

Existenzgründung
in Baden-Württemberg

 **L-BANK**
Staatsbank für Baden-Württemberg

Das Ziel: ein guter Start.



Um als Existenzgründer von Anfang an auf Erfolgskurs zu sein, ist ein guter Start besonders wichtig. Aber was macht eine Gründung erfolgreich? Und welche Rolle spielte dabei die Gründungsfinanzierung der L-Bank? Diesen Fragen ging das RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V. für die L-Bank nach. Das Resultat: Die geförderten Gründer haben die ersten Jahre gut gemeistert – trotz schwieriger Wirtschaftslage. Diese jungen Unternehmen bringen Dynamik in die baden-württembergische Wirtschaft und schaffen überdurchschnittlich viele Arbeits- und Ausbildungsplätze. ←

Studie „Die finanzielle Förderung von Existenzgründern im Rahmen des Förderprogramms Gründungs- und Wachstumsfinanzierung durch das Land Baden-Württemberg“

Auftraggeber: L-Bank, Karlsruhe

Durchführung: RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.

Ansprechpartner:

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.

Dr. Andreas Blaeser-Benfer, Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn

Tel. 06196 495-3300, blaeser@rkw.de

RKW Baden-Württemberg GmbH

Dr. Roland Raff, Postfach 104062, 70035 Stuttgart

Tel. 0711 22998-37, raff@rkw-bw.de

Pressekontakt:

L-Bank, Cordula Bräuninger

Schlossplatz 10, 76113 Karlsruhe

Tel. 0721 150-1255, cordula.braeuninger@l-bank.de

Redaktion/Inhalt:

L-Bank, Klaus Thuß

Börsenplatz 1, 70174 Stuttgart

Tel. 0711 122-2415, klaus.thuss@l-bank.de





1. Das Gründungsgeschehen

06



2. Die Studie

08



3. Der Gründungserfolg

10 / 3.1 Die Überlebensrate

13 / 3.2 Wichtige quantitative Erfolgsgrößen

13 / 3.2.1 Geschaffene Arbeitsplätze

14 / 3.2.2 Umsatzentwicklung

15 / 3.2.3 Betriebsergebnis

16 / 3.2.4 Entwicklung wichtiger betriebswirtschaftlicher Kennzahlen



4. Gründungsmerkmale

18 / 4.1 Formen der Gründung

18 / 4.1.1 Neugründungen

18 / 4.1.2 Übernahme von Unternehmen

19 / 4.1.3 Tätige Beteiligung an Unternehmen

19 / 4.1.4 Entwicklung der Erfolgskriterien bei den verschiedenen Gründungsformen

20 / 4.2 Gründungstyp (Einzel- oder Teamgründung)

21 / 4.3 Ein Blick auf die Branchen

21 / 4.3.1 Verteilung der Branchen – Branchenzugehörigkeit

22 / 4.3.2 Branchenbezogene Auswertung

22 / 4.3.3 Branche und Erfolg

23 / 4.4 Rechtsformen



5. Gründerprofile

24 / 5.1 Qualifikation und Unternehmenserfolg

24 / 5.1.1 Ausbildungsabschluss

24 / 5.1.2 Ausbildungsabschluss und Erfolg

26 / 5.1.3 Branchenvorkenntnisse

26 / 5.1.4 Vorstatus

26 / 5.2 Selbstständigkeit von Frauen

26 / 5.2.1 Branchenverteilung nach Männern und Frauen

26 / 5.2.2 Qualifikation von gründenden Männern und Frauen

28 / 5.2.3 Unternehmensgröße nach Männern und Frauen

29 / 5.3 Altersstruktur

30 / 5.4 Gründungsimpulse und -motive



6. Bewertung des Unternehmenserfolgs durch die Gründer

- 31 / 6.1 Vergleich zum eigenen Businessplan
- 31 / 6.2 Einschätzung der Entwicklung in den nächsten zwei Jahren
- 32 / 6.3 Selbsteinschätzung im Vergleich zum Wettbewerb
- 32 / 6.4 Einsatz betriebswirtschaftlicher Planungsinstrumente



7. Bewertung der Gründungsförderung

34



8. Information und Betreuung

- 36 / 8.1 Gründungsvorbereitung und Unternehmenserfolg
- 36 / 8.2 Der Stellenwert externer Beratung
- 37 / 8.3 Wegweiser zu den Förderangeboten der L-Bank



9. Fazit

38



10. Anhang

- 40 / Fragebogen für Banken
- 42 / Fragebogen für Existenzgründer



Abbildungsverzeichnis/Tabellenverzeichnis/Literaturverzeichnis

- 46 / Abbildungsverzeichnis
- 46 / Tabellenverzeichnis
- 47 / Literaturverzeichnis

1. Das Gründungsgeschehen.

Eine zukunftsorientierte Wirtschaft ist auf Existenzgründungen angewiesen. Sie sind Zeichen für wirtschaftliche Vitalität, für Aufbruch, Innovation und die Durchsetzungskraft neuer Ideen. Kurz: Gründer und junge Unternehmen sind das Salz in der Suppe einer Volkswirtschaft. Es gilt daher, Gründungen weniger als Folge des strukturellen Wandels, sondern vielmehr als Triebfeder wirtschaftlicher Erneuerung zu betrachten und in diesem Verständnis eine Kultur der Selbstständigkeit zu schaffen. ←

Die aktuelle wirtschaftliche Situation in Deutschland ist durch geringe Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts und eine hohe strukturelle Arbeitslosigkeit gekennzeichnet. Bundesweit sind zwar ein Anziehen der Konjunktur und eine Belebung bei den Wachstumskräften zu beobachten, wobei die einzelnen Bundesländer sich deutlich in ihrer Entwicklung unterscheiden. Jedoch sind die Auswirkungen auf den Arbeits- und Lehrstellenmarkt noch gering. Das gesellschaftspolitische Ziel, ausreichend viele Arbeitsplätze und wachsenden Wohlstand für alle zu schaffen, ist noch nicht erreicht.

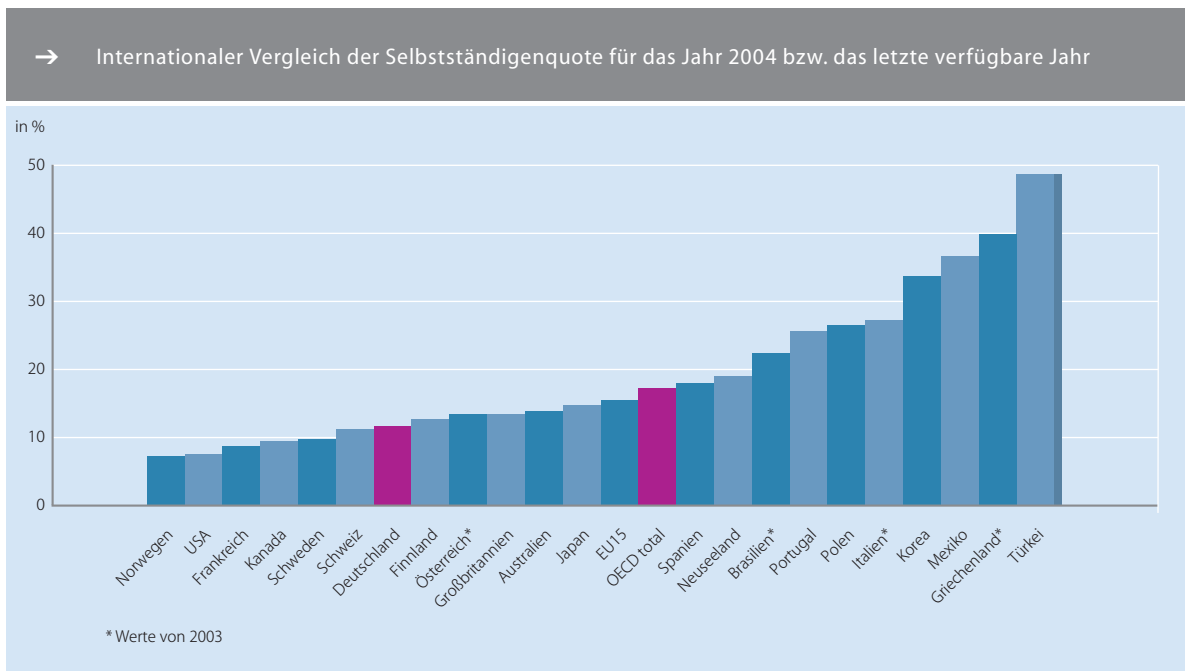
Politik, Wissenschaft, Unternehmen und Verbände suchen Lösungsansätze. Einigkeit besteht darüber, dass Wirtschafts-, Beschäftigungs- und Bildungspolitik nicht isoliert betrachtet werden dürfen. Maßnahmen in einem der Gebiete haben Folgen für die anderen, die wiederum zurückwirken. An dieser Schnittstelle befindet sich eines der Elemente des Maßnahmenkatalogs, mit denen mehr Schwung für die Wirtschaftsentwicklung und den Arbeitsmarkt bewirkt werden kann: die Förderung des Unternehmertums.

Die EU-Kommission befasst sich in den Beschäftigungsberichten seit Jahren mit dem Thema der Selbstständigkeit und sieht die Vermittlung einer „Kultur der Selbstständigkeit“ als eine wesentliche Zukunftsaufgabe. Das Grünbuch „Unternehmergeist in Europa“ aus dem Jahr 2003¹ diskutiert intensiv die Frage, warum die tatsächliche Anzahl der Unternehmensgründungen hinter dem bekundeten Interesse an einer unternehmerischen Tätigkeit zurückbleibt. Insbesondere der Vergleich mit den USA stimmt nachdenklich. Bei einer Umfrage zum Thema „Entrepreneurship“ im Jahr 2002

antworteten 67 % der befragten US-Amerikaner, dass sie die Selbstständigkeit einem Arbeitnehmerverhältnis vorziehen würden. Im EU-Durchschnitt ergab sich ein Wert von 45 %, in Deutschland von gerade einmal 35 %. Noch deutlicher war der Unterschied bei der Reaktion auf die Aussage: „Man soll kein Unternehmen gründen, wenn das Risiko besteht, damit zu scheitern.“ In den USA stimmten der Aussage lediglich 25 % der Befragten zu, in Europa waren es im Durchschnitt 45 %. Die höchste Zustimmung ergab sich mit 57 % in Deutschland.

Die Umfragen zeigen, dass die Deutschen in einer Arbeitnehmerkultur leben. Nach den Nachkriegsaufbaujahren hat sich eine spezifische Geisteshaltung entwickelt. Die Menschen geben die Verantwortung an andere weiter. Die Unternehmen oder ersatzweise der Staat werden als Garanten für eine gesicherte Zukunft angesehen. Der Mut zu Eigeninitiative und Risiko wird schon in jungen Jahren durch ein hohes Sicherheitsbedürfnis ersetzt. In einer Kultur der Selbstständigkeit haben dagegen viele junge Menschen ein starkes Interesse an der Gründung eines eigenen Unternehmens. Selbstständigkeit wird als Chance begriffen, eigene Lebensträume zu verwirklichen.

Der zunehmende internationale Wettbewerb bewirkt, dass einheimische Unternehmen immer schneller und flexibler auf das veränderte Nachfrageverhalten reagieren müssen. Produkte haben immer kürzere Lebenszyklen und verschwinden wieder vom Markt. Vollbeschäftigung und Wohlstand ist in dem Umfeld der Globalisierung nur dadurch zu erreichen, dass ausreichend viele kreative Unternehmen ständig Produkt- und Prozessinnovationen hervorbringen. Dazu bedarf es in



Deutschland mehr Unternehmensgründungen als bisher. Durch die jungen Unternehmen bekommt die Wirtschaft die notwendigen Zukunftsimpulse. Im internationalen Vergleich ist die Selbstständigenquote mit 11,8 % in Deutschland deutlich geringer als im OECD-Durchschnitt.²

Die Gründungsaktivitäten unterliegen jedoch mehreren aus wirtschaftspolitischer Sicht abzubauenen Hemmnissen. Eines davon ist das hohe wirtschaftliche Risiko, das Gründer³ persönlich tragen müssen und für das sie bei den Kapitalgebern ebenso risikobereite Mitstreiter finden müssen. Basel II verlangt eine risikogerechte Kreditvergabe, wodurch tendenziell die Kreditzinsen für höhere Risiken steigen. Eine sinnvolle Unterstützung sind daher die von der KfW-Mittelstandsbank, den Bürgschaftsbanken und den Landesförderinstituten geschaffenen Förderprogramme.

Im Bereich der Kreditgewährung wird dabei das Hausbankenprinzip angewendet. Die Hausbanken selektieren mit Hilfe ihrer internen Prüfverfahren die in Frage kommenden Gründer und Geschäftsideen. Zudem prüfen die Wirtschaftskammern die vorgelegten Businesspläne und beurteilen ihre Nachhaltigkeit. Dadurch verringert sich das Risiko für Gründer und Kapitalgeber. Gleichzeitig profitiert der Gründer von den entwickelten Beratungsangeboten.

In der vorliegenden Studie wird die Wirkung des Förderprogramms „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung Baden-Württemberg“ (kurz: GuW)⁴ ausschließlich bezogen auf das Thema Gründung innerhalb des Förderschwerpunkts Gründung und Festigung untersucht. Auf dem Prüfstand standen der Erfolg der gegründeten Unternehmen sowie die Ausgestaltung der einzelnen Elemente des Programms.

¹ Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Grünbuch „Unternehmergeist in Europa“ 2003, KOM (2003) 27end. ² Entnommen aus OECD Factbook 2006. Der Einschränkungen des Indikators Selbstständigenquote als Maßeinheit für eine Kultur der Selbstständigkeit sind sich die Autoren bewusst. ³ Die in der Studie gewählte geschlechtsspezifische Ausdrucksform dient der Vereinfachung und beabsichtigt weder Ausschluss noch Wertung. ⁴ Die Gründungs- und Wachstumsfinanzierung Baden-Württemberg wird mit drei Förderschwerpunkten angeboten: • GuW-Gründung und -Festigung • GuW-Mittelstandskredit • GuW-Unternehmerkredit. Der Schwerpunkt Gründung und Festigung richtet sich an Gründer, Betriebsnachfolger und junge Unternehmen. Folgende Vorhaben können gefördert werden: • Existenzgründung, Erwerb eines Unternehmens und Übernahme einer tätigen Beteiligung • Existenzfestigung junger Unternehmen, z. B. Erweiterung, Rationalisierung, Modernisierung. Die L-Bank bietet GuW in Kooperation mit der KfW-Mittelstandsbank und der Bürgschaftsbank Baden-Württemberg an.

2. Die Studie.

Seit vielen Jahren ist die Unterstützung und Förderung von Gründern und jungen Unternehmen ein Schwerpunkt der Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsförderung. Zentraler Bereich der Wirtschaftsförderung sind die Finanzhilfen. Die vorliegende Studie analysiert die Wirksamkeit dieser Maßnahmen. Schließlich sollen die eingesetzten Mittel möglichst zielgerichtet wirken. ←

Die Instrumente zur finanziellen Förderung der Existenzgründer durch die L-Bank in Baden-Württemberg wurden in der Vergangenheit regelmäßig evaluiert. Die letzte Erfolgskontrolle wurde im Dezember 1999 durch das Institut für Südwestdeutsche Wirtschaftsforschung der Steinbeis-Stiftung (ISW) vorgenommen.⁵

Am 1. Dezember 2000 wurden die Existenzgründungsprogramme von Bund und Land zur „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung Baden-Württemberg“ zusammengefasst. Dabei wurden die zinsverbilligte Darlehensförderung des Landes, die günstigen Refinanzierungsmöglichkeiten der KfW-Mittelstandsbank und die Bürgschaften der Bürgschaftsbank Baden-Württemberg in einem gemeinsamen Förderangebot gebündelt. Ein einheitliches Antragsformular und die harmonisierte Förderpraxis waren wichtige Meilensteine bei der Lichtung des oft kritisierten „Förderdschungels“.

Die vorliegende Untersuchung überprüft, ob das neu justierte Förderangebot den Finanzierungsbedürfnissen der Gründer gerecht wird und einen Beitrag zu deren nachhaltigem Erfolg leistet. Als Existenzgründer in diesem Sinne gelten Personen, die ein neues Unternehmen gründen, ein bestehendes Unternehmen übernehmen oder sich tätig beteiligen. Gleichzeitig werden die Einschätzung der Förderung durch die Gründer und das Optimierungspotenzial analysiert. Von besonderem Interesse ist, welche Eigenschaften erfolgreiche Gründer auszeichnen.

Die empirische Grundlage ist eine standardisierte postalische Befragung der 2.036 im GuW-Programm⁶ geförderten Existenzgründer des Jahr-

gangs 2001, die über die betreuenden Hausbanken von der L-Bank vorgenommen wurde. Neben dem Fragebogen für die Existenzgründer wurde ein Bankenbogen versendet und die Banken wurden gebeten, ihn für jene Gründer auszufüllen, deren Unternehmen nicht mehr existiert.⁷ Beide Bögen wurden im Frühjahr 2006 entwickelt und mehreren Pre-Tests bei Gründern und den Hausbanken unterzogen. Der Zeitraum der Befragung erstreckt sich analog zu der Untersuchung aus dem Jahr 1999 auf fünf Jahre.

Der von der L-Bank erfasste Rücklauf enthält 127 Bankenbögen und 628 auswertbare Gründerbögen. Es ergibt sich eine Rücklaufquote von 37,1 %, die gemessen an den vorangegangenen und vergleichbaren Studien als überdurchschnittlich hoch zu bewerten ist. Die abgeleiteten Ergebnisse sind daher aussagekräftig.

Die Gründerbögen wurden insgesamt gut ausgefüllt. Wie erwartet, waren die Befragten in Bezug auf die quantitativen Erfolgsvariablen zurückhaltend. Dies gilt insbesondere für die unvollständigen Geschäftsjahre 2001 und 2005. Für das Jahr 2005 lagen vielen Unternehmern die Jahresabschlüsse zum Befragungszeitpunkt noch nicht vor. Bei den in den weiteren Abschnitten angegebenen Berechnungen beziehen sich die Werte stets auf jene Unternehmen, für die die Angaben vorliegen, wobei die Datengrundlage durchgehend als gut eingeschätzt wird. Von den 628 zurückgeschickten Gründerbögen wurden 22,8 % von Gründerinnen ausgefüllt.

⁵Böhm und Volkert, Finanzielle Existenzgründungsförderung des Landes Baden-Württemberg – eine Erfolgskontrolle – Bericht des Instituts für Südwestdeutsche Wirtschaftsforschung der Steinbeis-Stiftung an die L-Bank, 12/1999. ⁶Das heißt, die Förderung kleiner Existenzgründungen im Rahmen der Starthilfe Baden-Württemberg wurde bei dieser Studie nicht untersucht. ⁷Beide Bögen befinden sich im Anhang der Studie.



3. Der Gründungserfolg.

„Unternehmer werden ist nicht schwer ...“ – doch wie geht es weiter? Ist der Schritt in die Selbstständigkeit auch der Weg zu einer tragfähigen Vollexistenz? Kann sich das junge Unternehmen nachhaltig am Markt behaupten, hat es Entwicklungsmöglichkeiten? Die Ergebnisse sind ermutigend, denn mehr als vier von fünf Unternehmen sind nach fünf Jahren noch am Markt. Wichtige betriebswirtschaftliche Kennzahlen belegen: Die jungen Unternehmen bringen Dynamik in den wirtschaftlichen Entwicklungsprozess, sie schaffen Arbeits- und Ausbildungsplätze in beachtlicher Zahl. ←

Um den Gründungserfolg zu ermitteln, wurden mehrere Kategorien untersucht. Minimalerfolg ist das Verbleiben am Markt, erfasst mit Hilfe der Überlebensrate. Das reine Überleben eines Unternehmens kann jedoch im Extrem mit einer unbefriedigenden „Working-Poor-Situation“ einhergehen.⁸ Andererseits bedeutet eine Unternehmensaufgabe nicht zwangsweise, dass der Unternehmer gescheitert ist; zumindest in bestimmten Bereichen (z. B. bei den freien Berufen) könnte auch ein attraktives Anstellungsangebot der Grund für die Aufgabe der Selbstständigkeit sein.

Über den Minimalerfolg des Überlebens hinaus gilt es, weitere Erfolgskriterien abzubilden. Hierzu gehören die Beschäftigtenzahl, die Umsatzentwicklung und die Entwicklung des Betriebsergebnisses ebenso wie die Veränderung der Eigenkapitalausstattung.

3.1 Die Überlebensrate

Von großem Interesse sind Unternehmensgründungen, die nach den ersten fünf Jahren weiterhin Bestand haben. Im Vergleich zu dem von der L-Bank geförderten Gründungsjahrgang 1992⁹ ist die Überlebensquote mit 83,2 % um einen Prozentpunkt gestiegen. Im Unterschied zu den vom Institut für Mittelstandsforschung (IfM Bonn) im

Rahmen der Evaluation der Gründungsinitiative „GO! NRW“ erhobenen Daten der Gründungsjahrgänge 1996 und 1999 haben die Gründungen in Baden-Württemberg eine deutlich höhere Überlebensrate.¹⁰ Zieht man einen Vergleich zu nicht geförderten Gründungen, so ist die Überlebensrate zum Teil wesentlich höher. So betrug z. B. in der im IAB-Panel erfassten Gründungskohorte von 1997 die Überlebensrate nach sechs Jahren lediglich 33,9 %.¹¹

Die höheren Überlebensraten weisen auf die positive Selektion der Existenzgründer durch die oben beschriebene Anwendung des Hausbankprinzips und die positive Wirkung der Förderung hin. Die Zinsverbilligung der Darlehen ist ein systemischer Vorteil im Vergleich zum Zuschuss der Bundesagentur für Arbeit, es erfolgt ein zielgerichteter erfolgsorientierter Mitteleinsatz.

⁸Der Begriff „Working Poor“ bezeichnet Menschen, die trotz einer Erwerbstätigkeit keinen existenzsichernden Lebensunterhalt verdienen, also arm trotz Beschäftigung sind. ⁹Böhm und Volkert, Finanzielle Existenzgründungsförderung des Landes Baden-Württemberg – eine Erfolgskontrolle –, Bericht des Instituts für Südwestdeutsche Wirtschaftsforschung der Steinbeis-Stiftung an die L-Bank, 12/1999. ¹⁰Vgl. Kay, May-Strobl, Maß: Neue Ergebnisse der Existenzgründungsforschung, DUV Verlag Wiesbaden 2001, S. 40 ff. Die Förderung bestand hier aus einer kostenlosen Erstberatung und der Vermittlung weiterer Förderprodukte. ¹¹Vgl. Heckmann, Schnabel: Überleben und Beschäftigungsentwicklung neu gegründeter Betriebe, Nürnberg 2005.

Tabelle 1

→ Überlebensraten geförderter Existenzgründungen ¹²				
Studie	Gründungsjahrgang	Zeitraum	Region	Überlebensrate
ISW 1999	1992	5 Jahre	Baden-Württemberg	82,3%
IfM 2001	1996	4 Jahre	Nordrhein-Westfalen	74,0%
IfM 2001	1999	2 Jahre	Nordrhein-Westfalen	78,0%
RKW 2006	2001	5 Jahre	Baden-Württemberg	83,2%

Zur Bewertung von Überlebensraten muss ein Bezug zur jeweiligen gesamtwirtschaftlichen Situation hergestellt werden. Für den Vergleich der geförderten Gründungsjahrgänge 1992 und 2001 ist die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den Abbildungen 2 und 3 in Form der Wachstumsraten des deutschen Bruttoinlandsprodukts¹³,

deren Trend und der Anzahl der Unternehmensinsolvenzen in Westdeutschland dargestellt.¹⁴

Der Gründungsjahrgang 2001 entwickelte sich insgesamt im Umfeld einer ungünstigeren gesamtwirtschaftlichen Lage. Der Trend der Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts weist nach unten, die Zahl der Insolvenzen bewegt sich auf einem deutlich höheren Niveau.

Abbildung 2

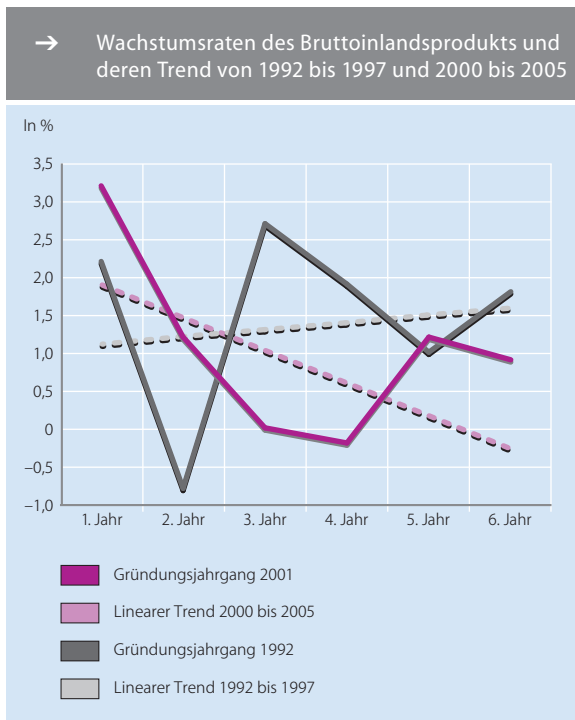
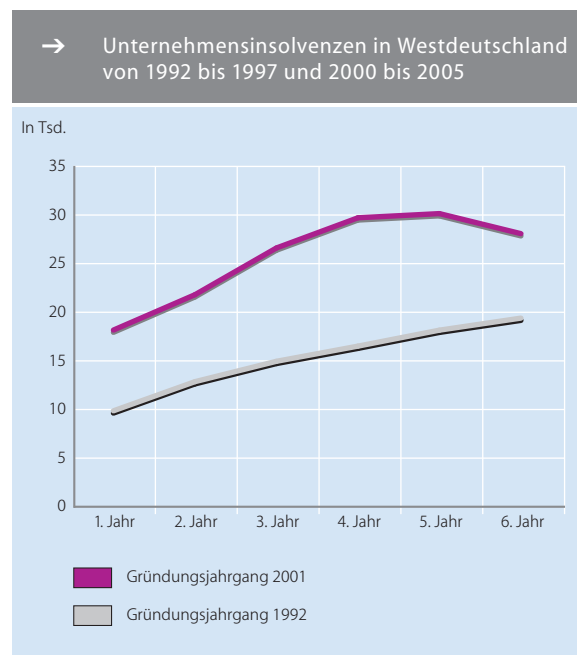


Abbildung 3

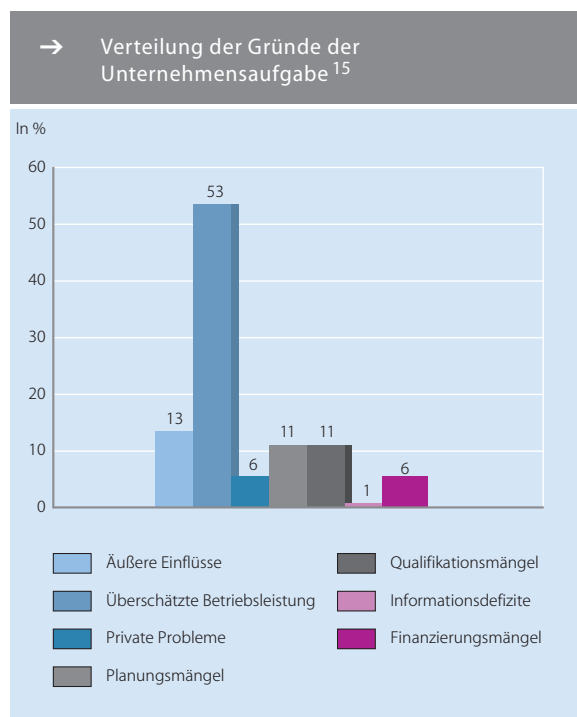


¹²Böhm und Volkert, Finanzielle Existenzgründungsförderung des Landes Baden-Württemberg – eine Erfolgskontrolle –, Bericht des Instituts für Südwestdeutsche Wirtschaftsforschung der Steinbeis-Stiftung an die L-Bank, 12/1999, und Kay, May-Strobl, Maaß, a. a. O. ¹³Vgl. Statistisches Bundesamt, Stand August 2006 (BIP). ¹⁴Vgl. Creditreform: Insolvenzen, Lösungen, Neugründungen, 1. Halbjahr 2001 und 2006.

Das konjunkturelle Tief im dritten und vierten Jahr kann eine der Ursachen für die zu beobachtende Häufung der Unternehmensaufgaben in diesem Zeitraum sein. Die Unternehmen des Gründungsjahrgangs 2001 haben sich also trotz eines signifikant schwierigeren gesamtwirtschaftlichen Umfelds im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 besser am Markt behauptet.

Die Gründer, die ihr Unternehmen aufgegeben haben, sind für die betreuenden Banken und die L-Bank schwer zu erreichen, so dass auf ihre Befragung verzichtet wurde. Stattdessen wurden die begleitenden Hausbanken befragt, die als neutrale Instanz einen objektiven Blick für die Gründe des Scheiterns haben. Mit über 53 % ist die Überschätzung der eigenen Betriebsleistung die Hauptursache für das Scheitern der Unternehmensgründung. Unter der Betriebsleistung wird dabei die Fähigkeit verstanden, aus dem Geschäftsprozess einen angemessenen Unternehmergewinn zu erzielen. Mit weitem Abstand folgen mögliche äußere Einflüsse auf das Unternehmen. Im Unterschied zu anderen Studien spielen Finan-

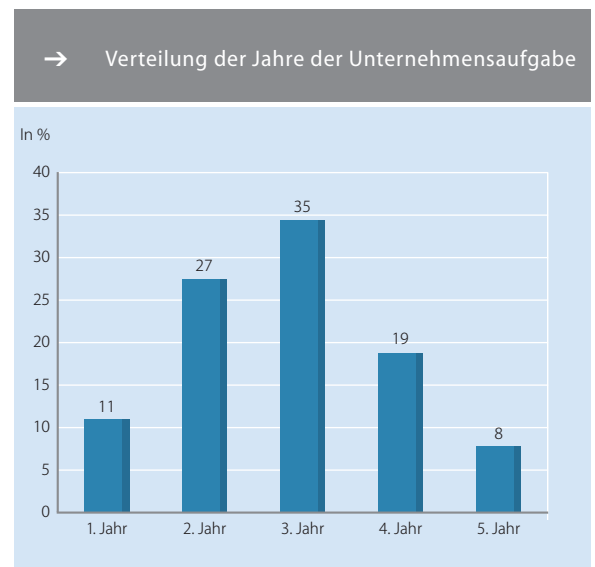
Abbildung 4



zierungsmängel und Informationsdefizite eine untergeordnete Rolle.¹⁶ Die Kombination einer attraktiven Finanzierungsförderung mit spezifischen Beratungsangeboten scheint sich hier positiv auszuwirken.

Die Unternehmen scheitern überproportional häufig im zweiten und dritten Jahr nach der Gründung. Dies ist der Zeitpunkt, an dem die tilgungsfreie Zeit der durch die L-Bank ausgereichten Darlehen endet, das heißt zu dem die höchste Kapitaldienstbelastung besteht.

Abbildung 5



Die Gründung von Handelsunternehmen erweist sich als besonders risikobehaftet. Der Handel ist mit über 32 % bei den gescheiterten Unternehmen weit überproportional vertreten.¹⁷ Die im Handel gegründeten Unternehmen weisen zudem eine geringere Lebensdauer auf als die anderen gescheiterten Unternehmen – über 68 % scheitern bereits im zweiten und dritten Jahr nach der Gründung. Dies deckt sich im Übrigen mit der kritischen Brancheneinschätzung bei der Entwicklung der Unternehmensinsolvenzen in Deutschland.¹⁸

¹⁵ Mehrfachnennungen waren möglich, wurden jedoch nicht genutzt. ¹⁶ Vgl. BMAS-Gutachten von 2001 zu Existenzgründung – gesund und sicher starten, S. 15 (unter www.proguender.de). ¹⁷ Vgl. Strukturdaten der IHK Stuttgart 2006. ¹⁸ Vgl. Creditreform: Insolvenzen, Löschungen, Neugründungen, Jahr 2005.

3.2 Wichtige quantitative Erfolgsgrößen

Um das Niveau des Überlebens eines Unternehmens zu bestimmen, benötigt man weitere Indikatoren. Daher wurden neben der Überlebensrate mehrere quantitative Maßzahlen zur Messung des Gründungserfolgs abgefragt. Im Einzelnen sind dies jeweils für die Jahre 2001 bis 2005:

- die Anzahl der Beschäftigten und Auszubildenden
- die Umsatzentwicklung
- die Entwicklung des Betriebsergebnisses
- die Entwicklung des Eigenkapitals und der Bilanzsumme

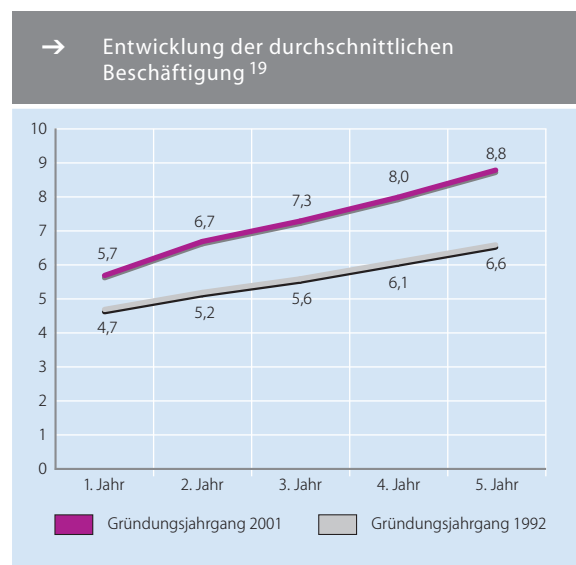
Aus den gewonnenen Daten lässt sich die Umsatzrentabilität und Eigenkapitalquote berechnen. Die einzelnen Ziele haben aus betriebswirtschaftlicher und wirtschaftspolitischer Sicht eine unterschiedliche Wertigkeit. Aus der Sicht des einzelnen Unternehmers sind das Betriebsergebnis und das Eigenkapital relevant. Das Betriebsergebnis beeinflusst im Wesentlichen sein Einkommen, das Eigenkapital stellt sein Vermögen dar. Aus wirtschaftspolitischer Sicht ist insbesondere die Entwicklung der Beschäftigung interessant. Positive Beschäftigungseffekte reduzieren die Arbeitslosigkeit und verringern damit den Umfang der notwendigen Transferzahlungen.

3.2.1 Geschaffene Arbeitsplätze

Die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten lag im Jahr 2001 bei 5,7. Hochgerechnet auf die insgesamt 2.036 geförderten Existenzgründungen ergibt sich eine Gesamtzahl von 11.600 Arbeitsplätzen, an deren Entstehung die L-Bank mittelbar beteiligt war. Im Jahr 2005 betrug die durchschnittliche Beschäftigtenzahl 8,8 – eine Steigerung um 54 %. In Abbildung 6 ist die Verteilung des Mittelwertes der Beschäftigten über die einzelnen Jahre dargestellt. Rechnet man diesen Mittelwert auf die bestehenden 1.694 Unternehmen um, ergibt sich 2005 eine Anzahl von 14.900 bestehenden Arbeitsplätzen, davon sind mehr als 3.000 im Betrachtungszeitraum neu entstanden.

Der Gründungsjahrgang 1992 startete mit durchschnittlich 4,3 Beschäftigten und stellte zum Zeitpunkt der Erhebung im fünften Jahr rund 13.000 Arbeitsplätze bei 6,6 durchschnittlich Beschäftigten. Der Jahrgang 2001 ist also hinsichtlich der Entstehung und Nachhaltigkeit der geschaffenen Arbeitsplätze deutlich erfolgreicher.

Abbildung 6



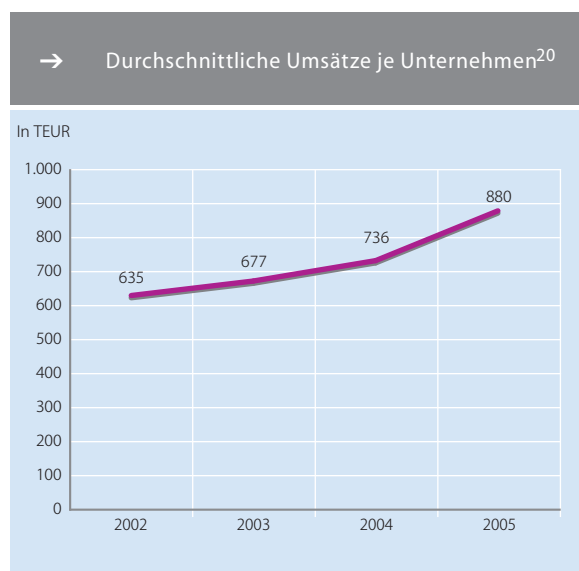
Neben der durchschnittlichen Anzahl der Beschäftigten beschreiben die Verteilung der Beschäftigungsgrößenklassen und ihre Entwicklung von 2002 bis 2005 die untersuchten Unternehmen.

Bei der Gründung haben die Unternehmen mit bis zu drei Beschäftigten mit fast 60 % den größten Anteil. Innerhalb der fünf Jahre verändert sich das Bild zugunsten des Anteils von Unternehmen mit bis zu fünf Beschäftigten. Damit kann erklärt werden, worauf die Entwicklung der durchschnittlichen Beschäftigung hindeutete: Die Unternehmen wachsen, allerdings unterschiedlich. Bei der Analyse wird deutlich, dass ein großer Teil der Firmen auf geringer Basis dynamisch wächst und ein etwa gleich großer Anteil von bei der Gründung bereits größeren Unternehmen sich stagnierend entwickelt. Da stagnierend ein Wachstum von bis zu 5 % bedeutet, tragen auch diese Unternehmen nicht unerheblich zum Beschäftigungswachstum bei.

¹⁹ Die Ermittlung beruht auf n (2001) = 410, n (2002) = 488, n (2003) = 494, n (2004) = 500 und n (2005) = 473.

Hervorzuheben ist, dass die Unternehmen in einem hohen Maß neue Ausbildungsplätze schaffen. Im Jahr 2001 bildeten insgesamt 34,4 % der Unternehmen aus, die maximale Anzahl der Auszubildenden lag bei fünf. Im Jahr 2005 bildeten bereits über die Hälfte der Betriebe (52 %) aus, mit dem Trend, mehrere Auszubildende zu beschäftigen. Es ist eine Erhöhung der Anzahl der Ausbildungsplätze um 117 % festzustellen. Parallel zum Unternehmenswachstum wächst die Anzahl der Auszubildenden im Unternehmen.

Abbildung 7

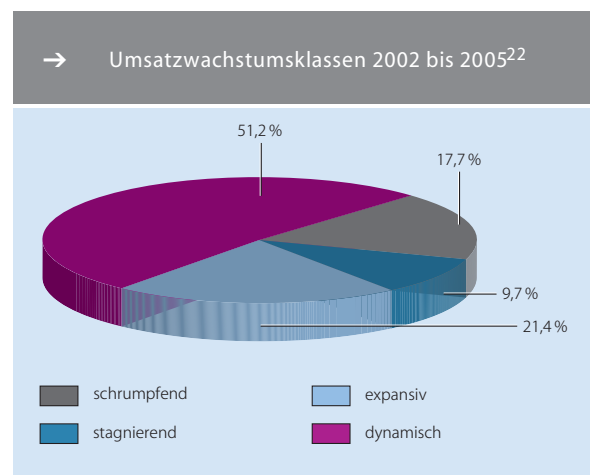


3.2.2 Umsatzentwicklung

Neben der Entwicklung der Beschäftigung ist die Umsatzentwicklung ein weiterer wichtiger Erfolgsmaßstab. Der durchschnittliche Umsatz entwickelte sich von 635.000 Euro im Jahr 2002 auf 880.000 Euro im Jahr 2005. Dies entspricht einem Zuwachs von 39 %.²¹

Bei der Einteilung in Umsatzgrößenklassen zeigt sich ein hoher Anteil kleiner Gründungen zu Beginn des Förderzeitraums. Wie bereits bei der Analyse der Beschäftigungsentwicklung festgestellt wurde, findet ein Wachstum der Unternehmen statt, so dass der Anteil der Unternehmen über 400.000 Euro Umsatz steigt. Die Unternehmensgrößen gleichen sich durch die Wachstumsprozesse an.

Abbildung 8



In Abbildung 8 sind die unterschiedlichen Umsatzwachstumsklassen dargestellt. Sie sind bezeichnet mit „schrumpfend“ für Unternehmen mit einem negativen Wachstum, mit „stagnierend“ für Unternehmen mit bis zu 5 % Wachstum, mit „expansiv“ für Unternehmen mit einem Wachstum zwischen 5 % und 25 % und mit „dynamisch“ für Unternehmen mit einem Wachstum von mehr als 25 %. Besonders hervorzuheben ist der mit 51,2 % sehr hohe Anteil dynamisch wachsender Unternehmen.

²⁰Die Ermittlung beruht auf n (2002) = 469, n (2003) = 482, n (2004) = 487 und n (2005) = 382. ²¹Im Datensatz ist eine leichte Verzerrung festzustellen, da einige Unternehmen sehr hohe Umsätze aufweisen. ²²Die Ermittlung beruht auf n = 453.

3.2.3 Betriebsergebnis

Zunächst kann zwischen jenen Unternehmen unterschieden werden, die ein positives Betriebsergebnis haben, und denen, die ein negatives Betriebsergebnis aufweisen. Für das Jahr 2002 wiesen 19 % der jungen Unternehmen ein negatives Betriebsergebnis auf, 81 % ein positives. Im Vergleich dazu ergibt sich eine erhebliche Verschiebung des Verhältnisses für das Jahr 2005, in

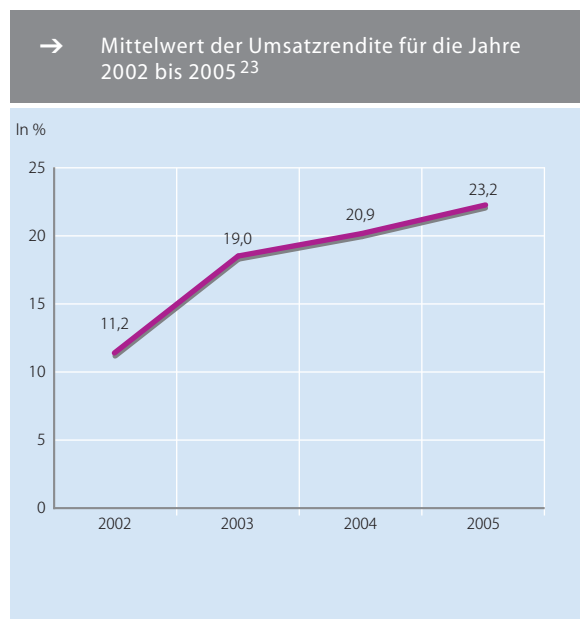
dem lediglich noch 4,8 % der Unternehmen ein negatives Betriebsergebnis verzeichneten. Im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 starteten die Unternehmen deutlich besser, damals wiesen 24,4 % im ersten Geschäftsjahr ein negatives Betriebsergebnis auf. Auch nach einer fünfjährigen Entwicklungszeit ist der Gründungsjahrgang 2001 etwas erfolgreicher. Im Gründungsjahrgang 1992 gaben noch 7,5 % der Unternehmen nach fünf Jahren ein negatives Betriebsergebnis an.



3.2.4 Entwicklung wichtiger betriebswirtschaftlicher Kennzahlen

Ein positives Betriebsergebnis ist eine notwendige Voraussetzung für den nachhaltigen Bestand eines Unternehmens. Für die Beurteilung des Entwicklungspotenzials der Unternehmen ist die Betrachtung der Rendite hilfreich. Sie wurde nicht direkt von den Unternehmen erfragt, sondern auf Basis vorhandener Daten berechnet. Die durchschnittliche Rendite entwickelte sich sehr positiv: Im Jahr 2002 betrug die durchschnittliche Umsatzrendite bereits über 11 %, sie stieg bis zum Jahr 2005 auf über 23 %.

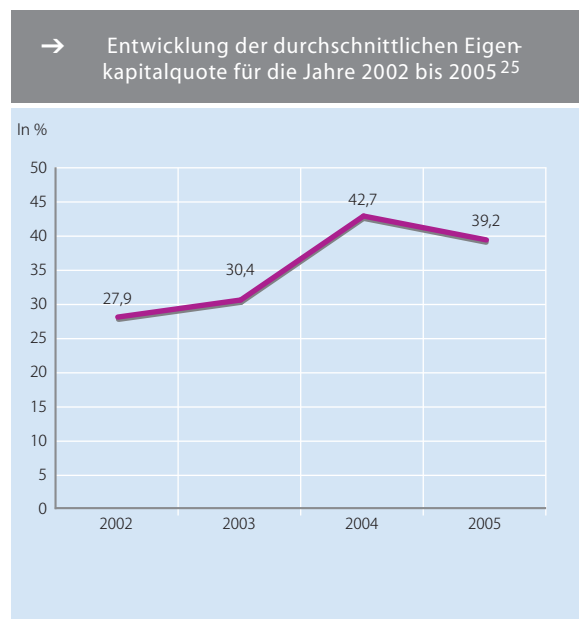
Abbildung 9



Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Unternehmen, die in die Umsatzrenditeklassen über 5 % einzuordnen sind.

Die steigenden Renditen spiegeln sich in einem Zuwachs des durchschnittlichen Eigenkapitals von 56.000 Euro auf 118.000 Euro und einer steigenden Eigenkapitalquote wider. Die Abbildung 10 stellt die Entwicklung der Eigenkapitalquoten für die Jahre 2002 bis 2005 dar. Die ermittelten durchschnittlichen Eigenkapitalquoten liegen signifikant über denen im Mittelstand generell. Im Jahr 2002 beträgt die durchschnittliche Eigenkapitalquote bei kleinen Unternehmen 5,8 %, bei mittleren Unternehmen 22,7 %.²⁴ Auch hierin äußert sich wiederum die hohe Güte der Selektion der geförderten Gründer.

Abbildung 10



²³ Die Ermittlung beruht auf n (2002) = 410, n (2003) = 417, n (2004) = 422 und n (2005) = 291. ²⁴ Vgl. Mittelstandsmonitor 2006, S. 159, kleine Unternehmen bis Jahresumsatz 2,5 Mio. Euro und mittlere von 2,5 Mio. Euro bis 50 Mio. Euro Jahresumsatz. ²⁵ Die Ermittlung beruht auf n (2002) = 167, n (2003) = 178, n (2004) = 177 und n (2005) = 98.



4. Gründungsmerkmale.

Es gibt viele Wege in die Selbstständigkeit – und neben der Neugründung auch andere erfolgversprechende Formen des Unternehmertums. Wo ist der Erfolg am größten? Beeinflusst die Branche die Gründungsform? Und gilt auch hier der Grundsatz: „Gemeinsam sind wir stärker“? ←

Im Folgenden liegt der Fokus der Betrachtungen auf dem Zusammenhang zwischen Gründungsmerkmal und -ergebnis. Unter den Gründungsmerkmalen versteht man eindeutig ermittelbare Kriterien, nach denen sich die Existenzgründungen unterscheiden. Ihr Einfluss auf den Gründungserfolg soll herausgearbeitet werden. Im Gründerbogen wurden folgende Gründungsmerkmale abgefragt:

- die Formen der Gründung
(Neugründung, Übernahme, tätige Beteiligung)
- der Gründungstyp
(Einzel- oder Teamgründung)
- die Branche
- die Rechtsform

Form, Typ und Branche werden im Hinblick auf die Gründungsergebnisse analysiert.

4.1 Formen der Gründung

Im Förderprogramm „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung“ unterscheidet die L-Bank zwischen einer Neugründung, einer Übernahme und der tätigen Beteiligung an einem Unternehmen. Der Anteil der Neugründungen beträgt 46,6 %, der Übernahmen 46 % und der tätigen Beteiligungen 7,4 %. Der Anteil der Übernahmen und der tätigen Beteiligungen ist im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 (39,2 %) wesentlich höher.

Diese Entwicklung bestätigt das von der Landesregierung Baden-Württemberg beschlossene und von der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge (ifex) im Wirtschaftsministerium umgesetzte 12-Punkte-Programm²⁶ zur Unternehmensnachfolge. Die dort formulierten Maßnahmen treffen die Bedürfnisse der Zielgruppe. Die einzelnen Gründungsarten wurden mit Hilfe der Erfolgsvariablen Umsatz, Beschäftigtenzahl und Umsatzrendite ausgewertet.

4.1.1 Neugründungen

Die Neugründungen erfolgten mit 79 % im Vergleich zu allen erhobenen Gründungen überproportional von Männern, mit einem Anteil von 82,8 % in den Altersklassen von 25 bis 45 Jahren. 65,5 % waren zuvor abhängig beschäftigt, 16,8 % arbeitslos. Über 90 % hatten zuvor Berufserfahrung in der Branche gesammelt. Nahezu ein Drittel der Gründungen sind Teamgründungen, die zu zwei Dritteln aus Zwei-Personen-Teams bestehen. 6,2 % der Gründer stammen nicht aus Baden-Württemberg, womit ein erwähnenswerter Zuzug stattfindet. Mit 57 % überwiegt die Rechtsform der Einzelgründung, gefolgt mit 21,6 % von der Rechtsform der GmbH. Die Neugründungen starten mit wenig Umsatz und Beschäftigten und entwickeln sich bemerkenswert dynamisch. Sie sind dabei rentabel und konnten ihre Umsatzrendite im Durchschnitt steigern.

4.1.2 Übernahme von Unternehmen

Übernahmen sind in nahezu gleicher Anzahl wie Neugründungen vertreten. Sie sind für den wirtschaftlichen Erneuerungsprozess bedeutsam. Für den Übernehmer ist es in der Regel leichter als für den Neugründer, da er auf eine bereits vorhandene Unternehmensstruktur aufbauen kann: Es bestehen Lieferanten- und Kundenbeziehungen, das Unternehmen und seine Produkte sind am Markt eingeführt, die Produktionsprozesse eingespielt.

Der Anteil der weiblichen Übernehmer liegt mit 25,7 % um drei Prozentpunkte über der Gesamtstichprobe, mit 86 % überwiegen wiederum die Altersklassen zwischen 25 und 45 Jahren. Die Übernahme erfolgt mit 77 % aus der abhängigen Erwerbstätigkeit, lediglich 14 % der Übernehmer waren zuvor bereits selbstständig. Bei 95 % von

²⁶ Vgl. 12-Punkte-Programm Unternehmensnachfolge, Hrsg. Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg 2002.

ihnen lagen zum Zeitpunkt der Übernahme Berufserfahrungen in der Branche vor. Der Anteil von Übernahmen im Team ist mit 28 % etwas geringer, mit über 70 % erfolgen sie ebenfalls am häufigsten in Zwei-Personen-Teams. Mit 8 % ist der Anteil der nach Baden-Württemberg zuziehenden Unternehmer höher als bei den Neugründungen, in über 50 % der Fälle erfolgt sie in der Rechtsform des Einzelunternehmens bzw. in 20 % als GmbH.

4.1.3 Tätige Beteiligung an Unternehmen

Die tätigen Beteiligungen weisen den geringsten Anteil auf; sie sind mit 83 % eine Domäne der Männer. Tätige Beteiligungen erfolgen mit einem Anteil von 82 % aus der abhängigen Erwerbstätigkeit, nur 6,5 % der Gründer waren zuvor arbeitslos. Der Anteil der Teamgründungen ist mit 67 % mehr als doppelt so hoch wie bei Neugründungen

und Übernahmen, mit 63 % überwiegt die Rechtsform der Gesellschaft bürgerlichen Rechts.

4.1.4 Entwicklung der Erfolgskriterien bei den verschiedenen Gründungsformen

In Bezug auf die Beschäftigung entwickeln sich die Neugründungen mit der größten Dynamik. Sie starten allerdings auf dem geringsten Niveau. Insofern ist der Beitrag der Übernahmen und tätigen Beteiligungen, der vordergründig weniger dynamisch erscheint, nicht zu unterschätzen.

→ Siehe Abbildung 11

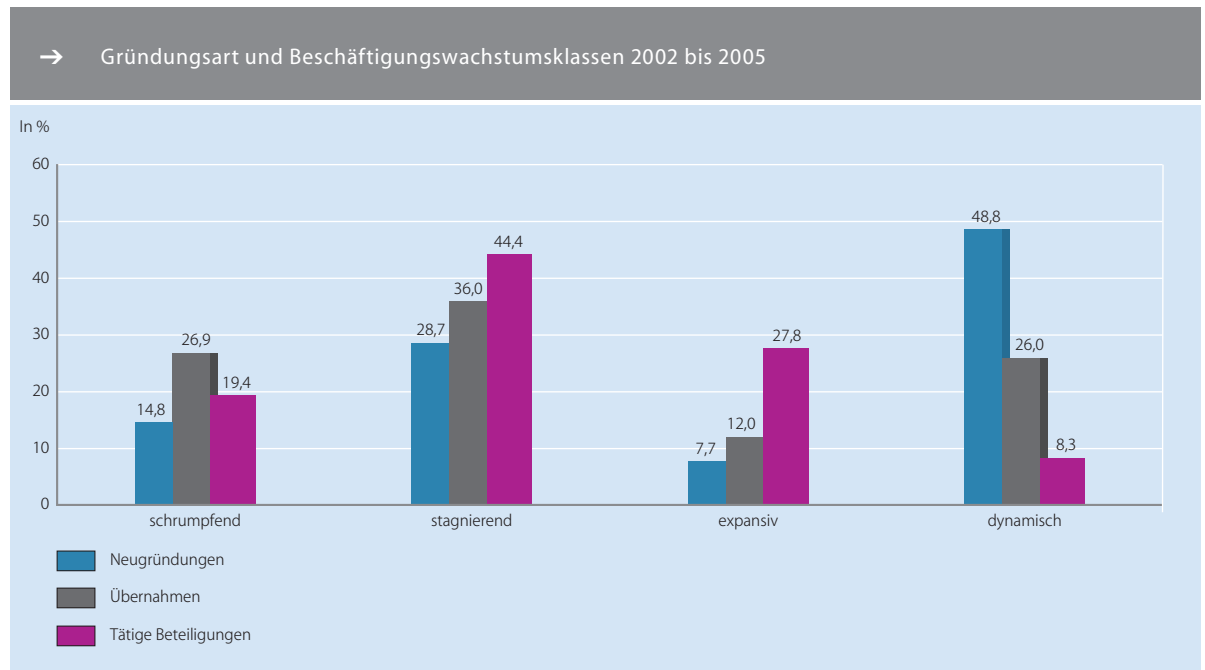
Gleiches gilt für die Umsatzentwicklung, wobei hier der hohe Anteil der sich dynamisch entwickelnden Unternehmen bei den Übernahmen und tätigen Beteiligungen positiv auffällt.

→ Siehe Abbildung 12

Tabelle 2

→ Erfolgsindikatoren und ihre Entwicklung nach der Gründungsform									
	Umsatz			Beschäftigung			Umsatzrendite		
	2002	2005	Veränd.	2002	2005	Veränd.	2002	2005	Veränd.
	in TEUR		in %	Mitarbeiter		in %	in %		in %
Mittelwerte									
Neugründungen	474	840	77,2	3,80	9,60	152,6	5	19	280,0
Übernahmen	708	828	17,0	6,68	7,55	13,0	19	27	42,0
Tätige Beteiligungen	1.224	1.533	25,3	11,29	12,16	7,7	26	25	-3,9

Abbildung 11



4.2 Gründungstyp (Einzel- oder Teamgründung)

Bei der Erhebung wurde zwischen Einzel- und Teamgründungen unterschieden. 68,2% der erfassten Gründungen sind Einzelgründungen. Die anderen Gründungen erfolgten in Teams.

Der Anteil der Teamgründungen ist gegenüber dem Gründungsjahrgang 1992 um 6,8 Prozentpunkte gestiegen. Neugründungen und Übernah-

men sind in beiden Gruppen jeweils etwa gleich verteilt. Im Vergleich der Erfolgsvariablen von Team- und Einzelgründungen ist Folgendes festzustellen:

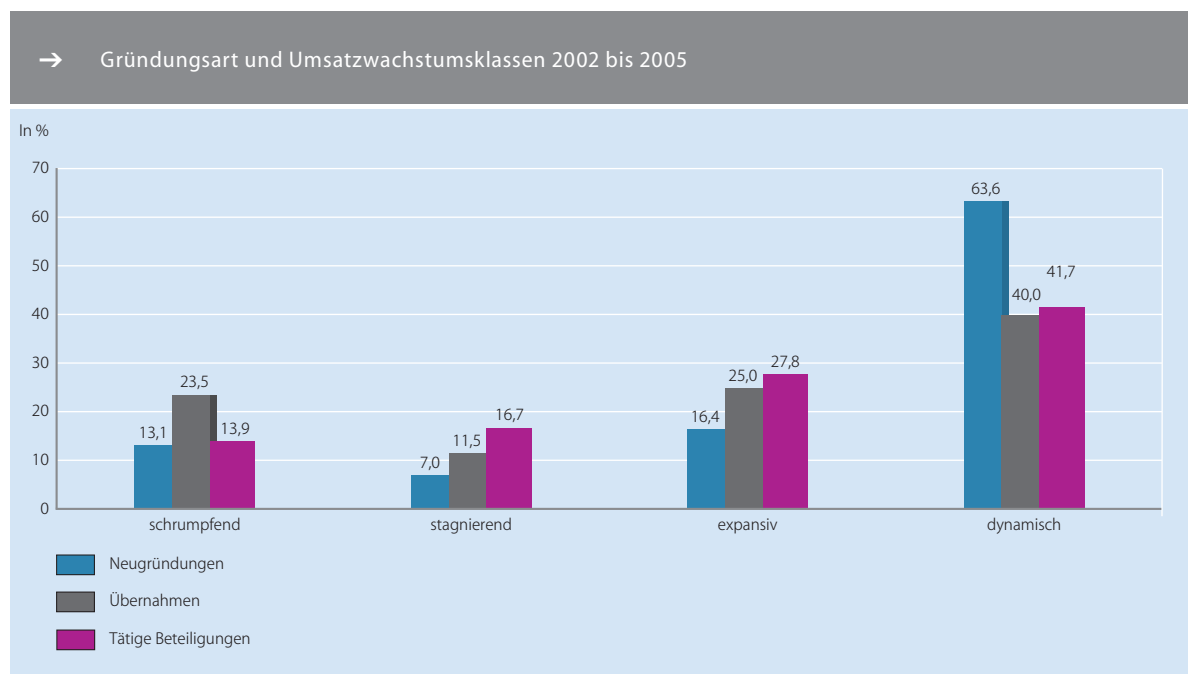
- Die Entwicklung der durchschnittlichen Beschäftigung bei Teamgründungen ist mit einer Steigerung von 78% zu 32% bemerkenswert besser als bei Einzelgründungen.
- Bei Teamgründungen wächst der Umsatz um über 50% und ist damit im Vergleich zu den Einzelgründungen (17%) deutlich besser.

Tabelle 3

→ Erfolgsindikatoren und ihre Entwicklung nach dem Gründungstyp

	Umsatz			Beschäftigung			Umsatzrendite		
	2002	2005	Veränd.	2002	2005	Veränd.	2002	2005	Veränd.
	in TEUR		in %	Mitarbeiter		in %	in %		in %
	Mittelwerte								
Einzelgründungen	406	475	17,0	3,9	5,2	32,8	12	26	116,7
Teamgründungen	1.099	1.655	50,6	8,8	15,7	78,5	9	19	111,1

Abbildung 12



- In beiden Gruppen gibt es einen relativ hohen Anteil an Unternehmen mit einem dynamischen Umsatzwachstum.
- Die Rendite wächst in beiden Gruppen gleich stark. Einzelgründungen starten jedoch auf einem höheren Niveau und können die Entwicklung fortsetzen.

→ Siehe Abbildungen 13 und 14

4.3 Ein Blick auf die Branchen

Die wirtschaftliche Entwicklung in den einzelnen Branchen folgt unterschiedlichen Konjunktur- und Wachstumszyklen. Daher stellt sich die Frage, in welchen Branchen besonders häufig gegründet wurde und in welchen mit hohem Erfolg.

4.3.1 Verteilung der Branchen – Branchenzugehörigkeit

In der Verteilung der Branchen zeigt sich eine Zweiteilung. Etwas mehr als die Hälfte der Gründungen entfallen auf die freien Berufe und das Handwerk. Die restlichen gut 45 % entfallen auf die Branchen Groß-/Einzelhandel, unternehmensbezogene Dienstleistungen, ver-

arbeitendes Gewerbe, Bau-/Ausbaugewerbe, private Dienstleistungen sowie Hotel- und Gaststättengewerbe.

→ Siehe Abbildung 15

Die im Datensatz vorliegende Verteilung entspricht nicht der Verteilung der Branchen in Baden-Württemberg. Das Handwerk und die freien Berufe haben bei den analysierten Existenzgründern einen überproportionalen Anteil, das verarbeitende Gewerbe ist im Datensatz nur mit 20 % des Gewichtes vertreten, das es am Bestand in Baden-Württemberg hat.²⁷ Ein Vergleich mit der Struktur der geförderten Unternehmen des Gründungsjahrgangs 1992 ist nicht möglich, da die Heilberufe erst mit der Öffnung des Mittelstandsförderungsgesetzes in die Gründungsförderung aufgenommen wurden. Die Unternehmensgründungen erfolgten im Jahr 2001 überproportional in diesem Bereich. Die seit einigen Jahren erkennbare Tendenz des Wachstums des Gesundheitssektors findet hierin ihren Ausdruck. Mit der Veränderung der Förderung wird eine Begleitung des ablaufenden Strukturwandels möglich. Die notwendige Erneuerung der Wirtschaftsstruktur wird durch die angebotene Fördermaßnahme aktiv unterstützt. Die ersten Ergebnisse werden in dem vorgelegten Befund deutlich.

²⁷ Vgl. Strukturdaten der IHK Stuttgart, 2006.

Abbildung 13

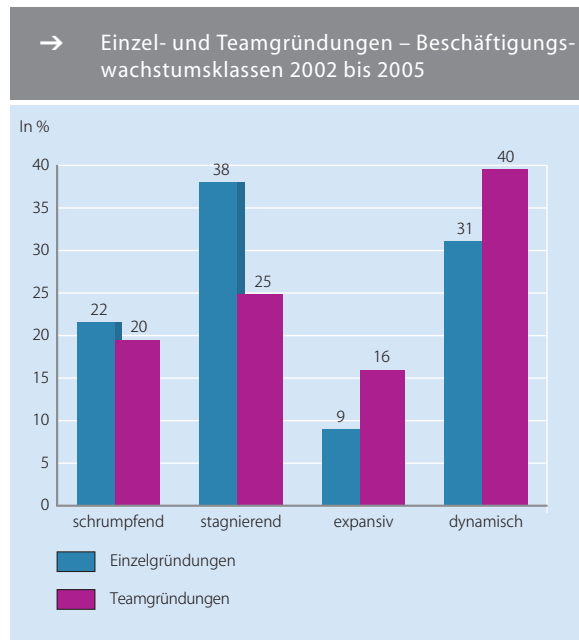
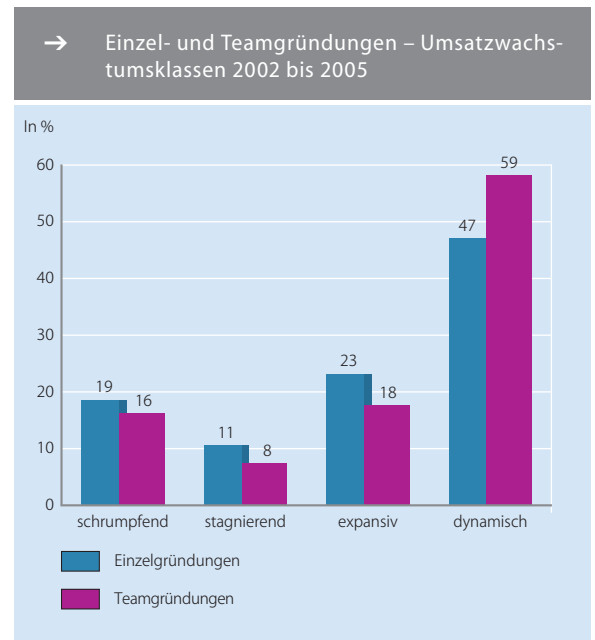


Abbildung 14



4.3.2 Branchenbezogene Auswertung

In der Verteilung der Gründungstypen und -formen nach Wirtschaftsbereichen zeigt sich branchenübergreifend eine deutliche Präferenz von Einzel- gegenüber Teamgründungen – insbesondere in den Bereichen freie Berufe, Handwerk, Groß-/Einzelhandel und verarbeitendes Gewerbe.

Deutliche Ausreißer sind bei den freien Berufen und bei den unternehmensbezogenen Dienstleistungen zu erkennen. Bei den freien Berufen ist eine merklich höhere Anzahl von Einzelgründungen als von Teamgründungen zu beobachten, bei den unternehmensbezogenen Dienstleistungen ist das Verhältnis umgekehrt. Die Gründe hierfür lassen sich aus den vorliegenden Fragebögen nicht ableiten, da die Entscheidung pro oder contra Team-/Einzelgründung nicht hinterfragt wurde. Aus der Erfahrung heraus könnte bei Freiberuflern eine der Ursachen für die Neigung zur Individualgründung darin liegen, dass diese sich in den letzten Jahren häufig bereits kurz nach dem Studium selbstständig gemacht haben (Architekten, Bauingenieure, Grafiker...) und eine partnerschaftliche Struktur noch nicht aufbauen

konnten. Die Vielzahl der Teamgründungen bei Gründungen im Bereich der unternehmensbezogenen Dienstleistungen könnte unter anderem durch Outsourcing-Vorhaben zu Stande kommen. Ausgliederungen von Unternehmensteilbereichen (von Buchhaltung bis Konstruktion) wurden in den letzten Jahren in der Regel von eingespielten Teams vorangetrieben.

4.3.3 Branche und Erfolg

Die Auswertungen über den wirtschaftlichen Erfolg in den einzelnen Branchen zeigen ein durchweg positives Gesamtbild. Während sich die unternehmensbezogenen Dienstleistungen, die freien Berufe und das verarbeitende Gewerbe gut präsentieren, haben das Bau-/Ausbaugewerbe, das Handwerk und das Hotel- und Gaststättengewerbe Nachholbedarf. Diese Entwicklung lässt sich auch an den Beschäftigungswachstumsklassen ablesen. Hier sind insbesondere die freien Berufe hervorzuheben, die sich deutlich von anderen Sparten absetzen. Die Einbeziehung der Heilberufe in die Förderung wirkt sich also gerade im Hinblick auf die Beschäftigungswirkung positiv aus.

4.4 Rechtsformen

Die Einzelfirma dominiert bei Gründungen (58 %). Es ist die gängige Rechtsform für Starterbetriebe. Neben der GmbH mit 21,3 % erlangt die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) mit 13 % und der eingetragene Kaufmann mit 3,7 % eine gewisse Bedeutung. Unter Sonstige wurden die Rechtsformen GmbH & Co. KG, KG, OHG und AG subsumiert.

Bei der Verteilung der Rechtsformen nach Branchen zeigt sich, dass Einzelfirmen bevorzugt in den Bereichen freie Berufe, Handwerk und Groß-/ Einzelhandel gegründet werden. Die GmbH wird

insbesondere im Handwerk und bei unternehmensbezogenen Dienstleistungen gewählt – hingegen hat die GbR einen Schwerpunkt bei den freien Berufen, d. h. bei Unternehmen aus den Beratungs- und Ingenieurbereichen.

Auffallend ist die Unsicherheit bei der Beantwortung der Frage nach der Rechtsform des eigenen Unternehmens. Insgesamt 44 Unternehmen waren sich unsicher über ihre Rechtsform. Dieser Befund ist bevorzugt bei Freiberuflern anzutreffen und lässt den Schluss zu, dass die Unternehmen mehrheitlich als Einzelunternehmen geführt werden.

Abbildung 15

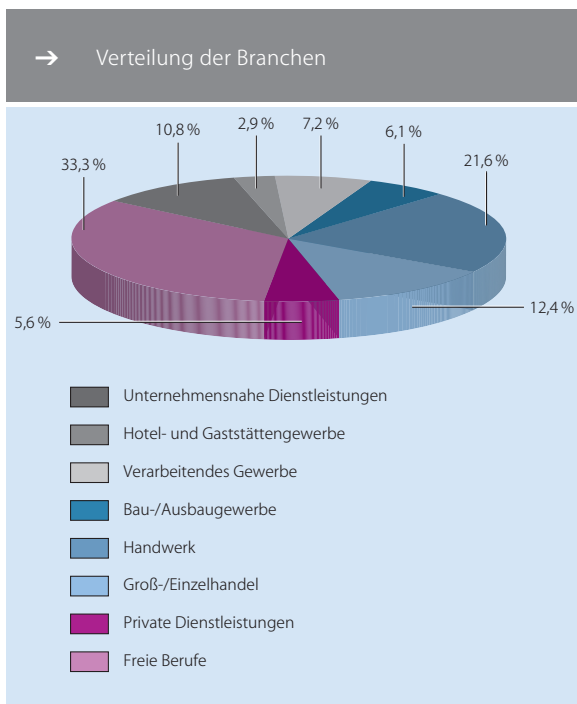
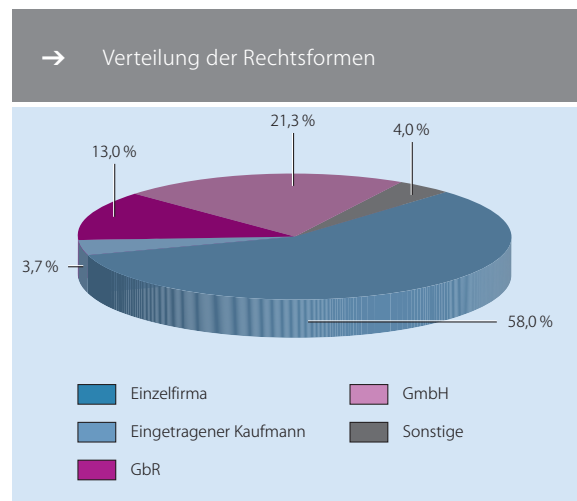


Abbildung 16



5. Gründerprofile.

Auf den Faktor Mensch kommt es an – auch und gerade bei einer Unternehmensgründung. Der Gründer verkörpert das Unternehmen und ist dessen erster Repräsentant. Welches Profil haben die befragten Gründer? Und welchen Einfluss haben die Gründermerkmale auf den Unternehmenserfolg?

Die persönliche und fachliche Qualifikation des Gründers gilt als das A und O einer erfolgreichen Gründung. Ausbildung und beruflicher Werdegang stellen für die begleitende Bank das beinahe einzige objektiv erfassbare Kriterium dar. Wie stark wirkt es sich auf den Gründungserfolg aus? ←

Neben den Merkmalen der Gründung wurden verschiedene Gründermerkmale abgefragt und untersucht. In Kapitel 5 werden die Merkmale Qualifikation der Gründer, die Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Gründern, die vorliegende Altersstruktur und die Motive der Existenzgründung analysiert.

5.1 Qualifikation und Unternehmenserfolg

Die Qualifikation der Gründer wurde anhand verschiedener Kriterien erfasst. Es wurde um die Angabe des höchsten Bildungsabschlusses gebeten, die Vorkenntnisse über die Branche ermittelt, in der gegründet wurde, und der Status vor der Gründung abgefragt.

5.1.1 Ausbildungsabschluss

Der prozentuale Anteil der erreichten Bildungsabschlüsse ist bei der abgeschlossenen Lehre, der Meisterprüfung und dem Universitätsabschluss am höchsten.

Im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 hat der Universitätsabschluss mit dem Vierfachen seines damaligen Anteils besonders stark an Bedeutung zugenommen, der Meistertitel abgenommen. Die prozentuale Verteilung der höchsten erreichten Bildungsabschlüsse spiegelt die Verteilung der Branchen wider, in denen gegründet wurde. So ist z. B. der hohe Anteil der Personen mit Universitätsabschluss auf den hohen Anteil

der freien Berufe zurückzuführen.
→ [Siehe Abbildung 17](#)

67,5 % der Gründer in den freien Berufen haben einen Universitätsabschluss, lediglich 1,3 % einen Meisterbrief. Im Bau-/Ausbaugewerbe und Handwerk haben jeweils über 50 % der gründenden Personen einen Meisterbrief, die Branchen haben jedoch zusammen lediglich einen Anteil von 28 %. Auf der Grundlage einer abgeschlossenen Lehre wird überproportional häufig im verarbeitenden Gewerbe, bei den privaten Dienstleistungen und im Hotel- und Gaststättengewerbe gegründet.

5.1.2 Ausbildungsabschluss und Erfolg

Der Erfolg einer Unternehmensgründung hängt in hohem Maße von der Leistungsfähigkeit, dem Können und Wollen der gründenden Person ab. Er wird unter anderem von dem erreichten Bildungs- und Qualifikationsniveau bestimmt. Daher wurde untersucht, ob sich die Beschäftigungs- und Umsatzwachstumsklassen für die Bildungsabschlüsse unterscheiden.

Die Beschäftigungswachstumsklassen wurden für die relevanten Abschlüsse getrennt berechnet. In allen Kategorien ist ein erfreulich hoher Anteil an dynamisch wachsenden Unternehmen vorhanden. Hervorzuheben sind die Unternehmen, bei denen die gründende Person über einen Universitätsabschluss verfügt. Sie weisen den höchsten Anteil an dynamisch wachsenden und den geringsten Anteil an schrumpfenden Unternehmen



auf. Die meisten schrumpfenden Unternehmen gibt es bei Gründern mit einer abgeschlossenen Lehre. Bei den Umsatzwachstumsklassen findet sich ein ähnliches Bild wie bei den Beschäftigungswachstumsklassen. Auffallend ist, dass die Unternehmen, deren gründende Person über einen Abschluss der Berufsakademie/Fachhochschule hat, einen höheren Anteil an dynamisch

wachsenden Unternehmen aufweisen als die Unternehmen, deren gründende Person über einen Universitätsabschluss verfügt. Der größte Anteil an schrumpfenden Unternehmen findet sich bei den Meistern/Technikern bzw. bei denjenigen, die mit einer Lehre in die Selbstständigkeit starten.

Abbildung 17

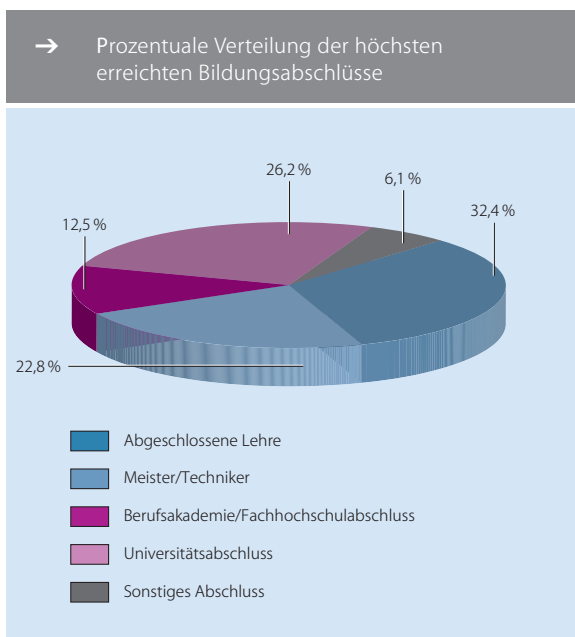
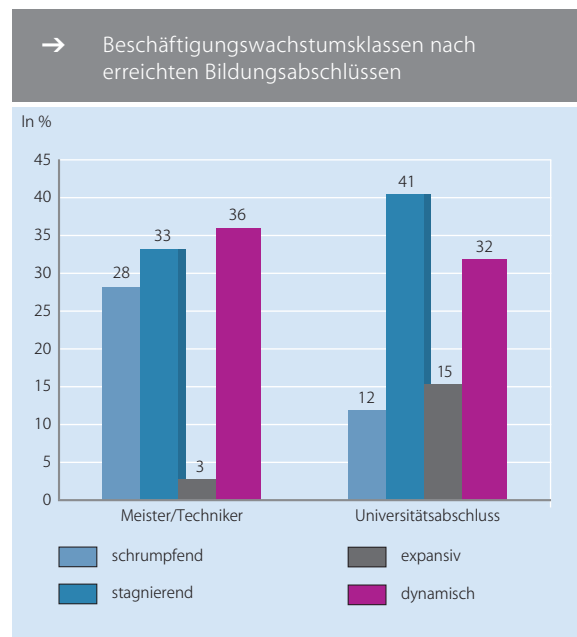


Abbildung 18



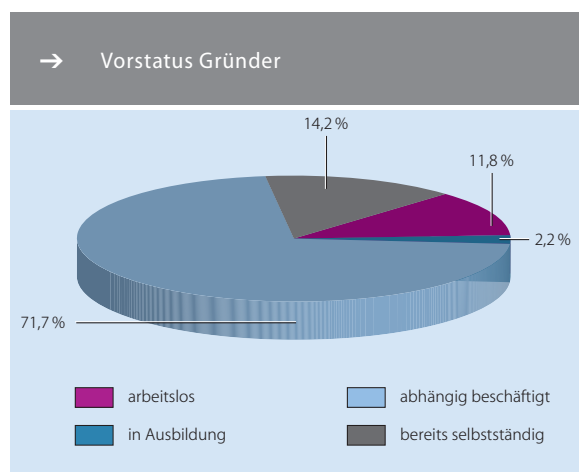
5.1.3 Branchenvorkenntnisse

Neben der Ausbildung ist die Kenntnis der Branche, in der man gründet, ein nicht zu vernachlässigendes Qualifikationsmerkmal. Daher wurden im Fragebogen Branchenvorkenntnisse abgefragt. Über 93 % der Gründer starten mit Vorkenntnissen in der Branche, in der sie als Unternehmer tätig sein wollen: Ein geschlechtsspezifischer Unterschied ist nicht nachweisbar. Im Gründungsjahrgang 1992 lag ein nahezu gleich hoher Anteil vor, so dass bezüglich der Aneignung von Branchenkenntnissen im Zeitverlauf keine Unterschiede festgestellt werden können. 25 % der Personen ohne Vorkenntnisse gründeten in den freien Berufen, 27,5 % im Handel. Darin äußert sich die geringe Höhe der Marktzugangsschranken für Gründungen in den beiden Branchen. Es ergänzt den Befund der hohen Insolvenzrate im Handel.

5.1.4 Vorstatus

Unter dem Vorstatus wird die berufliche Situation der gründenden Person vor der Unternehmensgründung verstanden. Über 70 % der Gründer waren vor der Unternehmensgründung abhängig beschäftigt, jeweils über 10 % bereits selbstständig oder arbeitslos. Nur wenige gründen direkt nach der Ausbildung, ihr Anteil hat sich im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 halbiert. An Bedeutung haben die Gründungen aus der Arbeitslosigkeit gewonnen, ihr Anteil hat sich im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 mehr als

Abbildung 19



verdoppelt. Daraus kann geschlossen werden, dass der wirtschaftliche Druck durch Arbeitslosigkeit – wenn auch geringer als im gesamten Bundesgebiet – in Baden-Württemberg gestiegen ist. Erhöht hat sich ebenfalls der Anteil der Personen, die bereits zuvor selbstständig waren, also Mehrfachgründer sind.

5.2 Selbstständigkeit von Frauen

Das Potenzial weiblicher Gründer war in jüngster Vergangenheit Gegenstand vieler Studien und Aktionen der Wirtschaftsförderung. Knapp 23 % der überlebenden Unternehmen wurden von Frauen gegründet. Ihr Anteil ist im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 um über fünf Prozentpunkte bzw. 31,4 % gestiegen. Über die Insolvenzraten der von Männern und Frauen gegründeten Unternehmen liegen keine Aussagen vor. Die gründenden Frauen unterscheiden sich von den Männern in den Branchen, in denen sie gründen, in der Qualifikation und im Erfolg.

5.2.1 Branchenverteilung nach Männern und Frauen

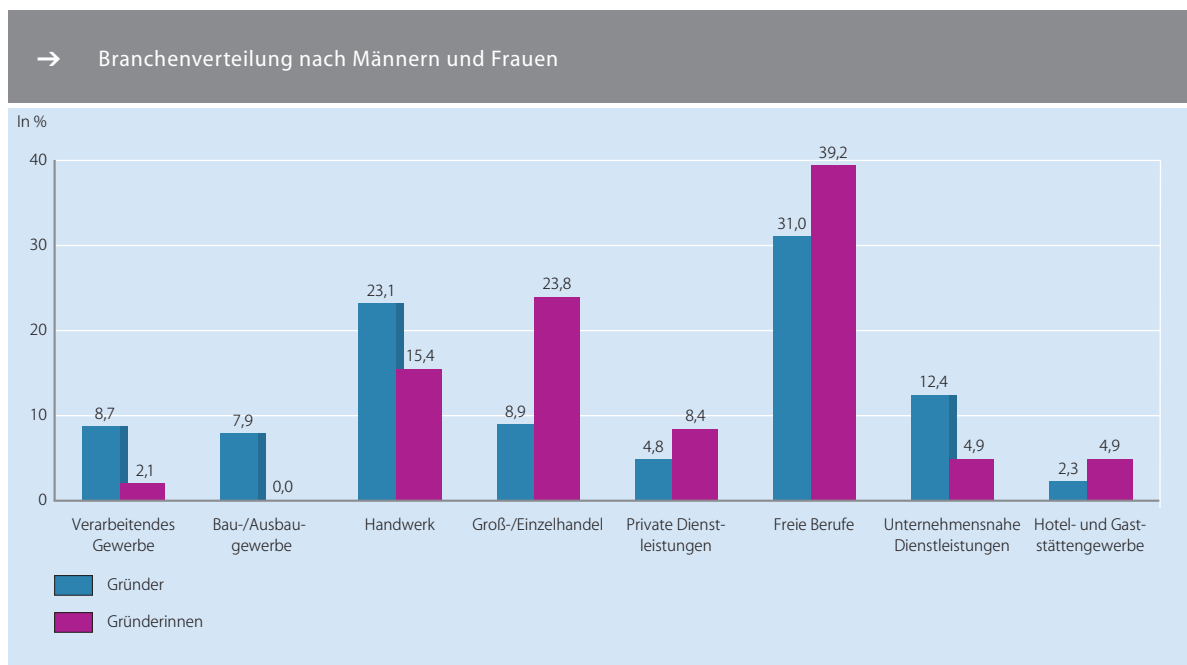
Frauen gründen im Vergleich zu Männern häufiger in den freien Berufen, in den privaten Dienstleistungen, im Hotel- und Gaststättengewerbe und im Handel. Weniger häufig sind sie in den Branchen verarbeitendes Gewerbe, im Bau und Handwerk und bei den unternehmensbezogenen Dienstleistungen zu finden. Mit Ausnahme des hohen Anteils bei den freien Berufen bestätigt der Befund die traditionellen Rollen von Frauen im gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess.

→ Siehe Abbildung 20

5.2.2 Qualifikation von gründenden Männern und Frauen

Wie oben bereits dargestellt unterscheiden sich Männer und Frauen nicht wesentlich im Vorstatus und den Branchenvorkenntnissen. Sie unterscheiden sich jedoch im Hinblick auf den erworbenen Ausbildungsabschluss. Dabei ist eine Zweiteilung zu beobachten. Es gibt einen hohen Anteil von mehr als einem Drittel der Frauen, die mit einer

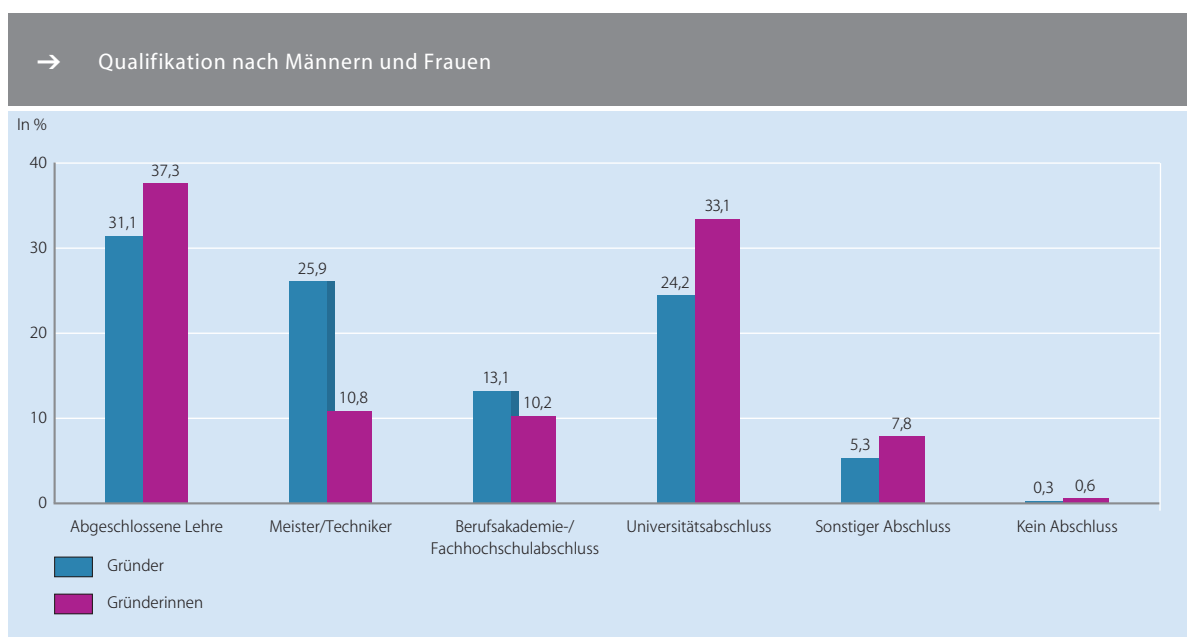
Abbildung 20



abgeschlossenen Lehre – dem niedrigsten formalen Abschluss – ihr Unternehmen starten. Wiederum ein Drittel startet sein Unternehmen mit dem höchsten formalen Bildungsabschluss, einem Universitätsstudium. Der relative Anteil der Frauen mit Universitätsabschluss ist höher als bei den

Männern. Weniger häufig findet man bei den gründenden Frauen die Meister-/Technikerqualifikation und den Berufsakademie-/Fachhochschulabschluss vor. Hier haben die Männer höhere Anteile. Da 79,6 % der Gründerinnen in den freien Berufen einen Universitätsabschluss

Abbildung 21



haben, erklärt sich der hohe Anteil der Frauen mit Universitätsabschluss durch den hohen Anteil der Gründerinnen in den freien Berufen. Trotzdem ist der hohe Anteil der Gründerinnen mit Universitätsabschluss ein Zeichen, dass die Frauen gegenüber den Männern aufholen.

→ Siehe Abbildung 21

5.2.3 Unternehmensgröße nach Männern und Frauen

Die männlichen Gründer starten ihr Unternehmen durchschnittlich mit einer höheren Beschäftigung und einem höheren Umsatz. Die Anzahl der Beschäftigten und der Umsatz sind bei der Gründung nahezu doppelt so hoch wie bei den Gründerinnen. Die Entwicklung der Beschäftigung verläuft bei beiden ähnlich dynamisch mit einem mittleren Wachstum von ca. 31 %. Der Anteil der Unternehmen, die dynamisch in der Beschäftigung wachsen, ist annähernd gleich groß. Das Umsatzwachstum verläuft bei den Gründern mit 41,3 % im Mittel dynamischer als bei den Gründerinnen mit einem Umsatzwachstum von 33,7 %, der Anteil der Unternehmen in den dynamisch wachsenden Klassen ist etwas höher. Im Ergebnis bedeutet es bei den Männern ein stärkeres Wachstum im Umsatz je Beschäftigten.

→ Siehe Abbildungen 22 und 23

Dies findet sich in der Entwicklung der Umsatzrenditen nicht eindeutig wieder. Die Mittelwerte zeigen, dass die Gründerinnen im Zeitverlauf aufholen. Ergänzend ist festzustellen, dass der Anteil der Einzelgründungen bei Frauen mit 77,5 % den bei Männern mit 65,3 % deutlich übersteigt.

Die Frauen gründeten im Durchschnitt kleinere Unternehmen als die Männer. Diese entwickelten sich im Gegensatz zum Gründungsjahrgang 1992 jedoch gleich gut wie die der Männer, wenn auch auf geringerem Niveau. Eine höhere Entwicklungsdynamik kann bei den Beschäftigungsklassen nicht festgestellt werden, bei der Umsatzentwicklung haben die Männer einen kleinen Vorsprung.

Der Anteil der Frauen mit einem Universitätsabschluss ist in erfreulichem Maße im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 gestiegen. Die Vielfalt der Branchen, in denen Frauen gründen, ist ebenfalls gestiegen. Besonders die freien Berufe haben an Bedeutung gewonnen.

Abbildung 22

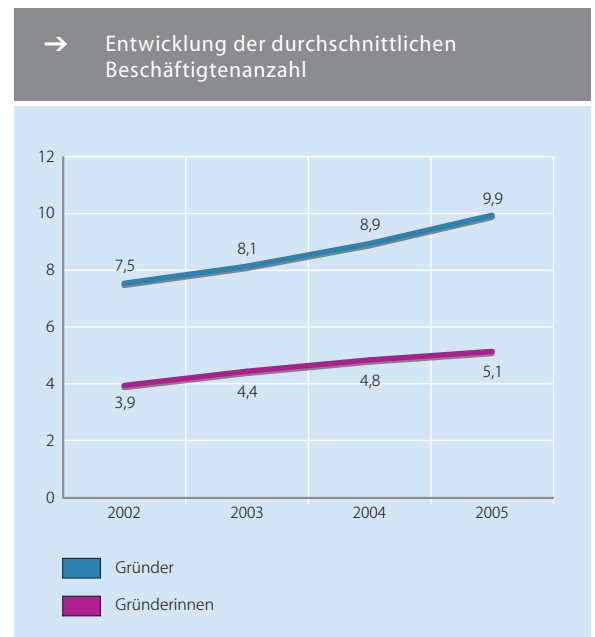
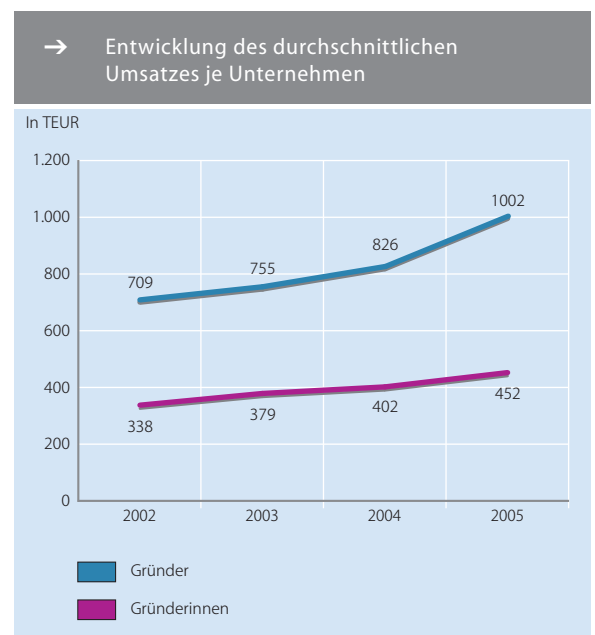


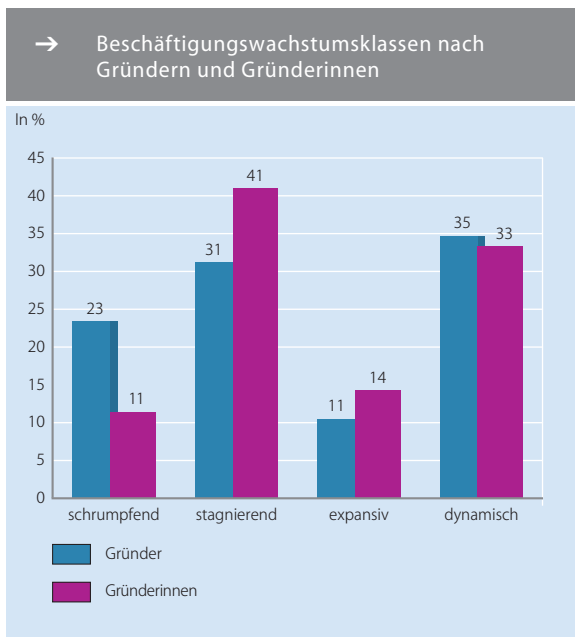
Abbildung 23



Die Ausbildung zum Meister/Techniker ist unterrepräsentiert, der Anteil hat im Vergleich zum Jahr 1992 abgenommen. Die Frauen gründen weniger teamorientiert als Männer.

Trotz der sich zunehmend ausgleichenden Entwicklung sind die Frauen nach wie vor in Branchen vertreten, in denen die Marktzugangsschranken niedrig sind, die Konkurrenz aus diesem Grund hoch und das Expansionspotenzial gering ist.

Abbildung 24



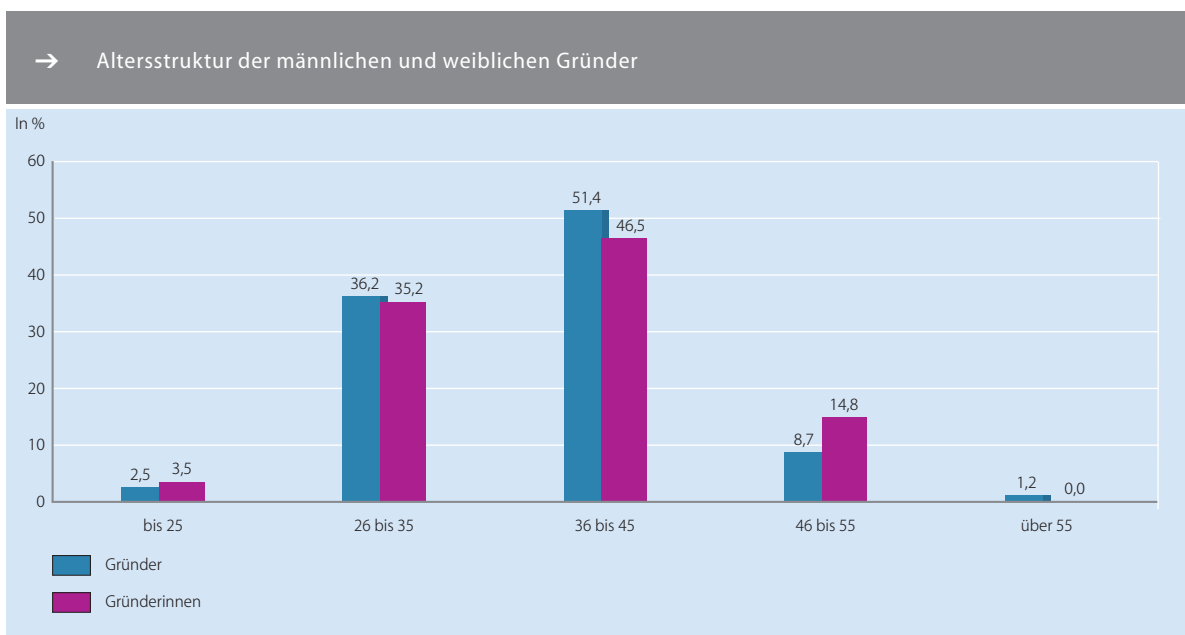
5.3 Altersstruktur

Zu den Gründermerkmalen gehört neben den bereits betrachteten Eigenschaften das Lebensalter, in dem gegründet wird. Die meisten Gründer sind zwischen 26 und 45 Jahre alt. Der Befund deckt sich mit dem des Gründungsjahrgangs 1992, wobei damals das genaue Lebensalter abgefragt wurde.

Die Verteilung bei den Frauen unterscheidet sich von der bei den Männern nur geringfügig. Auffallend sind der höhere Anteil der sehr jungen Gründerinnen und der höhere Anteil der älteren Gründerinnen in der Altersklasse 46 bis 55 Jahre.

Bei einem Lebensalter von über 55 Jahren findet praktisch keine Gründungsförderung mehr statt, obwohl das GuW-Programm keine Altersbeschränkung vorsieht. Die Gruppe der über 50-Jährigen verfügt jedoch über einen reichen beruflichen Erfahrungsschatz und auch einen gewissen

Abbildung 25



Vermögenshintergrund. Gerade sie für die Selbstständigkeit zu gewinnen, könnte vor dem Hintergrund längerer Lebensarbeitszeiten ein wichtiges wirtschafts- und gesellschaftspolitisches Ziel sein.

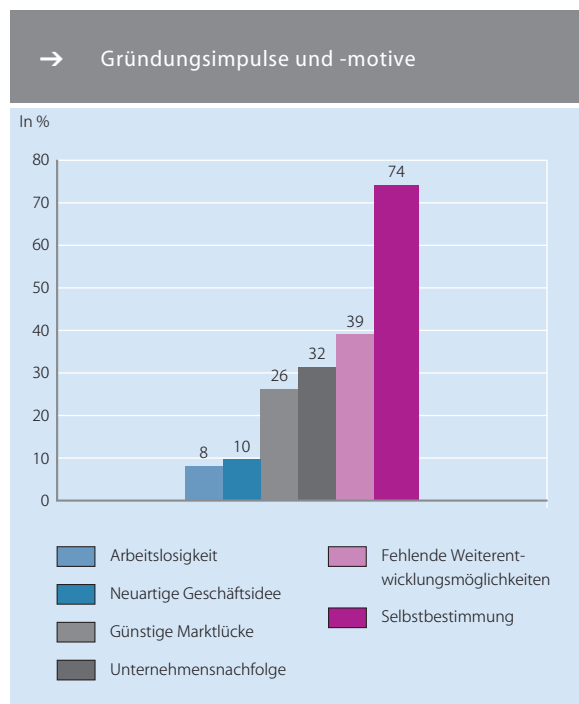
Der hohe Anteil der 26- bis 45-Jährigen ist plausibel. Für eine erfolgreiche Gründung benötigt man Branchenkenntnisse und Eigenkapital. Beides kann nur durch eine vorausgehende mehrjährige Berufstätigkeit erworben werden.

Die jungen Gründerinnen betätigen sich zu 80 % in den Branchen Handwerk und Handel. Ältere Gründerinnen entscheiden sich zu über 42 % für einen freien Beruf.

5.4 Gründungsimpulse und -motive

In der Rubrik „Gründungsimpulse und -motive“ wurde die Motivation der Existenzgründung hinterfragt und sechs mögliche Gründe wurden vor-

Abbildung 26



gegeben. Mehrfachantworten waren möglich, leider wurden nicht durchgängig alle Motive von den Befragten ausgewählt.²⁸

Mit nahezu 75 % dominiert die Selbstbestimmung als Gründungsmotiv, gefolgt von dem Motiv, eigene Weiterentwicklungsmöglichkeiten zu suchen. Eindeutig zu identifizierende Motive sind auch die Unternehmensnachfolge und die Nutzung einer günstigen Marktlücke.

Mit unter 10 % hat ein relativ geringer Anteil das Motiv der Umsetzung einer neuartigen Geschäftsidee als zutreffend angegeben. Daraus ist die Schlussfolgerung zu ziehen, dass ein größerer Teil der Existenzgründungen mit gängigen Produkten auf Nischenmärkten agiert. Es werden bereits am Markt vorhandene Produkte oder Dienstleistungen angeboten. Immerhin sieht aber ein Viertel der Gründer eine günstige Marktlücke. Im Gründungsjahrgang 1992 hatte das Motiv der eigenen Innovation einen Anteil von 44,7 %, das der guten Marktsituation wurde von 35,5 % genannt. Die Befunde führen zu der Schlussfolgerung, dass der Innovationsgrad der geförderten Existenzgründungen abgenommen hat. Positiv formuliert profitiert also eine breitere Schicht von gründenden Personen von der Förderung.

Die aus dem Motiv „günstige Marktlücke“ gegründeten Unternehmen wurden in Hinsicht auf ihre Umsatzentwicklung genauer analysiert. Sie weisen eine positivere Umsatzentwicklung auf als diejenigen Unternehmen, die das Motiv als nicht zutreffend gesehen haben. Zudem wurden die Unternehmen mit dem Motiv der Umsetzung einer neuartigen Geschäftsidee genauer betrachtet. Grundsätzlich ist festzustellen, dass sie sich positiv entwickeln, in Niveau und Wachstum des Umsatzes jedoch in den ersten Jahren, bis sich die neue Geschäftsidee am Markt durchsetzen kann, hinter den anderen Unternehmen zurückbleiben. Dies zeigt, dass auch imitative Geschäftskonzepte eine Chance haben. Es ist durchaus sinnvoll, Gründungen zu fördern, die bestehende Produkte und Geschäftskonzepte auf neuen Märkten anbieten.

²⁸Die angegebene Prozentzahl bedeutet: Bei den vorliegenden Antworten haben x% der Gründer dieses Motiv als voll zutreffend angegeben. Daher addieren sich die Anteile auf über 100 %.

6. Bewertung des Unternehmenserfolgs durch die Gründer.

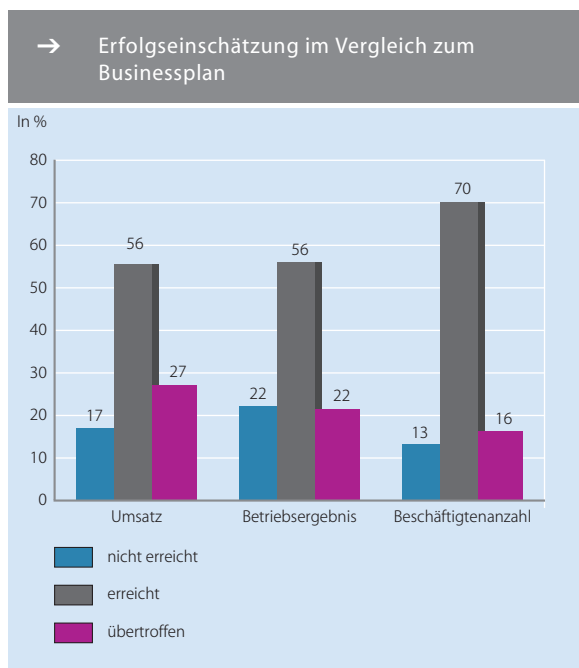
Wann ist ein Unternehmer erfolgreich? Eine spannende Frage, denn unternehmerischer Erfolg kann am Erreichten wie auch an künftigen Erwartungen gemessen werden. Mehr als bei den zuvor betrachteten Erfolgsgrößen spielen hier subjektive Erwartungen und Einschätzungen eine große Rolle. Wie bewerten die Gründer ihren Erfolg? ←

6.1 Vergleich zum eigenen Businessplan

Neben den tatsächlichen Erfolgsgrößen wurden die Gründer danach befragt, ob die im Gründungskonzept geplanten Ziele nach ihrer subjektiven Einschätzung erreicht wurden. Die Frage bezog sich auf die Erfolgsindikatoren Umsatz, Betriebsergebnis und Anzahl der Beschäftigten. Dabei ist es als Erfolg zu bewerten, wenn die Unternehmer ihre Planwerte erreicht oder übertroffen haben.

Beim Umsatz gaben 83 % der Befragten an, dass sie die Planungen mindestens erreicht haben bzw. die Erwartungen übertroffen wurden. Mit 86,7 % ist der Anteil bei der Einschätzung der Anzahl der Beschäftigten noch etwas höher.

Abbildung 27



Die prozentual größte Abweichung liegt beim Betriebsergebnis vor. 22,3 % erreichten nach eigener Einschätzung nicht das angestrebte Betriebsergebnis. Da sich Umsatz und Anzahl der Beschäftigten besser als erwartet entwickelten, spricht der Befund dafür, dass die Wirtschaftskraft und das eigene erzielbare Einkommen von einer größeren Anzahl an Gründern überschätzt wurden.

6.2 Einschätzung der Entwicklung in den nächsten zwei Jahren

Neben dem Blick auf die Vergangenheit interessiert für die Beurteilung der Förderung der Blick auf die Zukunft der Unternehmen und der Märkte, in denen sie tätig sind. Daher wurden die geförderten Unternehmen um ihre Einschätzung der zukünftigen Entwicklung des Marktes und ihres eigenen Unternehmens gebeten.

Mit über 63 % geht die Mehrheit davon aus, dass sich ihr Unternehmen und der Markt, auf dem sie tätig sind, konstant wie in der Vergangenheit entwickeln werden. Eine positive Entwicklung ihres Unternehmens erwarten 28,2 %, eine positive Entwicklung des Marktes 17,7 %. Eine negative Entwicklung des Marktes erwarten 17,9 % der Gründer, eine negative Entwicklung des eigenen Unternehmens dagegen 8%. Daraus ist zu schließen, dass die Entwicklung des eigenen Unternehmens von den Gründern tendenziell besser gesehen wird als die Entwicklung des Marktes. Sie trauen sich zu, sich gegen den Markttrend zu entwickeln. Die jungen Unternehmen haben Selbstvertrauen und blicken im Bewusstsein ihrer eigenen Stärke optimistisch in die Zukunft.

6.3 Selbsteinschätzung im Vergleich zum Wettbewerb

Nach den Ergebnissen des vorhergehenden Abschnitts interessiert die Frage, wie die Gründer die positive Entwicklung ihres Unternehmens gestalten wollen. Da sie zum größten Teil auf bestehenden Feldern imitativ tätig sind, müssen sie sich gegenüber Konkurrenten durchsetzen. Daher wurden sie um eine Einschätzung ihres Angebotes bezüglich ihrer Wettbewerber gebeten.

In Abbildung 28 kommt wiederum das starke Vertrauen der Gründer in die eigene Leistungsfähigkeit zum Ausdruck. Nur ein geringer Anteil schätzt sich selbst in wichtigen Eigenschaften des Angebotes im Vergleich zu Konkurrenten als schlechter ein. Hier spiegelt sich das gewonnene Selbstbewusstsein wider, das auf dem bisher erfolgreich zurückgelegten Weg fußt.

Besondere Stärken werden in der Kundenorientierung und der Qualität der eigenen Leistung gesehen. Günstigere Preise bieten 25,2 % der Gründer an. Der Befund spricht dafür, dass nur wenige auf die Kostenführerschaft setzen; es wird eher

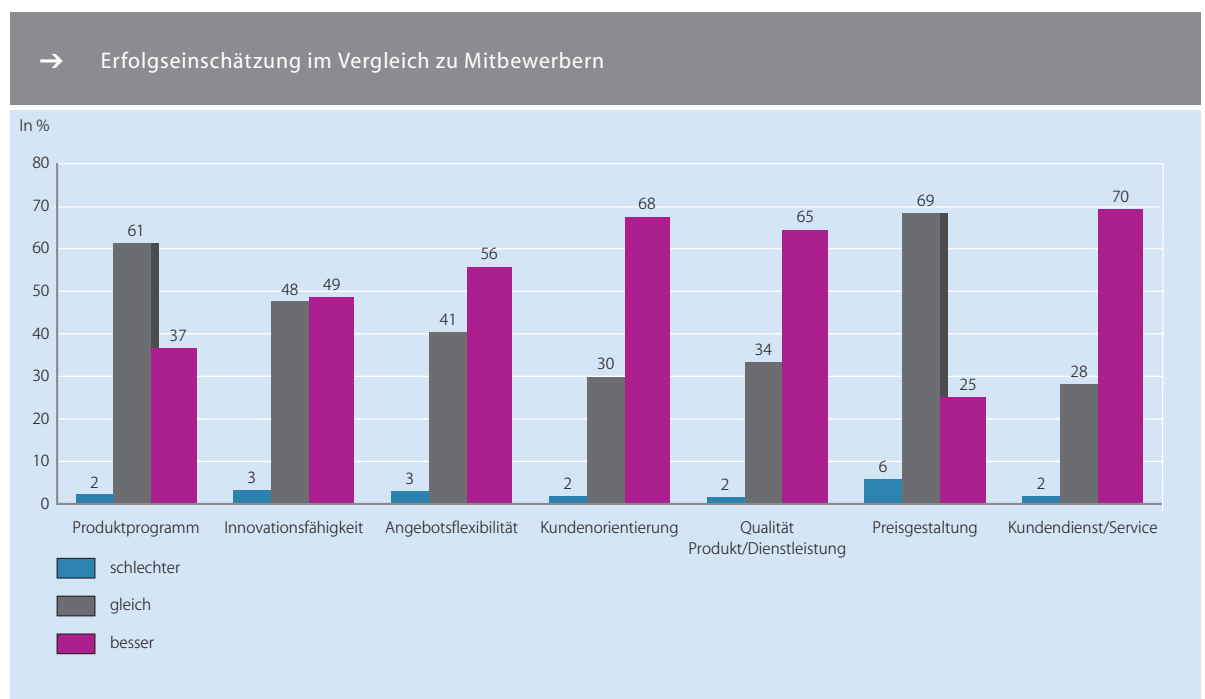
die Strategie der Differenzierung und Produktqualität verfolgt. Erstaunlich ist der Befund, dass nahezu 50 % der Meinung sind, sie seien innovativer als ihre Konkurrenten. Das spricht dafür, dass im Vergleich zum Zeitpunkt der Gründung, als neuartige Geschäftsideen weniger im Vordergrund standen, Innovationen mit zunehmendem Alter des Unternehmens eine größere Rolle spielen.

6.4 Einsatz betriebswirtschaftlicher Planungsinstrumente

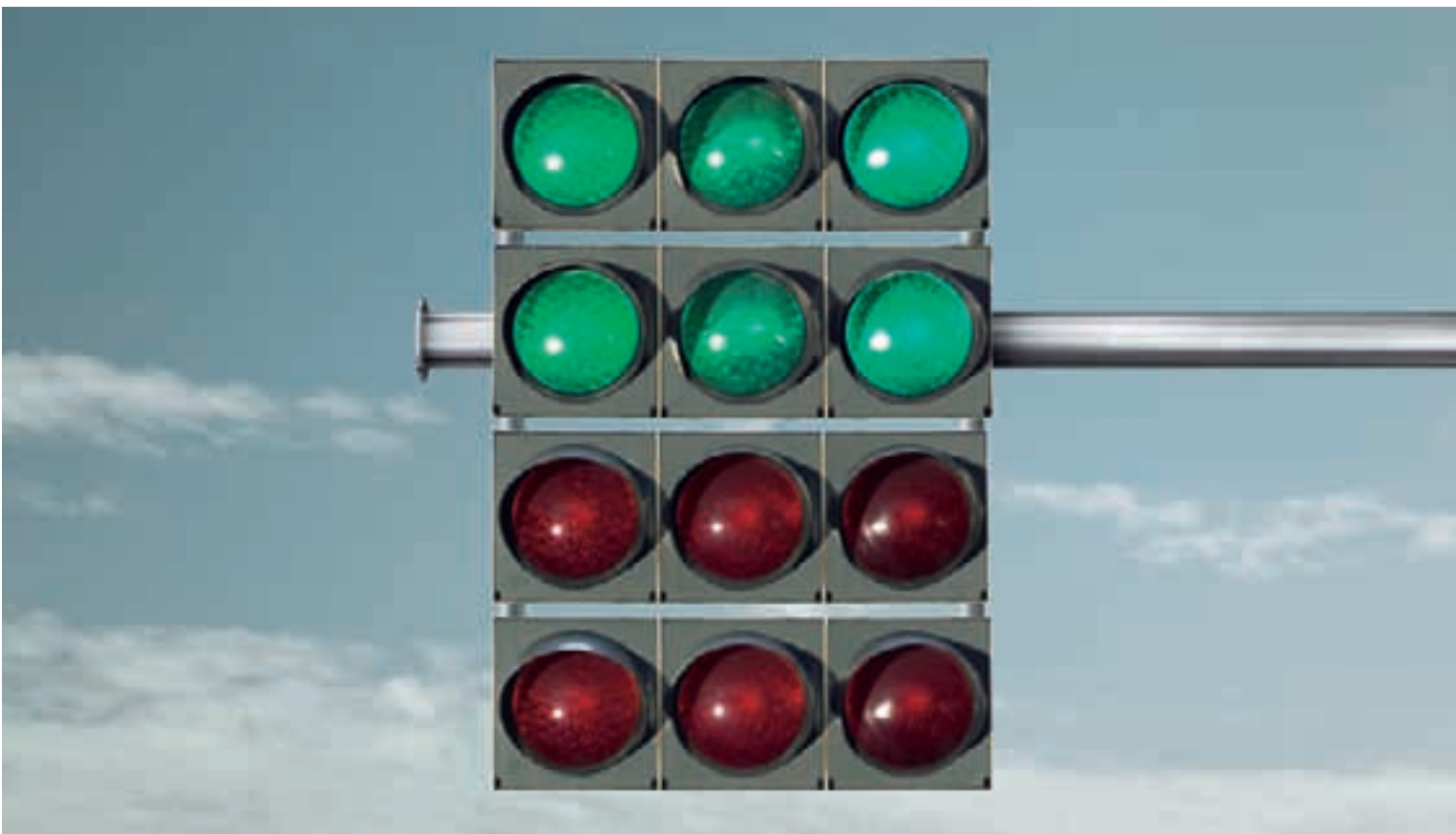
Das Bildungsniveau der Gründer hat zugenommen. Daher interessierte die Frage, ob auch die Steuerung der Unternehmen professionalisiert wurde. Es wurde gefragt, ob in der Unternehmensführung betriebswirtschaftliche Planungsinstrumente eingesetzt werden.

In diesem Punkt ist eine Teilung in zwei etwa gleich große Hälften zu beobachten. 51,5 % geben an, betriebswirtschaftliche Planungsinstrumente einzusetzen, 48,5 % geben an, keine einzusetzen. Der Umsatz der planenden Unternehmen wächst mit 46,4 % deutlich stärker als der der anderen Un-

Abbildung 28



ternehmen, die mit 18,6 % wachsen, und zwar auf einem viel geringeren Niveau. Bei der Entwicklung der Beschäftigung ist die Differenz geringer. Die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten wächst bei den planenden Unternehmen mit 34,6 % und bei den nicht planenden mit 29,6 %. Die planenden Unternehmen sind also wie erwartet die größeren Existenzgründer, die sich in Hinsicht auf die Produktivität gemessen in Umsatz je Beschäftigten besser entwickeln können.

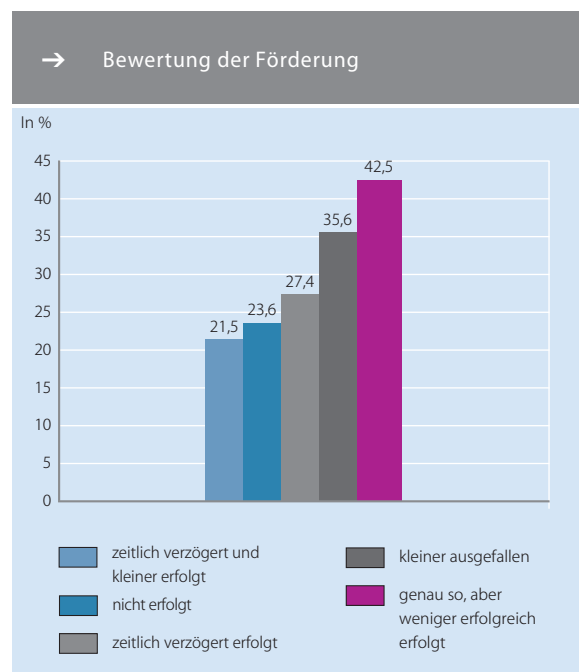


7. Bewertung der Gründungsförderung.

„Wer A sagt, muss auch B sagen“: In der Regel sind Existenzgründungen mit einem Kapitalbedarf verbunden. Die Gründungsförderung soll den Zugang zu den Finanzierungsmitteln erleichtern. Für tragfähige Vorhaben sollen möglichst niedrige Zugangsschwellen bestehen; wenig erfolgversprechende oder allzu riskante Projekte hingegen sollen frühzeitig identifiziert und ausgefiltert werden. Dabei erweist sich das GuW-Programm als überaus wirksames Instrument. ←

Für die L-Bank ist die Bewertung der Förderung durch die Zielgruppe von hohem Interesse. Die Frage ist, welche Auswirkungen die Förderung auf die Gründungsaktivitäten hat. Die Möglichkeiten wurden mit Hilfe einer Ja/Nein-Frage untersucht, Mehrfachantworten waren zugelassen. In Abbildung 29 ist der Anteil derjenigen abzulesen, die jeweils mit Ja antworteten.

Abbildung 29



Die meisten der geförderten Unternehmen sehen in der Förderung eine wesentliche Erfolgskomponente. 42,5 % von ihnen wären nach eigener Einschätzung weniger erfolgreich gestartet. Für mehr als ein Drittel aller Unternehmen war eine Gründung in dieser Dimension erst durch die Förde-

rung möglich – ansonsten hätten unter Umständen wesentlich kleinere Brötchen gebacken werden müssen. Zur Beschleunigung der Gründung führte das GuW in 27,4 % der Fälle. Und immerhin 23,6 % der Befragten – also fast ein Viertel – antworteten, dass die Gründung ohne die Förderung nicht möglich gewesen wäre. Im Vergleich zum Gründungsjahrgang 1992 ist dieser Anteil um beachtliche 7 Prozentpunkte gestiegen. Dies belegt, dass die Neuausrichtung des GuW-Programms an den Bedürfnissen der Gründer ausgerichtet war und welch hohen Einfluss es auf das Gründungsgeschehen in Baden-Württemberg hat.

Im GuW-Programm sind verschiedene Förderkomponenten gebündelt. Interessant ist es zu sehen, wie hilfreich sie im Einzelnen für die jungen Unternehmen sind. Daher wurde abgefragt, welche Aspekte der Förderung von den Gründern als besonders nützlich eingestuft wurden. In der folgenden Abbildung ist jeweils der Anteil dargestellt, der den jeweiligen Aspekt der Förderung als sehr nützlich sieht.

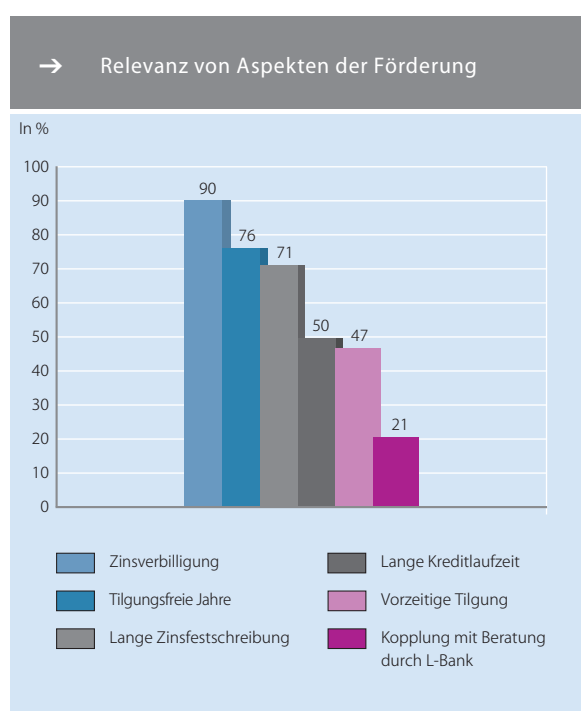
→ Siehe Abbildung 30

In der Nutzeneinschätzung steht an erster Stelle die Zinsverbilligung, die von fast 90 % der Gründer als besonders nützlich eingestuft wird. Mit einer Nennung von über 70 % sind die tilgungsfreien Jahre und die lange Festschreibung des reduzierten Zinssatzes ebenso von hoher Relevanz. Die entlastenden Aspekte der Förderung werden von den Gründern positiv registriert. Diese sind letztlich Treiber der gestiegenen Überlebenswahrscheinlichkeit. Auch die Länge der Kreditlaufzeit und die Möglichkeit der vorzeitigen Tilgung werden von nahezu der Hälfte der Gründer als deutlicher Vorteil wahrgenommen. Immerhin zwei von

zehn Gründern schätzten die Kopplung von Finanzierung und Beratung durch die L-Bank, obwohl sich deren Finanzierungssprechtage damals noch im Aufbau befanden. Da sich die L-Bank dabei auf Finanzierungsfragen beschränkt, bedarf es im Sinne eines ganzheitlichen Beratungsansatzes der Ergänzung durch andere Partner (siehe hierzu auch unter Ziffer 8.2). Auch diese haben innerhalb der gut ausgebauten Beratungsinfrastruktur in Baden-Württemberg entscheidenden Einfluss auf den Gründungserfolg.

Neben der Bewertung der Förderung wurde abgefragt, ob die Unternehmen auf ergänzende

Abbildung 30



Finanzierungsquellen zurückgegriffen haben. Dies war nur bei einem relativ geringen Anteil der Fall. 12,6 % der Unternehmen nutzten zusätzlich das Eigenkapitalhilfeprogramm, 6,8 % wurden mit öffentlichen Bürgschaften unterstützt und bei lediglich 3 % wurde anderes Beteiligungskapital eingebunden. Erstaunlich viele Finanzierungen konnten also allein mit dem GuW-Programm dargestellt werden. Die stimmige Integration der Bürgschaft in das GuW-Programm vereinfacht wo nötig den Zugriff auf die Bürgschaft.

Die L-Bank gestattet ihren Kunden im Förderprogramm „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung“ die kostenlose vorzeitige Tilgung der Kredite. Diese zeichnen sich durch einen Zinsvorteil gegenüber dem marktüblichen Zinssatz zum Zeitpunkt der Förderzusage aus. Bei zunehmender Bonität und Liquidität kann es bei stark gefallen Kreditzinsen wirtschaftlich sinnvoll sein, die Darlehen vorzeitig abzulösen. Von den befragten Unternehmen tilgten jedoch lediglich 11,8 % ihren Kredit vorzeitig. Im Gründungsjahrgang 1992 waren es nach der Gründerbefragung noch 21,2 %.

Dies deutet darauf hin, dass die Zinsverbilligung in der Höhe richtig ausgestaltet ist bzw. das Gesamtpaket stimmig ist; auch bei konjunkturell bedingten Zinssatzveränderungen bleibt das Angebot lange vorteilhaft. Die Option der vorzeitigen Tilgung und die damit verbundene hohe Flexibilität ist dennoch für viele attraktiv – befragt nach ihrer weiteren Planung, beabsichtigen weitere 15,5 % der Gründer, den Kredit vorzeitig zu tilgen. Die mit dem Programm verbundene Flexibilität ist für die Gründer offensichtlich interessant. Damit scheint das Instrument eine hohe Bedarfsorientierung zu haben.

8. Information und Betreuung

Eine Existenzgründung bringt viel Neues mit sich – vor allem auch Fragen, mit denen sich die Gründer vorher nicht beschäftigen mussten. Ein entsprechender Erfahrungsschatz fehlt. Wie sind die Gründer mit dieser Informationslücke umgegangen? Wen haben sie als Partner hinzugezogen und wie beurteilen sie den Stellenwert externer Beratung? ←

Eine gute Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg. Aber wen haben die Gründer zu Rate gezogen, von wem wurden sie betreut? Im folgenden Abschnitt wird der Frage nachgegangen, wie sich die Gründer auf die Unternehmensgründung vorbereiten, mit welchen Fragen sie sich besonders intensiv beschäftigen, von wem sie sich beraten lassen und wie sie auf die Förderangebote der L-Bank aufmerksam wurden.

tensiv auseinandersetzen. Für drei von vier Firmen war das Thema Finanzierung ein wichtiger Aspekt. Wie erwartet, haben außerdem die Fragen in Bezug auf die eigene Geschäftsidee, das Marketing, die Standortwahl und die Steuer ein besonders hohes Gewicht. Weniger relevant sind Fragen der Unternehmensnachfolge und der Rechtsformwahl. Knapp 40 % der Gründer nahmen vor der Gründung an einer Qualifizierungsmaßnahme teil.

8.1 Gründungsvorbereitung und Unternehmenserfolg

Die Abbildung 31 zeigt, mit welchen Fragestellungen sich die gründenden Personen besonders in-

8.2 Der Stellenwert externer Beratung

Mehr als drei Viertel der Unternehmer lassen sich vor der Unternehmensgründung extern beraten, über die Hälfte werden während der ersten Geschäftsjahre durch Dritte betreut.

Abbildung 31

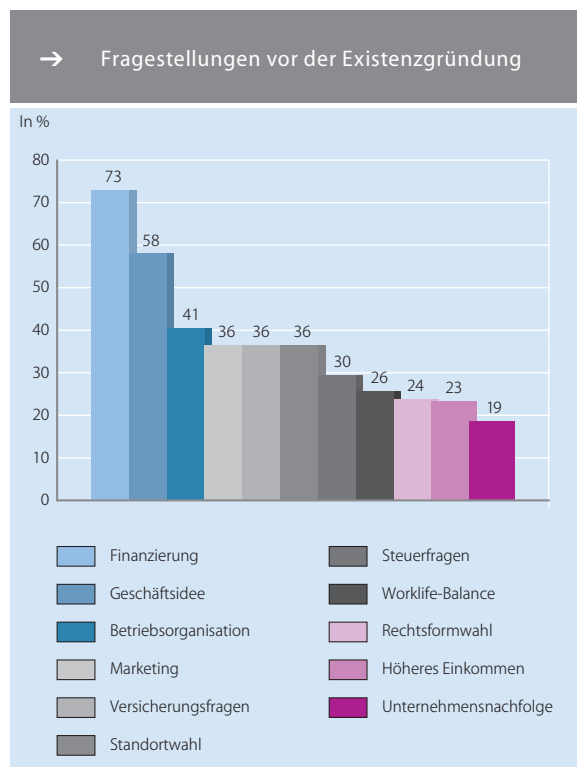
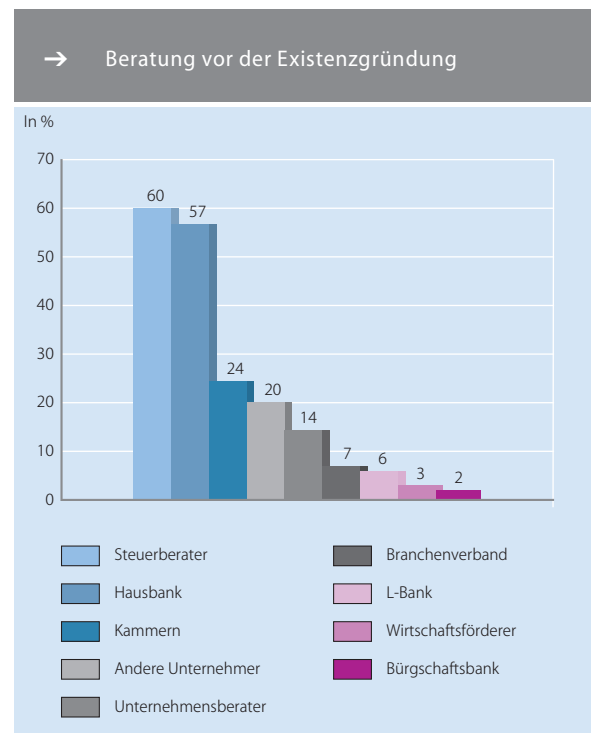


Abbildung 32



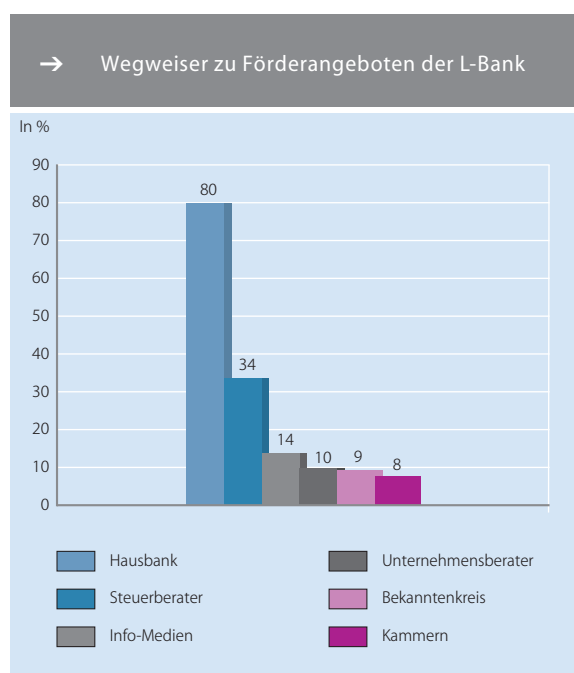
Die Beratung vor der Gründung erfolgt zum größten Teil über die Hausbanken, die Steuerberater, Unternehmensberater, die Kammern und durch andere Unternehmer. Die L-Bank spielt in dieser Befragung noch eine untergeordnete Rolle. Dies dürfte sich in nachfolgenden Studien anders darstellen. Beginnend 2001 haben die L-Bank, Bürgschaftsbank und Mittelständische Beteiligungsgesellschaft zusammen mit den Wirtschaftskammern ein flächendeckendes Beratungsangebot in Form von monatlichen Finanzierungssprechtagen an 25 Orten in Baden-Württemberg aufgebaut. Mit der vorgelegten Auswertung wird die Notwendigkeit des Aufbaus eines entsprechenden Beratungsangebots zum Thema Finanzierung gestützt und bestätigt. Der identifizierte hohe Bedarf an Unterstützung bei Finanzierungsthemen (siehe oben) kann so abgedeckt werden; die Förderinstitute dürften bei zukünftigen Studien verstärkt als wichtiger Informationspartner wahrgenommen werden.

Nach der Gründung wird der Steuerberater zum eindeutig wichtigsten Ansprechpartner der jungen Unternehmen. Er nimmt damit eine sehr verantwortliche Rolle für die jungen Unternehmen ein. Ihnen kommt daher als Multiplikatoren für Maßnahmen der Wirtschaftspolitik eine besondere Bedeutung zu.

8.3 Wegweiser zu den Förderangeboten der L-Bank

Interessant ist auch die Frage, durch welche Medien und Akteure die geförderten Gründer auf die Förderangebote der L-Bank aufmerksam wurden.

Abbildung 33



Über 80 % der Gründer führen hier ihre Hausbank an. Dies ist ein Indikator dafür, dass das Hausbankprinzip²⁹ gut funktioniert. Die Förderprogramme haben augenscheinlich eine hohe Akzeptanz bei den Geschäftsbanken, diese informieren aktiv ihre Kunden, machen diese auf die Möglichkeit der Einbindung einer staatlichen Förderung aufmerksam. Neben der Hausbank sind erwartungsgemäß die Steuerberater wichtige Hinweisgeber.

²⁹Anträge für öffentliche Förderdarlehen können grundsätzlich nicht direkt bei der L-Bank gestellt werden. Nach Erarbeitung des Businessplans präsentiert der Antragsteller sein Vorhaben im Rahmen eines Bankgesprächs seiner Hausbank. Diese unterstützt ihn beim Ausfüllen des Antragsformulars, bewertet die vorhandenen Sicherheiten und führt gegebenenfalls ein Rating durch. Im Zusammenhang mit der Antragstellung erklärt die Hausbank ihre Bereitschaft zur Durchleitung des Förderdarlehens. Nach dessen Zusage schließt sie einen Kreditvertrag mit ihrem Kunden, sorgt für die Auszahlung des Kredites und weist nach Abschluss des Vorhabens gegenüber der L-Bank die bestimmungsgemäße Verwendung nach.

9. Fazit

Das GuW-Programm ist ein Instrument der Breitenförderung. Die meisten der geförderten Gründer setzen weder eine neuartige Geschäftsidee um, noch sind sie auf neuen Märkten tätig. Trotzdem sind sie außerordentlich erfolgreich. Sie schaffen entgegen dem gesamtwirtschaftlichen Trend neue Ausbildungsplätze und wachsen zu einem erstaunlich großen Teil dynamisch in Beschäftigung und Umsatz. Sie sind mit der Konzentration auf Gründungen in Zukunftsbranchen Träger des sich vollziehenden Strukturwandels zu einer wissensorientierten Dienstleistungsgesellschaft. Die Entwicklung geht nicht – wie man einwenden könnte – zu Lasten der Substanz der Unternehmen. Im Gegenteil: Sowohl die Rendite als auch die Eigenkapitalquote entwickeln sich positiv.

Was sind die Gründe des Erfolgs?

Zum Ersten: Die Gründungen sind nicht nur Neugründungen, sondern auch Übernahmen. Beide erfolgen nahezu in gleichen Teilen. Diese Entwicklung ist in ihrer starken Ausprägung neu. Es gelingt also, bestehende Unternehmen mit ihrer Leistungsfähigkeit zu erhalten und mit neuen Ideen und der Tatkraft junger Unternehmer weiterzuentwickeln. Hier zeigen sich das steigende Bewusstsein bei potenziellen Gründern und die Wirkung der von Seiten der Förderpolitik ergriffenen Maßnahmen für Unternehmensnachfolge.

Zum Zweiten: Das Qualifikationsniveau der Gründer ist gestiegen. Der Anteil der Hochschulabsolventen steigt permanent entgegen dem Trend, nach dem Deutschland eine abnehmende Anzahl von Hochschulabsolventen aufweist. Um Missverständnissen vorzubeugen: Es handelt sich hier nicht um Gründungen, die direkt aus der Hochschule entstehen. Der größte Teil der Gründer sammelt zunächst Berufserfahrung in einem Angestelltenverhältnis, bevor er gründet. Dies zeigt sich in dem hohen Ausmaß der Branchenkenntnisse, die die Gründer haben. Sie kennen also ihre Produkte und Prozesse – und vor allem ihre potenziellen Kunden. Sie sind in den Netzwerken ihrer Branche verwoben und haben damit den notwendigen Zugang zu den richtigen Ansprechpartnern. Damit steigt die Qualität der Businesspläne. Die Planansätze werden erstaunlich häufig erreicht und sogar noch übertroffen. Mit

dem steigenden Qualifikationsniveau wird die Gründung in Branchen möglich, bei denen die wissensverursachten Markteintrittsbarrieren hoch sind. Die Entwicklung äußert sich in einer stärkeren Branchenvielfalt, in der gegründet wird.

Zum Dritten: Die Frauen holen in bemerkenswerter Weise auf. Ihr Anteil an den Neugründungen ist im Vergleich zu dem bundesweiten Trend größer. Zudem ist ein großer Teil hoch qualifiziert und gründet in den zukunftsorientierten Branchen. Die Gründerinnen können sich damit Wettbewerbsvorteile sichern und ihre Unternehmen entwickeln sich nahezu gleich gut wie die der Gründer. Gesamtwirtschaftliches Entwicklungspotenzial bieten also Maßnahmen, die zu einer weiteren Erhöhung der Selbständigenquote von Frauen führen können.

Zum Vierten: Ein Sprichwort sagt: „Geteiltes Leid ist halbes Leid, geteilte Freude ist doppelte Freude.“ Die potenziellen Gründer haben häufiger die Chance nutzen können, im Team zu gründen. Die Teamgründungen entwickeln sich wahrnehmbar besser als Einzelgründungen, Synergien in den Qualifikationen zahlen sich in einer guten Unternehmensentwicklung aus.

Zum Fünften: Das Hausbankenprinzip funktioniert. Das bestehende Paket der Beratung wird von den Gründern als zielführend wahrgenommen. Die Begleitung durch die Hausbanken und Kammern, aber auch die eingebundenen Berater und Beratungsorganisationen hilft. Sie beraten die Gründer und prüfen die Geschäftsideen und Businesspläne in einer verantwortlichen Art und Weise. Der Erfolg der geförderten Gründer spricht dafür.

Zum Letzten: Die Förderung ist bedürfnisgerecht ausgestaltet. Dies zeigen nicht nur der hohe Rücklauf der Fragebögen und das darin ausgedrückte Interesse an der L-Bank. Viele der Gründungen wurden erst durch die Förderung möglich. Die Zinsverbilligung und ihre lange Festschreibung geben den Gründern Planungssicherheit bei den Finanzierungskosten, die tilgungsfreie Zeit versetzt sie in die Lage, die schwierige Anfangszeit gut zu meistern. Die Flexibilität bei der Tilgung wird als wichtig beurteilt, denn günstige

Entwicklungen am Finanzmarkt werden gegebenenfalls zur Umschuldung genutzt.

Ohne Zweifel erreicht das GuW-Programm die Ziele, in der Breite das Erfolgspotenzial von Gründern zu nutzen und den strukturellen Wandel in Baden-Württemberg zu begleiten. Es trägt dazu bei, die im internationalen Vergleich noch geringe Selbstständigenquote zu erhöhen.



10. Anhang

Firmendeckblatt

Firma: _____

Name: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

- Das Unternehmen existiert noch**
- ja bitte Fragebogen an das Unternehmen weiterleiten
- nein bitte beantworten Sie als zuständiger **Firmenkundenbetreuer** nachfolgende Fragen

Gründe für das Scheitern (Mehrfachnennungen sind möglich)

	trifft zu
Äußere Einflüsse	<input type="radio"/>
Überschätze Betriebsleistung	<input type="radio"/>
Private Probleme	<input type="radio"/>
Planungsmängel	<input type="radio"/>
Qualifikationsmängel	<input type="radio"/>
Informationsdefizite	<input type="radio"/>
Finanzierungsmängel	<input type="radio"/>

Branche

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Verarbeitendes Gewerbe | <input type="radio"/> Bau-/ Ausbaugewerbe |
| <input type="radio"/> Handwerk | <input type="radio"/> Groß-/ Einzelhandel |
| <input type="radio"/> private Dienstleistungen | <input type="radio"/> freie Berufe |
| <input type="radio"/> unternehmensbezogene Dienstleistungen | <input type="radio"/> Hotel- und Gaststättengewerbe |

Zeitpunkt des Scheiterns

1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr

Fragebogen

Wenn wir im Folgenden von Existenzgründung sprechen, impliziert dies immer auch die Übernahme von Unternehmen.

1. Persönliche Daten

Sie sind

männlich weiblich

Zum Zeitpunkt der Gründung waren Sie

bis 25 26 bis 35 36 bis 45 46 bis 55 älter als 55 Jahre

Welche Ausbildung haben Sie vor der Unternehmensgründung absolviert?

- Abgeschlossene Lehre
 Meister/Techniker
 Berufsakademie-/Fachhochschulabschluss
 Universitätsabschluss
 Sonstiger Abschluss
 Kein Abschluss

Vor der Unternehmensgründung waren Sie

- arbeitslos
 in Ausbildung
 abhängig beschäftigt
 bereits selbstständig

Haben Sie vor der Gründung Berufserfahrung in der Branche Ihres Unternehmens gesammelt?

Ja Nein

Welche Nationalität hatten Sie zum Zeitpunkt der Gründung Ihres Unternehmens?

Würden Sie den Schritt in die Selbstständigkeit wieder machen?

Ja Nein

2. Gründungsmerkmale

Um welche Form der Gründung handelte es sich?

- Neugründung
 Übernahme
 Beteiligung an einem Unternehmen

Welches war die Motivation der Existenzgründung (Mehrfachnennungen möglich)?

	Trifft nicht zu		Trifft voll zu
→ Günstige Marktlücke (Marktnische)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Neuartige Geschäftsidee (Produkt oder Dienstleistung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Unternehmensnachfolge (z. B. in der Familie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Arbeitslosigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Fehlende Weiterentwicklungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Selbstbestimmung (eigener Chef sein ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

→ Anderer Grund, wenn ja, welcher? _____

Haben Sie allein gegründet oder im Team?

Allein Im Team

Wenn im Team:

→ Wie viele Personen umfasste das Gründungsteam?

→ Welche Qualifikation/berufliche Ausbildung hatten die weiteren Beteiligten? _____

Sind Sie in Baden-Württemberg geboren?

Ja Nein

Haben Sie vor der Unternehmensgründung in Baden-Württemberg gearbeitet?

Ja Nein

In welcher Rechtsform haben Sie Ihr Unternehmen gegründet?

Einzelfirma Eingetragener Kaufmann Gesellschaft bürgerlichen Rechts GmbH
 GmbH & Co. KG KG OHG AG

Andere Form, nämlich: _____

Ist Ihr Unternehmen in der Handwerksrolle als Meisterbetrieb eingetragen?

Ja Nein

Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?

Verarbeitendes Gewerbe
 Bau-/Ausbaugewerbe
 Handwerk
 Groß-/Einzelhandel
 Private Dienstleistungen
 Freie Berufe
 Unternehmensbezogene Dienstleistungen
 Hotel- und Gaststättengewerbe

3. Merkmale der Unternehmensentwicklung

Bitte füllen Sie die folgende Tabelle für Ihr Unternehmen aus:

Merkmal	2001 in TDM	2002 in TEUR	2003 in TEUR	2004 in TEUR	2005 in TEUR
→ Umsatz	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
→ Betriebsergebnis (gegebenenfalls zzgl. Geschäftsführergehalt)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
→ Eigenkapital	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
→ Bilanzsumme	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	2001	2002	2003	2004	2005
→ Zahl der Beschäftigten	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
→ Zahl der Auszubildenden	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

4. Einschätzung des Unternehmenserfolgs

Wurden aus heutiger Sicht die Ziele gegenüber dem Businessplan/Gründungskonzept erreicht hinsichtlich folgender Punkte?

	Nicht erreicht	Erreicht	Übertroffen
→ Umsatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Betriebsergebnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Anzahl der Beschäftigten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie schätzen Sie die Entwicklung Ihres Unternehmens und des relevanten Marktes in den nächsten 2 Jahren ein?

	Klar negativ	Konstant	Klar positiv
→ Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Relevanter Markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Setzen Sie strategische Planungsinstrumente wie bspw. eine vorausschauende Finanzplanung, eine Erfolgsrechnung, Kennzahlensysteme, Stärken-/Schwächenanalysen ein?

Ja Nein

Wie schätzen Sie Ihre Stärken gegenüber Mitbewerbern hinsichtlich folgender Punkte ein?

	Schlechter	Gleich	Besser
→ Produktprogramm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Innovationsfähigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Angebotsflexibilität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Kundenorientierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Qualität Produkt/Dienstleistung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Preisgestaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Kundendienst/Service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Information und Betreuung

Mit welchen Fragestellungen haben Sie sich vor der Existenzgründung beschäftigt?

	Intensiv		Weniger
→ Rechtsformwahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Betriebsorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Versicherungsfragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Standortwahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Steuerfragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Tragfähigkeit der Geschäftsidee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Marketing (Zielgruppen- bzw. Konkurrenzanalyse)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Rechtliche Fragen der Unternehmensnachfolge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Balance zwischen Selbstständigkeit und Privatleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Höhere Einkommenschancen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Finanzierungsfragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Haben Sie vor der Gründung an Qualifizierungsmaßnahmen/Gründungsseminaren teilgenommen?

Ja Nein

Haben Sie externe Beratung in Anspruch genommen?

→ Vor der Gründung Ja Nein
 → In den ersten Geschäftsjahren Ja Nein

Wenn ja, von wem wurden Sie **vor** der Unternehmensgründung beraten und wie gut war die Beratung der jeweiligen Institutionen/Personen?

	Hat/haben mich beraten	Beratung war zielführend		
		Ja	Weniger	Nein
→ Hausbank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Kammern (IHK/HWK/Fachkammern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Branchenverband	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ L-Bank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Bürgschaftsbank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Wirtschaftsförderer (kommunal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Unternehmensberater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Steuerberater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Andere Unternehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wenn ja, von wem wurden Sie **während** der ersten Geschäftsjahre beraten und wie gut war die Beratung der jeweiligen Institutionen/Personen?

	Hat/haben mich beraten	Beratung war zielführend		
		Ja	Weniger	Nein
→ Hausbank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Kammern (IHK/HWK/Fachkammern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Branchenverband	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ L-Bank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Bürgschaftsbank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Wirtschaftsförderer (kommunal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Unternehmensberater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Steuerberater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
→ Andere Unternehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie wurden Sie auf die Förderangebote der L-Bank aufmerksam (Mehrfachnennungen möglich)?

Hausbank Wirtschaftskammern Unternehmensberater
 Steuerberater Informationsmedien (Internet/Presse/Literatur) Bekanntenkreis

6. Bedeutung der Förderung

Ohne die Förderung durch die L-Bank wäre die Gründung

- genauso erfolgt Ja Nein
- genauso erfolgt, aber weniger erfolgreich Ja Nein
- zeitlich verzögert erfolgt Ja Nein
- kleiner ausgefallen Ja Nein
- zeitlich verzögert erfolgt und kleiner ausgefallen Ja Nein
- nicht erfolgt Ja Nein

Haben Sie eine der nachfolgenden weiteren Finanzierungsquellen genutzt?

- Eigenkapitalhilfeprogramm Ja Nein
- Beteiligungskapital Ja Nein
- Öffentliche Bürgschaften Ja Nein

Welche der folgenden Aspekte der Förderung waren für Sie wichtig?

- | | Sehr nützlich | | Weniger nützlich |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| → Tilgungsfreie Jahre | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| → Zinsverbilligung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| → Lange Zinsfestschreibung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| → Vorzeitige Tilgungsmöglichkeit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| → Lange Kreditlaufzeit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| → Kopplung Förderung mit Beratung durch L-Bank | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Sie planen zurzeit

- eine weitere Kreditaufnahme Ja Nein
- eine vorzeitige Tilgung Ja Nein
- weitere Kapitaleigner aufzunehmen Ja Nein

Wurde das gewährte L-Bank Darlehen vor Ablauf vollständig getilgt?

- Ja Nein

Wenn ja, warum?

- Umschuldung wegen günstiger Kreditkonditionen
- Unerwartete Zuführung von Eigenkapital
- Freie Liquidität

Welche Produkte der L-Bank außer der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung kennen Sie?

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen in einem verschlossenen Umschlag an Ihre betreuende Hausbank.

Rückgabetermin: 07.07.2006

Für evtl. Rückfragen bitten wir Sie um die Nennung eines Ansprechpartners in Ihrem Unternehmen.
Die Angabe ist selbstverständlich freiwillig und hat keinen Einfluss auf die Auswertung.

Ansprechpartner im Unternehmen:

Name: _____

Telefon: _____

Abbildungsverzeichnis/Tabellenverzeichnis

Abb. 1	Internationaler Vergleich der Selbstständigenquote für das Jahr 2004 bzw. für das letzte verfügbare Jahr	7
Abb. 2	Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts und deren Trend von 1992 bis 1997 und 2000 bis 2005	11
Abb. 3	Unternehmensinsolvenzen in Westdeutschland von 1992 bis 1997 und 2000 bis 2005	11
Abb. 4	Verteilung der Gründe der Unternehmensaufgabe	12
Abb. 5	Verteilung der Jahre der Unternehmensaufgabe	12
Abb. 6	Entwicklung der durchschnittlichen Beschäftigung	13
Abb. 7	Durchschnittliche Umsätze je Unternehmen in 1.000 Euro	14
Abb. 8	Umsatzwachstumsklassen 2002 bis 2005	14
Abb. 9	Mittelwert der Umsatzrendite für die Jahre 2002 bis 2005	16
Abb. 10	Entwicklung der durchschnittlichen Eigenkapitalquote für die Jahre 2002 bis 2005	16
Abb. 11	Gründungsart und Beschäftigungswachstumsklassen 2002 bis 2005	20
Abb. 12	Gründungsart und Umsatzwachstumsklassen 2002 bis 2005	21
Abb. 13	Einzel- und Teamgründungen – Beschäftigungswachstumsklassen 2002 bis 2005	22
Abb. 14	Einzel- und Teamgründungen – Umsatzwachstumsklassen 2002 bis 2005	22
Abb. 15	Verteilung der Branchen	23
Abb. 16	Verteilung der Rechtsformen	23
Abb. 17	Prozentuale Verteilung der höchsten erreichten Bildungsabschlüsse	25
Abb. 18	Beschäftigungswachstumsklassen nach erreichten Bildungsabschlüssen	25
Abb. 19	Vorstatus Gründer	26
Abb. 20	Branchenverteilung nach Männern und Frauen	27
Abb. 21	Qualifikation nach Männern und Frauen	27
Abb. 22	Entwicklung der durchschnittlichen Beschäftigtenzahl	28
Abb. 23	Entwicklung des durchschnittlichen Umsatzes je Unternehmen	28
Abb. 24	Beschäftigungswachstumsklassen nach Gründern und Gründerinnen	29
Abb. 25	Altersstruktur der männlichen und weiblichen Gründer	29
Abb. 26	Gründungsimpulse und -motive	30
Abb. 27	Erfolgseinschätzung im Vergleich zum Businessplan	31
Abb. 28	Erfolgseinschätzung im Vergleich zu Mitbewerbern	32
Abb. 29	Bewertung der Förderung	34
Abb. 30	Relevanz von Aspekten der Förderung	35
Abb. 31	Fragestellungen vor der Existenzgründung	36
Abb. 32	Beratung vor der Existenzgründung	36
Abb. 33	Wegweiser zu Förderangeboten der L-Bank	37
Tab. 1:	Überlebensraten geförderter Existenzgründungen	11
Tab. 2:	Erfolgsindikatoren und ihre Entwicklung nach der Gründungsform	19
Tab. 3:	Erfolgsindikatoren und ihre Entwicklung nach dem Gründungstyp	20

Literaturverzeichnis

- Achleitner, A.-K./Klandt, H./Koch, L. und K. I. Voigt: Jahrbuch entrepreneurship 2005/2006, Heidelberg 2006
- Böhm, D. und B. Volkert: Finanzielle Existenzgründungsförderung des Landes Baden-Württemberg – eine Erfolgskontrolle –, Bericht des Instituts für Südwestdeutsche Wirtschaftsforschung der Steinbeis-Stiftung an die L-Bank, 12/1999
- Collrepp, F.: Handbuch Existenzgründung, 4. Auflage, Stuttgart 2004
- Creditreform (Hrsg.): Insolvenzen Neugründungen Löschungen, diverse Jahre
- Creditreform (Hrsg.): Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand, Frühjahr 2006
- Hahn, D., und K. Esser: Unternehmensgründungen, Tagungsband der SG Gesellschaft, Stuttgart 1999
- Heckmann, M. und C. Schnabel: Überleben und Beschäftigungsentwicklung neu gegründeter Betriebe, Nürnberg 2005
- Kay, R./May-Strobl, E. und F. Maaß: Neue Ergebnisse der Existenzgründungsforschung, Bonn 2001
- KfW Bankengruppe (Hrsg.): Mittelstandsmonitor 2006
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (Hrsg.): Grünbuch „Unternehmergeist in Europa“ 2003, KOM (2003) 27end
- Nathusius, K.: Grundlagen der Gründungsfinanzierung, Wiesbaden 2001
- Seidel, Michael: Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit, Wiesbaden 2002

Herausgeber:
L-Bank

Schlossplatz 10 Tel. 0721 150-0
76113 Karlsruhe Fax 0721 150-1001

Börsenplatz 1 Tel. 0711 122-0
70174 Stuttgart Fax 0711 122-2112

www.l-bank.de

Stand: November 2006