

Ökonomische Geographie

herausgegeben von

Johannes Bröcker

Professor für Volkswirtschaftslehre
an der Christian-Albrechts-Universität Kiel

und

Michael Fritsch

Professor für Volkswirtschaftslehre
an der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Verlag Franz Vahlen München

10. Entrepreneurship und Regionalentwicklung

Michael Fritsch

10.1 Die Bedeutung von Entrepreneurship für die Regionalentwicklung

Entrepreneurship bzw. Unternehmertum wird allgemein als Quelle von Innovation, wirtschaftlichem Wandel und Wachstum angesehen. Im Mittelpunkt steht dabei die Person des Unternehmers, insbesondere die des innovativen Unternehmers, der Marktchancen erkennt und versucht, diese mit Kreativität, Initiative, Gestaltungswillen, Risikobereitschaft und Durchsetzungsfähigkeit in ökonomischen Erfolg umzusetzen. Entrepreneurship ist somit als ein wesentliches dynamisches Element im Wirtschaftsprozess anzusehen, von dem entscheidende Impulse für die Entwicklung ausgehen können. Für Regionen stellt Entrepreneurship einen wesentlichen Teil des endogenen Potenzials dar, derjenigen Wachstumskräfte also, die aus der Region selbst heraus wirken. Es ist somit auch ein wichtiger Ansatzpunkt für die regionale Entwicklungspolitik.

In diesem Kapitel soll ein Überblick über die Ausprägungen von Entrepreneurship, ihre jeweilige empirische Relevanz und ihre Bedeutung für die regionale Entwicklung gegeben werden. Dabei ist zunächst genauer auf die Definition von Entrepreneurship und seine verschiedenen Formen einzugehen (*Abschnitt 10.2*). Der *Abschnitt 10.3* informiert dann über das Gründungsgeschehen in Deutschland und die dabei festzustellenden sektoralen sowie die regionalen Unterschiede. Wesentliche stilisierte Fakten zur Entwicklung von neuen Unternehmen und zum regionalen Gründungsgeschehen werden im *Abschnitt 10.4* dargestellt. Der *Abschnitt 10.5* behandelt dann diejenigen Bedingungen, die sich offenbar günstig auf das Gründungsgeschehen auswirken. Daran anschließend geht es um die Erfolgsfaktoren von Gründungen (*Abschnitt 10.6*) und im *Abschnitt 10.7* wird auf den Zusammenhang zwischen Gründungen und Regionalentwicklung eingegangen. Schließlich werden mögliche Ansatzpunkte für eine Gründungsförderung herausgearbeitet (*Abschnitt 10.8*) und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen diskutiert (*Abschnitt 10.9*). *Abschnitt 10.10* fasst dann die wesentlichen Ergebnisse zusammen.

10.2 Definition und Arten von Entrepreneurship

Allgemein umschreibt der Begriff *Entrepreneurship* individuelle Eigenschaften von Personen wie Eigenverantwortung, Kreativität, Wachheit, Initiative, Streben nach Selbstverwirklichung, Risikobereitschaft sowie Durchsetzungswille und Durchset-

zungsfähigkeit. Man bezieht den Begriff in der Regel auf die Gründung eines Unternehmens bzw. auf die berufliche Selbstständigkeit und schließt damit abhängig Beschäftigte, insbesondere auch angestellte Manager, vom Begriff des Entrepreneurship aus. In Bezug auf abhängig Beschäftigte, welche die mit Entrepreneurship verknüpften Eigenschaften aufweisen, spricht man auch von *Intrapreneurship*.

Häufig fokussiert man den Begriff des Entrepreneurship auf solche Betriebe bzw. Unternehmen, die relativ jung sind bzw. die sich im Stadium der Gründung befinden. Der Grund hierfür besteht darin, dass man jungen und noch in Gründung befindlichen Unternehmen eine besondere Dynamik im Vergleich zu älteren Unternehmen zuspricht. Entsprechend unterscheidet der Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ein internationales Forschungsprojekt zu Bedingungen und Wirkungen von Entrepreneurship, zwischen *Nascent Entrepreneurs* (Personen, die in die Gründung eines Unternehmens involviert sind), *Young Entrepreneurs* (Gründer von Firmen, die nicht älter als dreieinhalb Jahre sind) und *Established Business Ownership* (vom Eigentümer geführte Unternehmen, die älter als dreieinhalb Jahre sind).

Eine weitere wichtige Unterscheidung verschiedener Formen von Entrepreneurship ist die zwischen *Opportunity Entrepreneurship* und *Necessity Entrepreneurship*. Unter Opportunity Entrepreneurship versteht man eine Gründung, mit der vorwiegend versucht wird, eine sich bietende Chance zu ergreifen bzw. eine Idee zu realisieren, wie dies in der Regel bei der Gründung eines innovativen Unternehmens der Fall ist. Necessity Entrepreneurship bezeichnet demgegenüber eine Gründung aus einer Notlage heraus, wie sie etwa Arbeitslosigkeit darstellt; hier geht es weniger um die Realisierung einer bestimmten Idee, sondern vor allem um die Finanzierung des Lebensunterhaltes mangels besserer Alternativen.

10.3 Überblick über das Gründungsgeschehen in Deutschland

Die Frage, wie viele Gründungen in einem Land pro Jahr stattfinden, lässt sich kaum eindeutig beantworten. Ein Grund für unterschiedliche Angaben zur Anzahl der Gründungen besteht darin, dass den verschiedenen in Frage kommenden Datenquellen unterschiedliche Definitionen und Erhebungsverfahren zugrunde liegen. Darüber hinaus kann man nicht selten auch durchaus unterschiedlicher Ansicht darüber sein, ob beispielsweise die Errichtung eines Zweigbetriebes, eine Änderung der Rechtsform, ein Eigentümerwechsel oder ein Wechsel des Branchenschwerpunktes einen Neubeginn im Sinne einer Gründung darstellt oder nicht.

In Deutschland bieten sich derzeit vor allem zwei Datenquellen für eine regionale Analyse des Gründungsgeschehens an. Zum einen handelt es sich dabei um die Gründungspanels des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, zum anderen um die Betriebsdatei der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Beschäftigtenstatistik) der Bundesagentur für Arbeit. Während die ZEW-Gründungspanels nur Unternehmenshauptsitze erfassen, weist die Betriebsdatei der Beschäftigtenstatistik sämtliche Betriebsstätten aus, erfasst also auch die Gründung von Zweigbetrieben.

Tabelle 10.1: Sektorale Struktur der Gründungen in Deutschland 2001–2005

Sektor Branche	Durchschnittliche jährliche Anzahl der Gründungen 2001–2005	Gründungen pro 1.000 Be- schäftigten in der Branche	Anteil an der durchschnitt- lichen Anzahl aller Gründungen 2001–2005 in %
<i>Industrie</i>	12 638	2,24	8,8
Ernährung und Tabak	1 543	2,75	0,99
Textil und Bekleidung	438	3,21	0,28
Leder	723	3,23	0,46
Papier, Verlage und Druck	1 345	3,35	0,86
Kokerei, Mineralöl, Spalt- und Brutstoffe	12	0,53	0,08
Chemie	236	0,63	0,15
Gummi und Kunststoff	433	1,38	0,28
Glas, Keramik, Steine und Erden	514	2,7	0,33
Metallerzeugung, -bearbeitung	2 942	3,25	1,88
Maschinenbau	1 220	1,47	0,78
Büromaschinen, EDV, Elektro- technik, Feinmechanik, Optik	1 728	2,01	1,11
Fahrzeugbau	283	0,41	0,18
Möbel, Schmuck, Musikinstru- mente, Sportgeräte, Spielwaren, Recycling	1 219	5,59	0,78
<i>Dienstleistungen</i>	116 527	14,96	74,53
Handel, Instandhaltung und Reparatur von KFZ und Gebrauchsgütern	41 518	12,69	26,56
Gastgewerbe	22 799	36,82	14,58
Verkehr und Nachrichten- übermittlung	4 002	7,25	2,56
Kredit und Versicherungen	5 638	6,67	3,61
Grundstücks- und Wohnungs- wesen	42 569	17,04	27,22
<i>Sonstiges</i>	27 174	14,91	17,38
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	6 515	24,92	4,17
Bergbau, Steine und Erden	144	1,44	0,09
Baugewerbe	20 516	14,05	13,12
<i>Gesamt</i>	156 340	10,70	100
Wissensintensive Branchen	43 239	0,0080	27,66
Hightech-Branchen	1 390	0,0027	0,89

Eine reichhaltige Datenquelle für internationale Vergleiche der Gründungsaktivitäten stellt der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dar. Das GEM-Projekt ist ein internationaler Forschungsverbund, der seit 1998 die Entrepreneurship-Aktivitäten in inzwischen mehr als 40 Ländern unterschiedlichen Entwicklungsstandes erfasst. Dabei wird jährlich in jedem der im GEM-Konsortium zusammengeschlossenen Länder insbesondere eine repräsentative Bevölkerungsbefragung sowie eine Befragung von Experten durchgeführt. Die Ergebnisse werden jährlich in Reports für die jeweiligen Länder sowie in einem Global Report publiziert (siehe www.gemconsortium.org). In den GEM-Reports werden verschiedene Formen von Gründungen bzw. Unternehmertum unterschieden.

Auf der Grundlage der Beschäftigtenstatistik lassen sich für Deutschland im Zeitraum 2001 bis 2005 etwas mehr als 156 000 Gründungen pro Jahr identifizieren (Tabelle 10.1). Dabei fand die große Mehrzahl dieser Gründungen im Bereich der privaten Dienstleistungen statt (74,5%); nur ein relativ geringer und im Zeitablauf abnehmender Anteil entfiel auf die Industrie (8,8%). Innerhalb des Sektors der privaten Dienstleistungen waren die größten Anteile der Gründungen in den Branchen Handel, Instandhaltung und Reparatur, dem Gastgewerbe sowie im Bereich Grundstücks- und Wohnungswesen zu verzeichnen. Gründungen in Branchen, die als „wissensintensiv“ klassifiziert werden, machten etwas mehr als 27% aller Gründungen aus; für Gründungen in Hightech-Branchen des Verarbeitenden Gewerbes ergibt sich aus dieser Datenbasis ein Anteil von deutlich weniger als 1%. Allerdings stellt die Abgrenzung innovativer Gründungen nach ihrer Branchenzugehörigkeit nur eine grobe Annäherung dar. Tatsächlich dürfte die Anzahl und damit der Anteil der besonders innovativen Gründungen in Deutschland deutlich niedriger ausfallen und die Zahl von ca. 400 Gründungen pro Jahr nicht übersteigen.

Für Vergleiche des Niveaus der Gründungsaktivitäten in verschiedenen Branchen bzw. Regionen sind absolute Angaben zur Anzahl der Gründungen in der Regel nur wenig hilfreich, da dabei die unterschiedlichen Potenziale der jeweiligen Branchen bzw. Regionen unberücksichtigt bleiben. Aus diesem Grunde bildet man für derartige Vergleiche in der Regel eine *Gründungsrate*. Am weitaus gebräuchlichsten ist es, hierbei die Anzahl der Gründungen auf die Anzahl der Beschäftigten oder auf die Erwerbspersonen zu beziehen, den Teil der Bevölkerung also, der als potenzielle Gründer in Frage kommt. Nimmt man als Bezugsgröße für branchenspezifische Gründungsrate die Anzahl der in der jeweiligen Branche Beschäftigten, so ergeben sich für Deutschland die höchsten Gründungsrate im Gastgewerbe, in der Land- und Forstwirtschaft, dem Grundstücks- und Wohnungswesen sowie in der Bauwirtschaft. Im Industriesektor fallen die Gründungsrate hingegen relativ gering aus (Tabelle 10.1). Diese Unterschiede sind wahrscheinlich zu einem wesentlichen Teil durch eine branchenweise variierende *mindestoptimale* Betriebsgröße bedingt, aus der sich entsprechend unterschiedliche Anforderungen an das Ausmaß der für eine erfolgreiche Gründung erforderlichen Ressourcen ergeben.

Bei der Bildung regionaler Gründungsrate wird die Anzahl der Gründungen in der Regel auf die Anzahl der in der Region leben Beschäftigten, die Erwerbspersonen oder auf die Wohnbevölkerung in einem bestimmten Alter (in der Regel zwischen 18 und 65 Jahren) bezogen. Dies ist insbesondere deshalb sinnvoll, weil sich in empirischen Untersuchungen gezeigt hat, dass Gründungen in der Regel in unmittelbarer

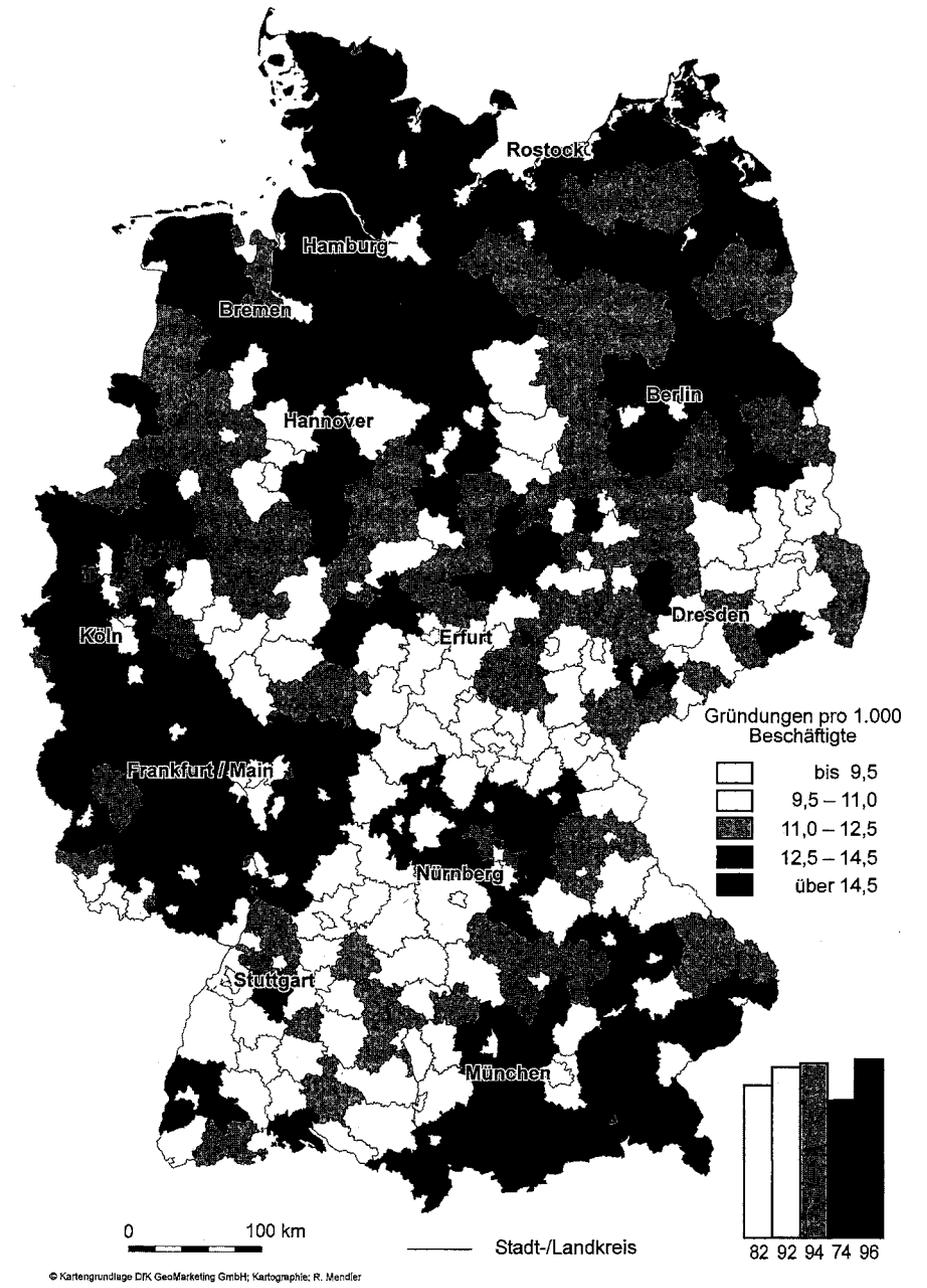
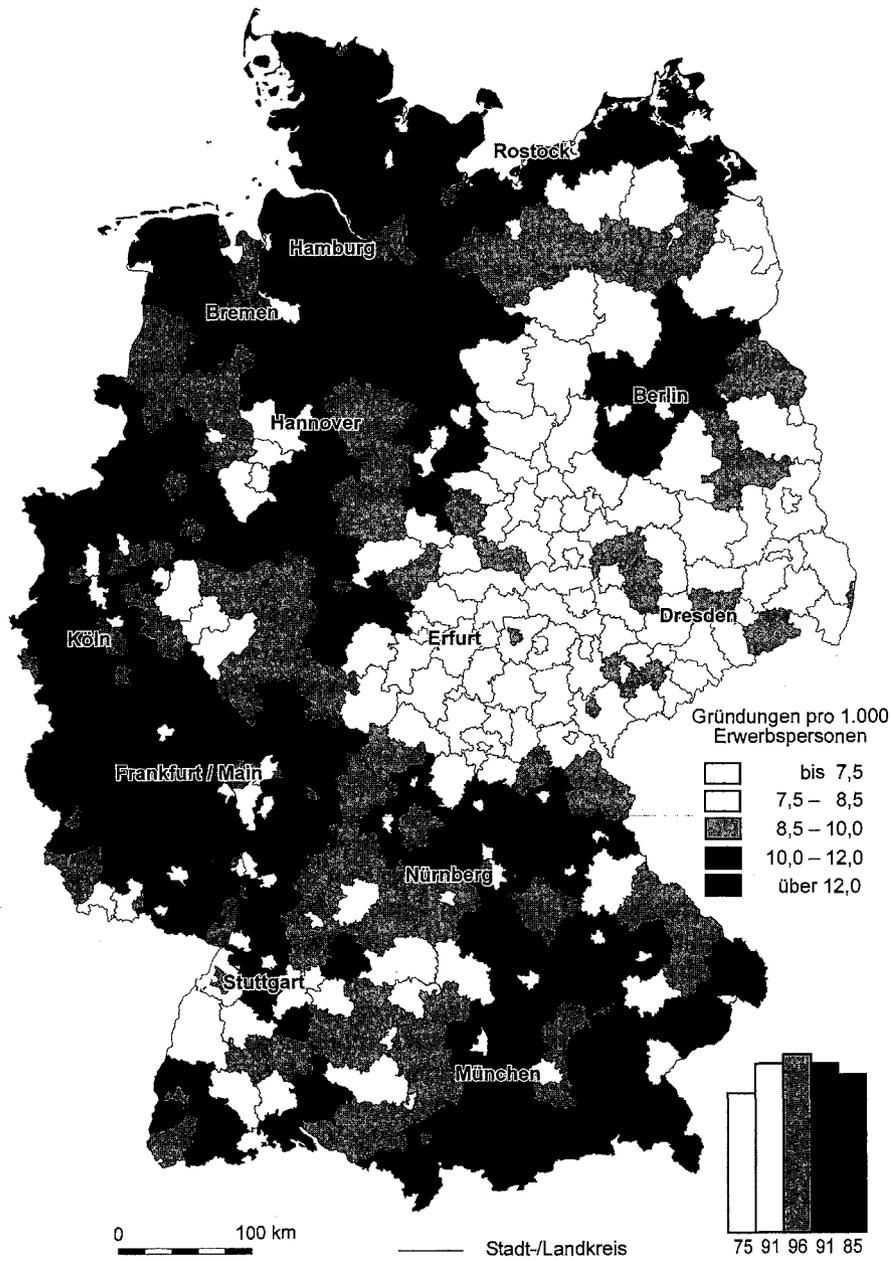
räumlicher Nähe zum Wohnort des Gründers stattfinden. Die auf die regionale Erwerbsbevölkerung oder auf die Wohnbevölkerung bezogene Anzahl der Gründungen spiegelt somit die Gründungsneigung in einer Region wider und lässt sich als Wahrscheinlichkeit dafür auffassen, dass jemand aus dem regional ansässigen Potenzial an Gründern tatsächlich als Unternehmer tätig wird.

Die Anzahl der Gründungen pro 1.000 Erwerbspersonen (Quelle: Beschäftigtenstatistik) weist zwischen den Regionen wesentliche Unterschiede auf (Abbildung 10.1a). Während das Maximum deutlich über 15 liegt, hat die Region mit der niedrigsten Rate einen Wert von knapp über 6. Besonders hohe Gründungsrate finden sich insbesondere im Umkreis von München, in Berlin und dem Berliner Umland, in den norddeutschen Küstenregionen sowie im Köln-Bonner-Raum und in Rheinland-Pfalz. Relativ niedrige Gründungsrate sind für Teile Baden-Württembergs, für das östliche Westfalen sowie insbesondere für viele Regionen in Ostdeutschland erkennbar. Die vielfach niedrigen Gründungsrate in Ostdeutschland sind insbesondere durch die dort relativ hohen Anteile an Langzeit-Arbeitslosen bedingt, da diese Personen in der Regel eine vergleichsweise geringe Gründungsneigung aufweisen. Bezieht man die Anzahl der Gründungen nur auf die Beschäftigten, so fallen die Gründungsrate in Ostdeutschland eher überdurchschnittlich aus (Abbildung 10.1b).

10.4 Stylized Facts zur Entwicklung junger Unternehmen

In empirischen Untersuchungen wurde eine Reihe von Regelmäßigkeiten der Entwicklung junger Unternehmen aufgezeigt. So sind neue Unternehmen in der Regel sehr klein. Häufig bestehen sie allein aus dem Gründer und eventuell mithelfenden Familienangehörigen. Dabei findet der Marktzutritt in der Regel unterhalb der mindestoptimalen Unternehmensgröße statt. Eine Hauptaufgabe für den Gründer besteht deshalb innerhalb der ersten Jahre darin, durch Wachstum des Unternehmens die mindestoptimale Größe zu erreichen. Dabei liegt die Produktivität der neu gegründeten Unternehmen meist unter dem Branchendurchschnitt, und es dauert in der Regel eine Reihe von Jahren, bis junge Unternehmen das durchschnittliche Produktivitätsniveau der Branche erreicht haben.

Abbildung 10.1: Durchschnittliche jährliche Gründungsraten in Deutschland 2001–2005 (private Wirtschaft insgesamt)



Ein großer Teil der neuen Unternehmen scheitert und tritt nach nicht allzu langer Zeit wieder aus dem Markt aus. In der Regel wird ca. die Hälfte aller Gründungen während der ersten sechs Jahre wieder stillgelegt. Besonders hoch ist die Anfälligkeit der Gründungen für eine Stilllegung während der ersten ein bis zwei Jahre. Der Grund

für diese hohe Scheiteranfälligkeit liegt einmal in den Problemen, die es bereitet das Unternehmen wettbewerbsfähig zu machen, das heißt, die internen Abläufe in Gang zu setzen sowie tragfähige Beziehungen zu Abnehmern und Zulieferern zu etablieren (liability of newness). Ein weiterer Grund für die hohe Scheiteranfälligkeit ist wohl in der geringen Größe neuer Unternehmen zu sehen (liability of smallness): Während Großunternehmen im Falle wirtschaftlicher Schwierigkeiten mit einem Kapazitätsabbau reagieren können, ist dieser Weg den Kleinunternehmen aufgrund ihrer geringen Größe versperrt und sie müssen gleich ganz schließen. Die hohe Anfälligkeit von Gründungen für ein Scheitern ist wohl auch der wesentliche Grund dafür, dass in der Regel eine hohe Korrelation zwischen der Anzahl der Gründungen und der Anzahl der Schließungen in einer Branche bzw. in einer Region zu verzeichnen ist.

Nur ein sehr geringer Anteil neu gegründeter Unternehmen schafft in wesentlichem Ausmaß Arbeitsplätze. Nach einer häufig genannten Faustregel sind in einer Kohorte, – einer Gruppe von in einem bestimmten Zeitraum (in der Regel während eines bestimmten Jahres) gegründeten Unternehmen – nach zehn Jahren mehr als die Hälfte aller in den überlebenden Gründungen entstandenen Arbeitsplätze in ca. 3–5% der ursprünglich gegründeten Unternehmen konzentriert. Die hohe Scheiteranfälligkeit von Gründungen und das im Durchschnitt geringe Wachstum der überlebenden Unternehmen haben zur Folge, dass die Beschäftigtenzahl in Gründungskohorten nach einigen Jahren unter das ursprüngliche Niveau sinkt: Das Wachstum der überlebenden Gründungen kann in der Regel die Arbeitsplatzverluste durch stillgelegte Gründungen nicht kompensieren.

10.5 Welche Faktoren begünstigen regionale Gründungsaktivitäten?

In empirischen Untersuchungen des Gründungsgeschehens wurden eine Reihe von Faktoren identifiziert, die sich positiv auf das Gründungsgeschehen bzw. auf die Wahrscheinlichkeit zur Gründung eines Unternehmens auswirken. Ganz vorne stehen hierbei Charakteristika des Gründers, nämlich bestimmte Kennzeichen seiner Persönlichkeit und seine Qualifikation. So weisen Personen mittleren Alters mit einem relativ hohen Ausbildungsabschluss und vielfältiger Berufserfahrung in der Regel auch eine vergleichsweise hohe Gründungsneigung auf. Auch Persönlichkeitsmerkmale wie Gestaltungswille, Initiative, Selbstständigkeit sowie der Wille und die Fähigkeit zum Tragen von Risiko erhöhen die Wahrscheinlichkeit für eine Gründung. Einen starken stimulierenden Einfluss hat offenbar auch, inwiefern eine Person mit unternehmerischen Rollenvorbildern in Berührung gekommen ist, also ob Eltern, sonstige Verwandte, Freunde oder Bekannte unternehmerisch tätig sind bzw. waren (*Peer-Effekte*). Von großer Bedeutung für das Zustandekommen einer Gründung ist das Ausmaß der benötigten Ressourcen und deren Verfügbarkeit. Je größer der Mittelbedarf, desto höher sind auch die Hürden für die Gründung. In diesem Zusammenhang kommt insbesondere der Kapitalausstattung des Gründers wesentliche Bedeutung zu, denn die verfügbaren Eigenmittel und Sicherheiten begrenzen die Bereitschaft von Kapitalgebern zur Kreditvergabe.

In empirischen Untersuchungen zeigt sich, dass viele Gründer vor dem Schritt in die Selbstständigkeit in einem Kleinunternehmen tätig waren, das selbst vor nicht allzu langer Zeit gegründet wurde. Daher sind junge Kleinunternehmen als ein Saatbeet für regionale Gründungen anzusehen. Die Erklärung für die hohe Gründungsneigung von Beschäftigten in jungen Kleinunternehmen ergibt sich einmal daraus, dass die Tätigkeit in Kleinunternehmen in der Regel wenig spezialisiert ist und vielfältige Aufgabenbereiche umfasst. Beschäftigte in jungen Kleinunternehmen haben insbesondere die Möglichkeit, einen direkten Einblick in unternehmerische Tätigkeit zu gewinnen, da sie einen Unternehmer, ihren Arbeitgeber, relativ hautnah als Rollenmodell erleben. Eine weitere Erklärung für die hohe Gründungsneigung von in jungen Kleinunternehmen tätigen Personen könnte auch darin bestehen, dass die Arbeitsplätze in solchen Unternehmen aufgrund der hohen Scheiteranfälligkeit von kleinen Gründungen nicht sehr sicher sind. Darüber hinaus fallen Löhne und Sozialleistungen in Kleinunternehmen in der Regel relativ gering aus und auch die internen Aufstiegsmöglichkeiten sind recht begrenzt. Alle diese Faktoren können den Entschluss zur Gründung eines eigenen Unternehmens stimulieren. Ein hoher Anteil an jungen Kleinunternehmen in einer Region führt also zu einer relativ hohen Gründungsrate und hat somit Selbstverstärkungseffekte.

Von den Standortgegebenheiten erweist sich ein hohes Niveau von Innovationsaktivitäten und Wissens-Spillovern in einer Region als günstig für Gründungen. Insbesondere für die Gründung wissensintensiver bzw. innovativer Unternehmen kann das Vorhandensein von innovativen Unternehmen sowie von Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen einen wesentlichen Vorteil darstellen. Dies deutet darauf hin, dass Gründungen ein wichtiges Medium für die Umsetzung von Wissen in Innovationen und deren Einführung am Markt darstellen können. Das gilt insbesondere für *Spin-off-Gründungen*, also Ausgründungen aus etablierten Unternehmen oder aus Forschungseinrichtungen.

Die ausgeprägten regionalen Unterschiede des Gründungsgeschehens, die etwa in *Abbildung 10.1* ersichtlich sind, erweisen sich im Zeitablauf als ziemlich stabil. Daher ist in Regionen, die heute eine relativ hohe Gründungsrate aufweisen, mit hoher Wahrscheinlichkeit auch zukünftig mit hohen Gründungsraten zu rechnen. Diese lang anhaltenden regionalen Unterschiede lassen auf eine große Bedeutung der regionalen Gegebenheiten für das Gründungsgeschehen bzw. die Gründungsneigung schließen. Ein wesentlicher Grund für dieses hohe Maß an Persistenz regionaler Gründungsraten kann darin gesehen werden, dass auch wesentliche Determinanten der regionalen Gründungsaktivitäten im Zeitablauf nur geringe Veränderungen aufweisen. Dies gilt insbesondere auch für die Einstellungen der Bevölkerung zu Gründungen und zu Entrepreneurship, die regional sehr unterschiedlich ausfallen können. Offenbar gibt es eine regionsspezifische Gründungskultur, die wesentlich durch landsmannschaftliche Besonderheiten sowie durch die wirtschaftliche Entwicklung der Region in der Vergangenheit geprägt ist.

10.6 Welche Faktoren begünstigen den Erfolg von Gründungen?

Die Frage, worauf der Erfolg bzw. Misserfolg von neu gegründeten Unternehmen zurückgeführt werden kann, ist Gegenstand vielfältiger Untersuchungen. Erfolg kann anhand von recht unterschiedlichen Kriterien wie z. B. Wachstum, Marktanteil, Gewinn bzw. Eigenkapitalrendite oder dem Überleben der Gründungen im Marktprozess gemessen werden. Häufig dient das Überleben der Gründung über einen bestimmten Zeitraum als Erfolgsmaß; wohl nicht zuletzt deshalb, weil diese Information im Vergleich zu anderen Erfolgsindikatoren wie z. B. Wachstum oder Rentabilität relativ leicht verfügbar ist.

Der mit Abstand stabilste Einfluss auf den Erfolg einer Gründung geht von der Unternehmensgröße zum Zeitpunkt der Gründung aus: Je größer das Unternehmen zum Zeitpunkt der Gründung, desto höher ist auch seine Überlebenschance. Diese höhere Überlebenschance von großen Gründungen kann auf mindestens dreierlei Weise erklärt werden. Erstens haben große Gründungen es einfacher, im Zeitraum nach der Gründung die mindestoptimale Größe zu erreichen. Zweitens sind größere Gründungen in der Regel intensiver durchdacht und weisen ein höheres Maß an Planungsrationale auf als kleinere Gründungen; die Geschäftstätigkeit wird aufgrund des hohen Ausmaßes an investierten Mitteln eventuell auch wesentlich intensiver betrieben als etwa bei einer Gründung im Nebenerwerb. Drittens schließlich verfügen große Gründungen über mehr Ressourcen, die sie dazu befähigen, Anfangsschwierigkeiten zu überstehen und erfolgreich am Markt tätig zu sein. Auf diese Weise könnte etwa erklärt werden, warum Teamgründungen, in denen mehrere Personen unternehmerisch aktiv sind, in der Regel erfolgreicher sind als Einzelgründungen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die an einer Teamgründung beteiligten Personen unterschiedliche Qualifikationen aufweisen. Beispielsweise besteht bei vielen technologieorientierten Gründungen von Personen mit Qualifikation im Bereich der Ingenieur- oder Naturwissenschaften ein wesentliches Defizit im kaufmännischen Bereich, das sich durch Teambildung mit Personen, die eine kaufmännische Qualifikation aufweisen, beheben ließe.

Die Bedeutung der Innovativität einer Gründung für den Erfolg ist vielschichtig. Zum einen kann man in der Regel davon ausgehen, dass besonders innovative Gründungen einem geringeren Maß an direkter Konkurrenz ausgesetzt sind als nicht-innovative Gründungen, was für ihren Erfolg sicherlich förderlich ist. Andererseits sind hochinnovative Gründungen auch besonders risikoreich, da hier hohe Unsicherheit darüber besteht, inwieweit das neue Produkt überhaupt in hinreichendem Maße Abnehmer findet. Die Erfolgswahrscheinlichkeit für einen innovativen Marktzutritt wird insbesondere auch durch das Stadium der betreffenden Branche im Produkt-Lebenszyklus bzw. durch das vorherrschende technologische Regime bestimmt. Weit verbreitet ist in diesem Zusammenhang die Unterscheidung zwischen einem *entrepreneurhaften* und einem *routinisierten technologischen Regime*. Das wesentlich Kennzeichen eines entrepreneurhaften Regimes, das häufig für Märkte in frühen Phasen des Produkt-Lebenszyklus charakteristisch ist, besteht darin, dass die meisten Konkurrenten auf dem Markt Kleinunternehmen sind und das innovationsrelevante Wissen relativ leicht zugänglich ist. Hingegen ist ein innovativer Marktzutritt in späteren

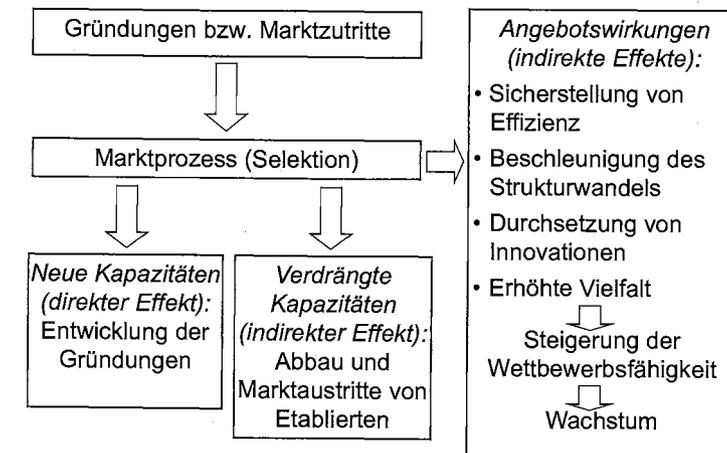
Phasen des Produkt-Lebenszyklus, wenn die Bedingungen eines routinisierten Regimes gegeben sind, relativ schwer. In diesem Falle dominieren meist etablierte Großunternehmen den Markt, die über umfangreiches Spezialwissen auf dem betreffenden Gebiet verfügen (Beispiel: Automobilindustrie).

In Bezug auf das räumliche Umfeld zeigen diverse Untersuchungen, dass die Überlebenschance von Gründungen in Verdichtungsgebieten signifikant geringer ist als in ländlichen Regionen. Der Grund für die höhere Stilllegungswahrscheinlichkeit von Gründungen in Verdichtungsgebieten dürfte in der größeren Knappheit an Ressourcen und der entsprechend intensiveren Konkurrenz auf Beschaffungsmärkten wie auch auf Absatzmärkten in diesen Regionen zurückzuführen sein.

10.7 Wirkungen von Entrepreneurship auf die regionale Entwicklung

Die Zusammenhänge zwischen Gründungsgeschehen und wirtschaftlicher Entwicklung sind recht komplex. Da die Gründung eines Unternehmens mit der Errichtung zusätzlicher wirtschaftlicher Kapazitäten verbunden ist, liegt die Vermutung nahe, dass Gründungen einen positiven direkten Effekt auf die Arbeitsplatzentwicklung haben. Dabei wird allerdings übersehen, dass Gründungen einen Marktzutritt darstellen und somit der Marktselektion ausgesetzt sind. Viele Gründungen scheitern, und diejenigen, die sich erfolgreich am Markt durchsetzen können, verdrängen zumindest teilweise etablierte Anbieter (siehe *Abbildung 10.2*). Der Arbeitsplatzabbau in den verdrängten Alt-Unternehmen wäre in einer genaueren Analyse den in den jungen Unternehmen entstandenen Arbeitsplätzen gegenüber zu stellen. Bei einem funktionsfähigen Wettbewerb und einer Marktselektion entsprechend einem *Survival of the fittest* müsste dieser Gesamteffekt der Gründungen auf die Anzahl der Arbeitsplätze negativ ausfallen. Denn wenn die relativ effizienten Anbieter am Markt verbleiben, während die ineffizienten Anbieter ausscheiden, dann steigt das regionale wie auch das gesamtwirtschaftliche Produktivitätsniveau, was bei konstanter Nachfrage

Abbildung 10.2: Direkte und indirekte Wirkungen des Gründungsgeschehens



mit negativen Beschäftigungseffekten verbunden ist, denn man kann ja nun den gleichen Output mit weniger Ressourcen erzeugen.

Zu positiven Beschäftigungswirkungen von Gründungen kann es vor allem aufgrund von Verbesserungen auf der Angebotsseite des Marktes kommen, wodurch die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Wirtschaft steigt. Neuere empirische Untersuchungen zeigen sehr deutlich, dass diese indirekten Angebotseffekte für den Gesamteffekt von Gründungen auf die regionale Entwicklung von großer Bedeutung sind. Es sind also vor allem diese Angebotseffekte, die auf eine positive Wirkung der Gründungen auf das regionale Wachstum hoffen lassen.

Bei solchen positiven Angebotseffekten kann es sich insbesondere um die folgenden Wirkungen handeln (siehe *Abbildung 10.2*).

- Stimulierung von Produktivitätssteigerungen durch das Bestreiten etablierter Marktstellungen: Neue Anbieter disziplinieren die etablierten Firmen, indem sie Ineffizienzen mit Verlust von Marktanteilen bestrafen.
- Beschleunigung des Strukturwandels durch Marktzutritte und Marktaustritte: Empirisch lässt sich häufig beobachten, dass Wachstum und Strukturwandel mit einer ausgeprägten Fluktuation wirtschaftlicher Einheiten einhergehen. Veränderung auf der Anbieterseite findet vielfach nicht allein durch Anpassung in den etablierten Firmen, sondern insbesondere auch in Form einer Substitution von obsoleten, alten Anbietern durch neue statt („kreative Zerstörung“).
- Durchsetzung von Innovationen, insbesondere auch Schaffung neuer Märkte: Es gibt viele Beispiele dafür, dass grundlegende Innovationen durch neue Firmen am Markt eingeführt wurden bzw. dass Newcomer neue Märkte initiiert haben.
- Erzeugung größerer Vielfalt an Produkten bzw. Lösungsansätzen: Sofern sich das Produktprogramm der neuen Anbieter von dem der Etablierten unterscheidet oder sie im Verfahrensbereich neue Wege bestreiten, erweitert sich das Spektrum verfügbarer Güter bzw. Problemlösungsmöglichkeiten. Durch diese höhere Vielfalt steigt wiederum die Wahrscheinlichkeit dafür, dass ein Angebot existiert, das den Bedürfnissen eines Nachfragers weitgehend entspricht (Matching-Vorteil). Erhöhte Vielfalt durch neue Angebote bietet Anknüpfungspunkte sowohl für eine Intensivierung der Arbeitsteilung, als auch für Folgeinnovationen. Gründungen können auf diese Weise wesentliche Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung geben.
- Ein weiterer, in der Regel erst längerfristig wirksamer Effekt von Gründungen kann darin bestehen, dass junge Unternehmen die Keimzelle für weitere Spin-off-Gründungen darstellen. Es gibt diverse Beispiele und Belege dafür, dass derartige Spin-off-Prozesse den wesentlichen Mechanismus bei der Entstehung von räumlichen Unternehmens-Clustern darstellen.

Empirische Analysen der Beschäftigungswirkungen von Gründungen zeigen, dass sich die positiven Effekte häufig erst langfristig einstellen. Bei diesen positiven langfristigen Wirkungen dürfte es sich insbesondere um Angebotseffekte handeln. Kurzfristig haben die Gründungen eher einen negativen Effekt auf die regionale Beschäftigungsentwicklung, was wohl vor allem auf der Verdrängung etablierter Anbieter bzw. auf den produktivitätssteigernden Wirkungen der Marktselektion entsprechend dem Survival of the fittest beruht. Zwar ist der langfristige Beschäftigungseffekt von Gründungen in der Regel positiv; es kann aber in bestimmten Fällen durchaus dazu

kommen, dass Gründungen einen Arbeitsplatzabbau in der betreffenden Region bewirken. Die Gründe für diese unterschiedlichen Wirkungen von Gründungen liegen wahrscheinlich zum einen in der Qualität der Gründungen. Denn vor allem qualitativ hochwertige, insbesondere innovative Gründungen stellen eine Herausforderung für die etablierten Unternehmen dar und können wesentliche Angebotseffekte bewirken. Eine weitere Ursache ist wohl in der Fähigkeit der regionalen Wirtschaft zu sehen, die von innovativen Gründungen ausgehenden Impulse in Verbesserungen und gestiegene Wettbewerbsfähigkeit umzusetzen.

In einer Reihe von Untersuchungen hat sich gezeigt, dass die Beschäftigungswirkungen von Gründungen in Verdichtungsgebieten besonders stark positiv ausgeprägt sind. Die Erklärung für dieses Phänomen könnte einmal in der relativ umfangreichen Wissensbasis großer Städte und dem meist vergleichsweise hohen Qualifikationsniveau des dort ansässigen Arbeitskräftepotenzials liegen, beides Faktoren, die sich für die Entstehung qualitativ hochwertiger Gründungen als förderlich erweisen. Zum anderen dürfte hierbei der intensive Wettbewerb in Verdichtungsgebieten eine Rolle spielen, der zu starker Selektion und damit zu stark ausgeprägten Angebotseffekten führt.

10.8 Ansatzpunkte für die Gründungsförderung

Das zentrale Ziel einer auf Entrepreneurship gerichteten Politik wird meist darin gesehen, die Anzahl der Gründungen zu erhöhen. Ergänzend bzw. alternativ hierzu könnte ein Ziel der Entrepreneurship-Politik auch darin bestehen, die Qualität der Gründungen zu steigern. Dabei bestimmt sich die Qualität einer Gründung über Faktoren wie die Qualifikation des Gründers (Ausbildung, Erfahrung, persönliche Eignung zum Unternehmer), die ökonomische Belastbarkeit des Gründungskonzeptes, insbesondere die Innovativität der Leistungen, die Einbindung in relevante Netzwerke sowie das Ausmaß und die Qualität der Ressourcen, die für eine Gründung mobilisiert werden. Die Qualität einer Gründung schlägt sich insbesondere darin nieder, inwieweit das neue Unternehmen die etablierten Anbieter herausfordert und dazu in der Lage ist, sich am Markt zu behaupten. Ein wesentliches Ziel einer qualitätsorientierten Strategie der Gründungsförderung kann auch darin bestehen, Gründungen von dafür ungeeigneten Personen zu verhindern. Nicht zuletzt aus diesem Grunde könnte sich eine solche Politik auch in einer Verringerung der Anzahl der Gründungen niederschlagen.

Es lassen sich zwei Arten von Maßnahmen zur Förderung von Entrepreneurship und von Gründungen unterscheiden, nämlich einmal die Förderung von Gründungsneigung und -fähigkeit (enabling policies), zum anderen die Unterstützung von konkreten Gründungsprojekten (supporting policies). Wesentliche Handlungsfelder für die Förderung von Gründungsneigung und -fähigkeit sind:

- die Schaffung einer unternehmerfreundlichen Atmosphäre, insbesondere einer positiven Einstellung der Bevölkerung zu Entrepreneurship,
- die Vermittlung von Kenntnissen über wirtschaftliche Zusammenhänge (etwa im Schulunterricht),

- die Verbreitung von Informationen über Chancen und Risiken von Selbständigkeit,
- die Schaffung gründungsfreundlicher institutioneller Rahmenbedingungen, insbesondere die Verringerung unangemessener rechtlich-administrativen Hürden (Marktzutrittsschranken) für eine Gründung,
- die Sicherung einer angemessenen Funktionsweise des Kapitalmarktes, insbesondere des Marktes für Beteiligungskapital,
- Beratung für (potenzielle) Gründer und Maßnahmen zur Verbesserung der für eine Gründung erforderlichen Qualifikationen,
- Hilfe bei der Überwindung bestehender Marktschranken (z. B. Meister-BAFöG für Handwerker),
- Aktivierung von Gründerpotenzialen z. B. über die Veranstaltung von Business-Plan-Wettbewerben.

Die Handlungsfelder für eine Unterstützung von Gründungen (supporting policies) sind vor allem:

- Hilfe bei der Beschaffung von Kapital, insbesondere Überwindung von Kreditrationierung privater Kapitalgeber und Subventionierung der Fremdkapitalkosten,
- Hilfe bei der Beschaffung von Geschäftsräumen und Produktionsfläche durch Bereitstellung geeigneter Flächen (z. B. in einem Gründerzentren) und/oder Subventionierung der Kosten,
- Unterstützung der Geschäftstätigkeit nach der Gründung.

Die Rechtfertigung für eine Unterstützung von Gründungen durch die Politik ist durchaus nicht unproblematisch. Eine mögliche Begründung könnte in einer ungenügenden Funktionsweise des Marktes (*Marktversagen*) bestehen. Mögliche Ursachen für ein Marktversagen, das sich negativ auf das Gründungsgeschehen auswirkt, sind vor allem die Unsicherheit über die Tragfähigkeit von Geschäftskonzepten bzw. die Entwicklung neuer Unternehmen sowie asymmetrisch verteilte Information zwischen Kapitalgeber und Kapitalnehmer. Insbesondere im Falle innovativer Gründungen kann nämlich ein potenzieller Kapitalgeber die Erfolgsaussichten des Geschäftskonzeptes und die Fähigkeiten des Managements nur relativ schlecht abschätzen. Folge hiervon kann eine Fehlfunktion des Kapitalmarktes in Form von *Kreditrationierung* sein. Hierunter versteht man, dass nicht jeder Kreditnachfrager so viel Kredit erhält, wie er bei objektiver Beurteilung der Dinge eigentlich bekommen müsste. Aber auch der Kapitalnehmer ist häufig nur beschränkt dazu in der Lage, das zukünftige Geschäftsgebaren des Kapitalgebers – etwa für den Fall, dass wirtschaftliche Schwierigkeiten auftreten – abzuschätzen.

Für solche innovativen Gründungen, die noch nicht marktaktiv sind weil die Produktentwicklung nicht abgeschlossen ist, stellen sich die Dinge besonders kompliziert dar. Da diese Unternehmen noch keine Erträge erwirtschaften, sind sie häufig über Jahre hinaus nicht dazu in der Lage, Zinsdienst zu leisten und Kredite zurück zu zahlen. Als Lösung dieses Problems bietet sich vor allem Beteiligungskapital (*venture capital*) an. Diese Form der Finanzierung ist dadurch gekennzeichnet, dass der Kapitalgeber eine Beteiligung an dem Unternehmen erwirbt, was in der Regel mit entsprechenden Mitspracherechten verbunden ist. Er tut dies in der Hoffnung, diese Beteiligung bei Erfolg des Unternehmens mit Gewinn veräußern zu können.

Ein wesentliches Problem der Gründungsförderung kann darin bestehen, dass die Marktallokation durch die Fördermaßnahmen verzerrt wird und die wettbewerblich Selektion der Unternehmen nicht mehr entsprechend einem Survival of the fittest erfolgt. Diese Gefahr ist immer dann gegeben, wenn ein Unternehmen nach dem Markteintritt subventioniert wird, etwa indem es verbilligte Kredite erhält oder indem ihm Geschäftsräume zu Konditionen überlassen werden, die gegenüber den Bedingungen am Markt günstiger sind. Solche nach dem Markteintritt gewährten Subventionen führen dann zu einer Wettbewerbsverzerrung gegenüber etablierten Anbietern mit der möglichen Folge, dass etablierte Firmen nur deshalb von den Gründungen aus dem Markt gedrängt werden, weil sie keine Subventionen erhalten. Daraus folgt, dass eine solche Subventionierung nach erfolgtem Marktzutritt unterbleiben sollte.

10.9 Einige wirtschaftspolitische, insbesondere regionalpolitische Schlussfolgerungen

Gründungen stellen ein wesentliches dynamisches Element im Wirtschaftsgeschehen dar, dem große Bedeutung für die Regionalentwicklung zukommen kann. Vor allem sind sie auch ein wesentlicher Teil des endogenen Potenzials einer Region. Die bisherigen Ergebnisse der regionalen Gründungsforschung legen eine Reihe von wirtschaftspolitischen Schlussfolgerungen nahe:

- Aus der Stabilität des Niveaus der Gründungsaktivitäten über die Zeit folgt, dass eine auf Gründungsförderung angelegte Politik langfristig orientiert sein muss. Auch die Tatsache, dass sich die positiven Wirkungen von Gründungen erst nach mehreren Jahren einstellen, zeigt an, dass hier keine schnellen Erfolge zu erwarten sind.
- Eine Politik der Gründungsförderung sollte zu einem wesentlichen Teil auf die Verhältnisse in der jeweiligen Region abgestellt sein, da die regionalen Gegebenheiten offensichtlich eine große Rolle sowohl für das Niveau der Gründungsaktivitäten als auch für den Erfolg der Gründungen und die daraus resultierenden Arbeitsplatzeffekte spielen.
- Von entscheidender Bedeutung bei alledem ist, dass die Förderung den Prozess der Marktselektion im Sinne eines Survival of the Fittest nicht beeinträchtigt. Denn wenn im Wettbewerbsprozess nicht die effizienteren, sondern die ineffizienteren Firmen überleben, dann dürften die Wachstumseffekte des Gründungsgeschehens negativ ausfallen. Aus diesem Grunde sollte die Politik alles vermeiden, was den Ausleseprozess des Marktes verzerren könnte. In diesem Sinne kann es auch ein Zuviel an Gründungsförderung geben. Wenn nämlich etablierte Unternehmen nur deshalb vom Markt verdrängt werden, weil Gründungen intensiv gefördert werden, dann ist die Gründungsförderung kontraproduktiv. Die Politik sollte also sehr vorsichtig mit solchen Formen der Gründungsförderung umgehen, die eine Subventionierung der Geschäftstätigkeit beinhalten.
- Ein weiterer Punkt wäre die Verfassung der Märkte, insbesondere des Kapitalmarktes, auf dem junge Unternehmen Ressourcen nachfragen. Hier sollte jede unnötige Diskriminierung von Unternehmensgründungen vermieden werden.

Einen wesentlichen Ansatzpunkt für Gründungsförderung sollte die Qualität der Gründungen darstellen. Denn je höher die Qualität der Gründungen, desto stärker die Herausforderung der etablierten Anbieter, die von den Gründungen ausgeht. Die so verstandene Qualität einer Gründung basiert zum einen auf der Qualifikation des Gründers und des Gründungskonzeptes, zum anderen spielt hier die Innovativität einer Gründung eine wichtige Rolle, also inwiefern das Unternehmen neue Produkte anbietet bzw. neue Verfahren der Leistungserstellung nutzt. Insbesondere von innovativen Gründungen, die nur einen relativ geringen Anteil an allen Gründungen ausmachen, ist ein wesentlicher Effekt für die Wirtschaftsentwicklung zu erwarten. Ein wesentlicher Ansatzpunkt einer qualitätsorientierten Gründungsförderung ist die Qualifikation des regionalen Arbeitskräftepotenzials. Da die ganz überwiegende Mehrzahl der Gründer hoch-innovativer Unternehmen eine akademische Ausbildung hat, kommt den Hochschulen eine wesentliche Rolle als Keimzelle für innovative Gründungen zu. Aus diesem Grunde könnte eine wesentliche Aufgabe von Hochschulen darin gesehen werden, ein positives Gründungsklima zu schaffen und entsprechende Fähigkeiten zu vermitteln. Empirische Untersuchungen weisen darauf hin, dass gerade hoch-innovative Gründungen einen besonderen Bedarf an Beratung und Coaching in der Phase vor der Gründung haben, dem durch entsprechende Angebote vor Ort Rechnung getragen werden sollte.

10.10 Zusammenfassung und offene Fragen

Entrepreneurship, insbesondere die Gründung von innovativen Unternehmen, stellt eine wichtige Ressource für regionales Wachstum dar. Solche Wachstumswirkungen von Gründungen sind zu einem wesentlichen Teil indirekter Natur und entfalten sich in der Regel erst über längere Zeiträume. Sowohl hinsichtlich des quantitativen Niveaus der Gründungsaktivitäten als auch in Bezug auf die Qualität der Gründungen bestehen große regionale Unterschiede. Ein Teil dieser Unterschiede ist auf die jeweilige regionale Entrepreneurship-Kultur zurück zu führen, die ganz offenbar nachhaltig das regionale Gründungsgeschehen prägt. Bei der Entrepreneurship-Kultur und den Einstellungen der Bevölkerung bzw. des Erwerbspersonenpotenzials einer Region zum Unternehmertum liegt denn auch ein wesentlicher Ansatzpunkt für eine Politik der Gründungsförderung.

Es existieren vielfältige Möglichkeiten, die regionalen Gründungsaktivitäten zu fördern. Dabei besteht das Ziel regelmäßig in der Steigerung der Anzahl der Gründungen bzw. von deren Qualität. Das Spektrum möglicher Maßnahmen reicht von der Schaffung gründungsfreundlicher Rahmenbedingungen über die Qualifikation des Gründers bis hin zur konkreten Unterstützung der Gründungsvorbereitung. Allerdings sollten sich solche Hilfen vor allem auf die Vorgründungsphase konzentrieren, denn bei einer Unterstützung nach erfolgtem Markteintritt besteht die Gefahr, dass hierdurch der Wettbewerb verzerrt wird. Auf jeden Fall sollten solche Maßnahmen die regionalen Besonderheiten berücksichtigen und langfristig angelegt sein.

Beispiele wie z. B. das Silicon Valley in Kalifornien oder die Regionen Boston (USA) und Cambridge (Großbritannien) zeigen, dass Universitäten und andere Forschungs-

einrichtungen eine wichtige Rolle als Keimzelle von innovativen bzw. wissensintensiven Gründungen spielen können. Wie man die Kommerzialisierung des in solchen Einrichtungen vorhandenen Wissens durch Unternehmensgründungen auf geeignete Weise gezielt fördern kann, ist allerdings eine weitgehend offene Frage. Dies gilt auch für die Schaffung einer regionalen Entrepreneurship-Kultur. Empirische Analysen weisen darauf hin, dass Beispiele von erfolgreichen Gründungen im regionalen Umfeld sowie ein direkter Kontakt mit Gründern starke anregende Effekte für die Gründungsneigung haben können. Gründungsaktivitäten haben somit ‚Schneeballeffekte‘, womit zumindest zum Teil erklärt werden kann, warum sich ein hohes Niveau der regionalen Gründungsneigung in der Regel als über längere Zeiträume konstant erweist.

Literaturhinweise zu Kapitel 10

Einen Überblick über verschiedene Definitionen und Formen von Entrepreneurship geben *Parker (2009)* sowie *Wennekers, Thurik (1999)*. Verschiedene Datenquellen und ihre jeweilige Aussagekraft werden in *Fritsch, Grotz (2002)* ausführlich dargestellt. Zu den regionalen Determinanten des Gründungsgeschehens siehe *Fritsch, Falck (2007)* sowie *Wagner, Sternberg (2004)* und *Sternberg (2011)*. Die Persistenz regionaler Gründungsdaten analysieren *Fritsch, Müller (2007)* sowie *Andersson, Koster (2011)*. Fallstudien zum Gründungsgeschehen in ausgewählten Regionen der Bundesrepublik Deutschland finden sich in *Sternberg (2006)*. Die Entwicklung von Gründungen und die betreffenden Erfolgsfaktoren werden von *Brüderl, Preisendörfer, Ziegler (2007)* sowie von *Parker (2009)* ausführlich behandelt. Zur Entwicklung von Gründungskohorten siehe *Schindele, Weyh (2011)*.

Zu einem Überblick über den Stand der Forschung zu den Beschäftigungswirkungen von Gründungen siehe *Fritsch (2008, 2011 b)*. Empirische Evidenz zur Bedeutung von Spin-off Gründungen für die Entstehung von regionalen Unternehmens-Clustern findet sich bei *Bünstorf, Fornahl (2009)*, *Bünstorf, Klepper (2009)* sowie bei *Klepper (2009)*. Regionale Unterschiede in den Beschäftigungswirkungen von Gründungen analysieren *Fritsch, Schroeter (2011)*.

Einen ausführlichen Überblick über verschiedene Ansätze der Entrepreneurship-Politik mit diversen Beispielen bieten *Lundström, Stevenson (2005)* sowie die Beiträge in den Sammelbänden von *Audretsch, Grilo, Thurik (2007)* und von *Leitao, Baptista (2009)*.