/IfM-Materialien-233_2014.pdf (13.8.2015)

Birch, David, 1979: The Job Generation Process. MIT Program on Neighborhood and Regional Change,

BITKOM, 2015a: KfW-Unternehmensbefragung 2015: Branchenspezifische Auswertung für die ITK-Wirtschaft, Berlin
https://www.bitkom.org/Publikationen/2015/Studien/KfW-Unternehmensbefragung/KfW-Unternehmensbefragung_2015.pdf (13.8.2015)

Bosma, Niels/ Hessels, Jolanda/ Schutjens, Veronique/ van Praag, Mirjam/ Verheul, Ingrid, 2011: Entrepreneurship and Role Models, TI 2011-061/3. Tinbergen Institute Discussion Paper
http://dare.uva.nl/document/2/114205 (13.8.2015)

Brixy, Udo/ Sternberg, Rolf/ Vorderwülbecke, Arne, 2015: Gründungen sind selten Frauensache. Selbstständigkeit in Ost- und Westdeutschland. IAB Kurzbericht 10/2015
http://doku.iab.de/kurzber/2015/kb1015.pdf (13.8.2015)

Cambridge University Judge Business School / EY, 2015: Moving Mainstream: The European Alternative Finance Benchmarking Report, London: University of Cambridge und EY
http://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2015-uk-alternative-finance-benchmarking-report.pdf (13.8.2015)

DELL (2015): 2015 Global Women Entrepreneur Leaders Scorecard.
http://i.dell.com/sites/doccontent/corporate/secure/en/Documents/2015-GWEL-Scorecard-Executive-Summary.pdf (5.8.2015)

Deutscher Startup Monitor 2014
http://deutscherstartupmonitor.de/dsm/dsm-14/ (13.8.2015)

Europäische Kommission: Innovation Union Scoreboard 2015
http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/files/ius-2015_en.pdf (13.8.2015)

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Länderbericht Deutschland 2014
http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2014/gem2014.pdf (13.8.2015)

Ramböll / Creditreform, 2012: Studie über schnell wachsende Jungunternehmen (Gazellen)
https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/studie-ueber-schnell-wachsende-jungunternehmen-gazellen-kurzfassung.pdf (13.8.2015)

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung - ZEW, 2015: Junge Unternehmen 3/2015
http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/jungeunternehmen/aktuell.pdf (13.8.2015)

Internetquellen:

BITKOM, 2015b: Zwei von drei ITK-Unternehmen planen Neueinstellungen, Berlin, 26. Januar 2015
https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Pressemitteilung_4545.html (5.8.2015)

BITKOM, 2015c: Jedes Start-up schafft im Schnitt 13 neue Jobs, Berlin, 26. Juni 2015
https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jedes-Start-up-schafft-im-Schnitt-13-neue-Jobs.html (5.8.2015)

Expertenkommission Forschung und Innovation, 2015: EFI-Jahresgutachten 2015: Bundesregierung packt zentrale Herausforderungen der Forschungs- und Innovationspolitik endlich an. Investitionen in Forschung und Entwicklung müssen aber gesteigert werden. Pressemeldung
http://www.e-fi.de/fileadmin/Pressemitteilungen/Pressemitteilungen_2015/EFI_PM_Herausforderungen_F.u.I.-Politik.pdf (13.8.2015)

www.bmwi.de