

Gründerklima 2.0

Sechs Thesen, warum es aufwärts geht...

Nicht einmal vier Jahre ist es her, dass die deutsche Gründerszene am Boden lag. Insbesondere die Start-ups der Net Economy gerieten mit dem Zusammenbruch des Neuen Marktes unter die Räder. Zwischenzeitlich wird jedoch wieder verstärkt gegründet, und auch das Internet als Geschäftsplattform ist spätestens mit der Web 2.0-Diskussion rehabilitiert. Das gefühlte Gründerklima wird besser...

Positive Einflüsse prägen die Rahmenbedingungen

Es geht also offensichtlich aufwärts – nicht nur für Geschäftsmodelle im Internet. Das Gründungsklima in Deutschland wird dabei neben den allgemein guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von etlichen weiteren Einflüssen positiv geprägt. Die sechs nachstehenden Thesen versuchen, dieses neue Gründerklima 2.0 zu konkretisieren.

These 1: Mancher steht dem Risiko einer Gründung zwar immer noch skeptisch gegenüber – Deutsche sehen das Unternehmertum aber zwischenzeitlich weit positiver als noch vor wenigen Jahren

Immer noch gibt mehr als die Hälfte aller Deutschen die Angst vor dem Scheitern als den wesentlichen Grund an, aus dem auf eine Unternehmensgründung verzichtet wird. Dieser Befund mag auf den ersten Blick erschrecken; im internationalen Vergleich stellt sich Deutschland mit dieser Haltung als eines der Länder dar, dessen Bürger am stärksten nach Sicherheit streben. Sicherlich kann sich an dieser Haltung noch einiges verbessern – anders herum betrachtet, ist Deutschland zumindest jedoch schon einmal soweit gediehen, dass jeder Zweite in diesem Land eben keine Angst mehr vor dem Scheitern hat und durchaus bereit ist, aus eigenem Antrieb etwas zu bewegen.

These 2: Ausbildung von Unternehmensgründern an Hochschulen findet inzwischen in einer ernstzunehmenden Größenordnung statt – jetzt müssen auch die Schulen folgen

Entrepreneurship-Ausbildung an Hochschulen ist ein geeignetes Instrument, eine positive Haltung zur Unternehmensgründung zu schaffen. Seit den späten 1990er Jahren haben mehr als 50 Entrepreneurship-Professoren ihren Dienst an deutschen Hochschulen angetreten – Ergebnisse aus anderen, früher gestarteten Ländern zeigen, dass eine derartige Ausbildungsinfrastruktur mittelfristig



Prof. Dr. Tobias Kollmann

durchaus Unternehmensgründungen in erheblichem Ausmaß bewirken kann. Gründerausbildung sollte jedoch idealerweise bereits während der Schulzeit beginnen, denn Entrepreneurship kann nicht nur gelehrt werden, sondern ist auch eine Geisteshaltung, die möglichst früh in den Köpfen verankert werden muss.

These 3: Förderung von Unternehmensgründern findet auf einem außerordentlich hohen Niveau statt – die breite Unterstützung für Gründungen aus der Arbeitslosigkeit prägt dabei ebenfalls Hochpotenzial-Unternehmensgründungen

Deutschland kann auf eine außergewöhnliche Förderinfrastruktur verweisen. Das belegen internationale Vergleichsstudien, in denen sowohl Anzahl als auch Qualität der staatlichen Programme regelmäßig dafür sorgen, dass Deutschland auf den vorderen Plätzen rangiert. Ge-

rade die Unterstützung von Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit sorgt für eine breite Wahrnehmung des Gründungsthemas in der Öffentlichkeit und strahlt damit auch positiv auf Hochtechnologiegründungen aus. „Existenzsicherer“ sind dabei keinesfalls so schlechte Unternehmensgründer wie oftmals angenommen. Aktuelle Studien zeigen beispielsweise, dass dieser Gründertyp sich mindestens genauso lange am Markt hält wie Unternehmensgründer, die eine echte Marktchance verfolgen. Derartige Förderung ist folglich sinnvoll und hat zur Folge, dass auch Gründer mit viel Potenzial verstärkt über eine Unternehmensgründung nachdenken.

These 4: Business Angels helfen, die frühe Finanzierungslücke zu schließen – und dies geschieht zunehmend professioneller

Zwar spielen Business Angels in Deutschland immer noch eine verhältnismäßig kleine Rolle, wenn man ihre absolute Anzahl berücksichtigt. Dennoch ist ihr Einfluss auf das Gründungsklima nicht zu unterschätzen. Etliche junge Unternehmen erhalten ihr erstes Geld von einem Business Angel. Rund zwei Drittel aller Investitionen dieser privaten Investoren sind Erstfinanzierungen in junge Unternehmen. Dem Business Angel Panel, das regelmäßig Stimmungen und Investitionsaktivitäten dieser Investorgruppe nachzeichnet, kann entnommen werden, dass diese die Geschäftsaussichten seit Beginn des Jahres 2007 so gut wie noch nie einschätzen. Dabei wird zunehmend professioneller agiert: Im Vergleich zu früher werden nur noch kleinere Beträge investiert, dafür aber öfter und zunehmend zusammen mit anderen privaten Investoren, so dass sich das Risiko einer Investition in ein junges Unternehmen besser verteilt. Gleichzeitig wird verstärkt mit Venture Capitalisten kooperiert – eine Strategie, die für das mittel- bis langfristige Wachstum der betreuten Unternehmen unerlässlich ist.

These 5: Venture Capital befindet sich wieder im Aufwind – das belegen erfolgreiche Exits und etliche neu aufgelegte Fonds

Eine funktionierende Venture Capital-Branche ist von entscheidender Bedeutung für die Innovationsfähigkeit einer Volkswirtschaft, da gerade diese Investoren Geschäftsmodelle mit außerordentlichem Potenzial unterstützen. Erfreulich in diesem Zusammenhang ist, dass seit einigen Monaten wieder vermehrt Börsengänge von Unternehmen durchgeführt werden, die von Venture Capitalisten auf den Weg gebracht wurden. Nicht nur haben sich die

Überlebenden des „Shake-outs“ auf dem Venture Capital-Markt weitestgehend stabilisiert – in zunehmendem Maße wird auch wieder erfolgreich Geld eingeworben, um neue Investitionen tätigen zu können.

These 6: Nach einem Web 2.0 kommt auch ein Web 3.0 – die Innovationszyklen in den neuen Branchen sind noch lange nicht am Ende und ermöglichen auch weiterhin die Umsetzung neuer Geschäftsideen

Unabhängig von neuen Innovationszyklen wie z. B. den Web 2.0-Konzepten im Internet, stehen wir in vielen Branchen noch immer am Anfang des Marktlebenszyklus. So steht das Web 3.0 vielleicht schon vor der Tür, mit dem ein Wechsel vom Angebots- zum Nachfragermarkt verbunden sein könnte. Hauptsächlich dafür ist die „Angebotsflut“ in Datenbanken, die es dem Nachfrager aufgrund von Zeitaufwand und „Reizüberflutung“ oftmals unmöglich macht, das passende und insbesondere individuelle Angebot zu finden. Der Trend für das Web 3.0 könnte daher (m)e-Business heißen! Hier wird der Kunde mit seinem individuellen Bedürfnis wieder in den Mittelpunkt gerückt.

Fazit:

Das Gründen von neuen Unternehmen ist in vielen Bereichen wieder ein Thema geworden, und das ist auch gut so! Potenzial für Neugründungen ist wieder ausreichend gegeben, und die Eiszeit scheint hinter uns zu liegen. Gleichzeitig muss aber auch eine erneute Überhitzung des Gründerklimas verhindert werden. Eine neue Spekulationsblase kann keiner gebrauchen. Das Gründen von Unternehmen bleibt wie schon vor vier Jahren von zentraler Bedeutung für den Standort Deutschland. Da unsere Wirtschaft schon immer von Unternehmern geprägt wurde, darf sich dies auch in der Zukunft nicht ändern. Wir brauchen weiterhin Unternehmer und keine Unterlasser! ■

Zum Autor

Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Inhaber des Lehrstuhls für BWL und Wirtschaftsinformatik, insbesondere e-Business und e-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen. Er ist ferner Geschäftsführer der eBusiness Network Group GmbH in Köln, einem Beratungsunternehmen für Start-ups, Business Angels und Anbieter von Venture Capital. Tobias.Kollmann@icb.uni-due.de