

Unternehmensgründungen

Mehr innovative Startups durch einen Kulturwandel für Entrepreneurship?

Autor:

Klaus-Heiner Röhl
Telefon: 030 27877-103
E-Mail: roehl@iwkoeln.de

28. Januar 2016

Inhalt

Zusammenfassung	3
1. Einleitung	4
2. Was macht eine Kultur des Entrepreneurship aus und wie entsteht sie?.....	5
2.1 Regionale Differenzierung	5
2.2 Selbstverstärkende Effekte durch Feedback	7
2.3 Innovative Milieus als Seedbeds von Gründungen	9
3. Was Gründerpersönlichkeiten auszeichnet.....	10
4. Das Gründungsgeschehen in Europa	17
5. Digitale Startups – Resultat einer spezifischen Kultur?	21
5.1 Startups in Europa.....	21
5.2 Startups in den Vereinigten Staaten und Israel.....	24
5.3 Unterschiede zwischen den USA, Israel, China und Europa.....	26
6. Vermittlung einer Entrepreneurship-Kultur im Bildungsbereich – die Situation in Deutschland.....	27
7. Fazit und Empfehlungen	29
7.1 Kulturelle Hemmnisse für mehr Gründungen in Deutschland und Europa	29
7.2 Empfehlungen	31
Literatur	34

JEL-Klassifikation:

L25/L26 Unternehmensentwicklung und Unternehmertum

M13/M14 Unternehmensgründungen / Unternehmenskultur

Zusammenfassung

Europa hinkt im Vergleich zu den Vereinigten Staaten oder Israel bei der Zahl erfolgreicher Startups hinterher. Innovationsstarke Gründungen, die innerhalb weniger Jahre zu globalen Konzernen wie Google oder Amazon heranwachsen, finden nicht hier statt. In vielen Staaten und Regionen Europas gibt es eine hartnäckige Wachstumsschwäche mit hoher Arbeitslosigkeit, zu deren Überwindung auch ein Gründungsboom zur Umsetzung neuer kreativer Ideen beitragen könnte. Selbst in Deutschland, das eine gute makroökonomische Performance vorweist, sinken die Gründungszahlen seit mehreren Jahren.

Vieles weist darauf hin, dass die konstatierte Gründungsschwäche Europas auch eine kulturelle Dimension besitzen könnte. Besonders gründungsstarke Regionen, die auf innovative Start-ups konzentriert sind, haben offenbar einen starken „Entrepreneurial Spirit“. In diesem Policy Paper wird deshalb der Frage nachgegangen, was die „Entrepreneurial Culture“ erfolgreicher Gründungsregionen ausmacht und inwieweit eine unterschiedliche Gründungskultur zu den Differenzen im Gründungsgeschehen zwischen weiten Teilen Europas und anderen hoch entwickelten Volkswirtschaften, speziell den Vereinigten Staaten, Großbritannien und Israel, beiträgt. Neben den gesellschaftlichen und institutionellen Rahmenbedingungen einer Gründerkultur wird auch auf die Persönlichkeitsstruktur erfolgreicher Entrepreneure beleuchtet. Nach einem internationalen Vergleich der Gründungsquoten wird auf die unterschiedlichen Startup-Systeme in Europa, Amerika und Israel eingegangen, die auch auf Unterschiede in der Verfügbarkeit von Wagniskapital zurückzuführen sein dürften. Abschließend wird die Rolle des Bildungssystems in der Vermittlung von wirtschaftlichen Kenntnissen sowie Entrepreneurship beleuchtet, bevor im Fazit Empfehlungen zum Ausbau von Gründerkultur und Risikobereitschaft gegeben werden.

1. Einleitung

Europa liegt im Vergleich zu den Vereinigten Staaten oder Israel bei der Zahl erfolgreicher Startups zurück. Innovationsstarke Gründungen, die innerhalb weniger Jahre zu globalen Konzernen wie Google oder Amazon heranwachsen, finden nicht hier statt. Generell ist die Zahl der innovativen und wachstumsstarken Startups in Europa eher klein, auch wenn es erfolgreiche Gründungscluster in Metropolen wie London oder Berlin und wirtschaftsstarken Zentren wie Stockholm und München gibt (EY, 2015). Zudem sind beispielsweise in Deutschland seit Jahren die Gründungszahlen insgesamt rückläufig. Nicht nur die Zahl der Solo-Selbstständigen sinkt, auch bei den größeren und innovationsorientierten Gründungen gab es eine Abnahme (Piegeler/Röhl, 2015). Dies ist teilweise auf die stark verbesserten Bedingungen am Arbeitsmarkt zurückzuführen, die die Alternative einer Beschäftigung in einem bestehenden Unternehmen für gering Qualifizierte ebenso wie für Fachkräfte attraktiver und verfügbarer gemacht haben. Vor dem Hintergrund einer Abnahme in beiden Kategorien hat sich bereits eine Verschiebung von „notgetriebenen“, zuvor arbeitslosen Gründern hin zu chancenorientierten Entrepreneuren ergeben, die eine Geschäftsidee umsetzen wollen. Auf europäischer Ebene kann dieses Argument jedoch nicht gelten: Hohe Arbeitslosenzahlen sollten eigentlich als Push-Faktor für verstärkte Gründungsaktivitäten wirken (vgl. Kapitel 4).

Vieles weist darauf hin, dass die konstatierte Gründungsschwäche Europas auch eine kulturelle Dimension besitzt. Besonders gründungsstarke Regionen, die auf innovative Start-ups konzentriert sind, haben einen starken „Entrepreneurial Spirit“ – dies gilt nicht nur für das legendäre Silicon Valley, das die besten Entrepreneure der USA und darüber hinaus anzieht und so ein positiv verzerrtes Bild bieten dürfte. Auch in New York, Boston oder Tel Aviv haben sich Gründungsszenen etabliert, die ein starkes „Can do“-Ethos mit technischer Expertise und einem gründungsaffinen Umfeld verbinden. Für die deutschen Gründungs-Hotspots Berlin und München gilt dies in deutlich geringerem Maße. Im europäischen Umfeld zählt nur London zu den international führenden Startup-Zentren.

Um diesen evidenten Unterschied der Startup-Gründungen zwischen Europa und den USA zu erforschen, nimmt dieses Policy Paper die kulturell-institutionellen Rahmenbedingungen für Gründungen sowie die persönlichen Voraussetzungen erfolgreicher Entrepreneure in den Fokus. Dabei wird der Blick auf den Stellenwert von Marktwirtschaft und Unternehmertum in der Schulbildung und in der Gesellschaft generell gerichtet, aber auch der Frage nachgegangen, inwieweit Unterschiede in der Behandlung gescheiterter Gründer zu den skizzierten Differenzen beitragen könnten. So wird den Gründungs-Hotspots der USA oft eine „Kultur der zweiten Chance“ attestiert, in der einmal gescheiterte Gründer relativ leicht Finanzierungsquellen für

eine neue Geschäftsidee erschließen können. In Deutschland hingegen wird weniger auf die mit der ersten Gründung gesammelten Erfahrungen des Entrepreneurs geschaut, sondern eine Stigmatisierung verschließt die Finanzierung neuer Gründungsoptionen. Dies könnte zu den internationalen Unterschieden in der Gründungsaffinität beitragen.

2. Was macht eine Kultur des Entrepreneurship aus und wie entsteht sie?

2.1 Regionale Differenzierung

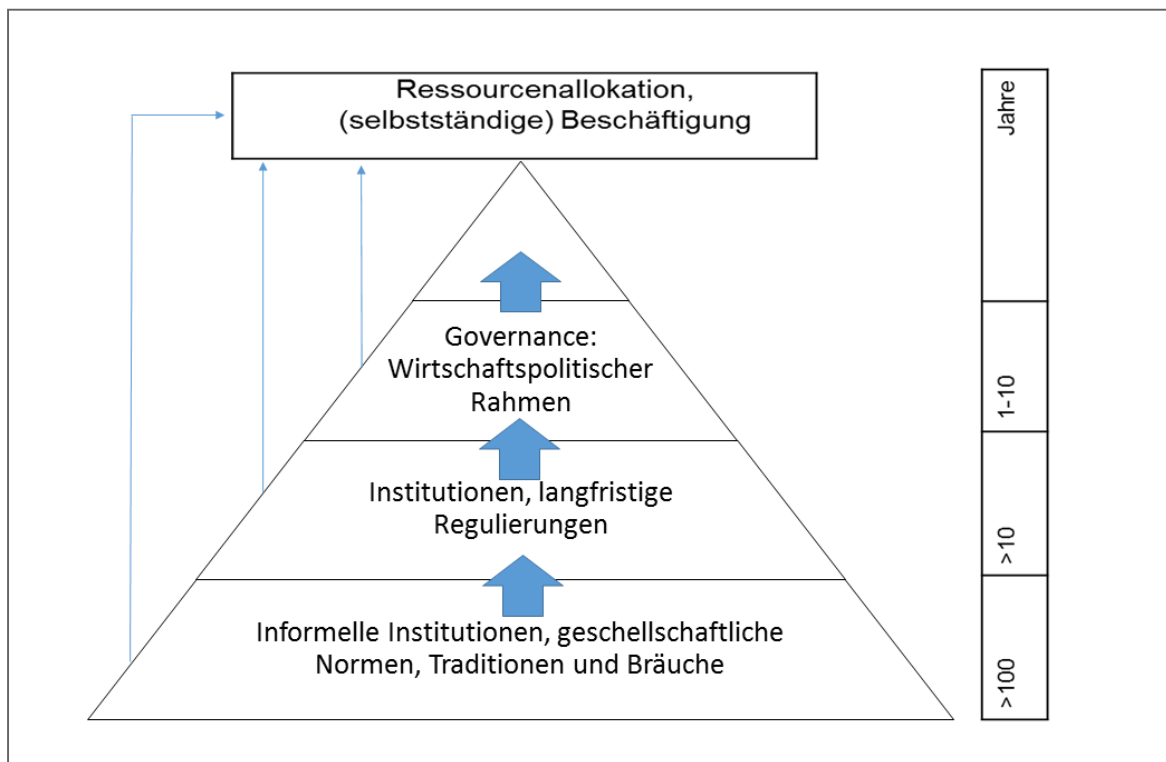
Große Unterschiede in der Zahl der Gründungen gibt es nicht nur zwischen Ländern, sondern auch zwischen den Regionen eines Landes. Diese Differenzen sind ein Hinweis auf unterschiedliche Bedingungen – möglicherweise auch auf Kulturunterschiede – in rechtlich und sprachlich prinzipiell ähnlich strukturierten Gebieten mit einer gemeinsamen Geschichte und Tradition. Regionale Unterschiede im Gründungsverhalten können eine große zeitliche Konstanz aufweisen (Andersson, 2013; Foremen-Peck/Zhou, 2010). So zeigen Fritsch und Wyrwich (2012), dass deutsche Regionen mit einem hohen Selbstständigenanteil im Jahr 2005 zumeist bereits 1925 viele Selbstständige aufwiesen. Dies gilt selbst für Regionen in Ostdeutschland, obwohl zwischenzeitlich 40 Jahre Sozialismus in der ehemaligen DDR Selbstständigkeit zu einer sehr unattraktiven und selten gewählten Option machten.

Doch auch phasenweise ähnlich gründungsstarke Regionen eines Landes wie das Silicon Valley und der Raum Boston in den USA können sich in ihren weiteren Entwicklungspfaden unterscheiden, weil die Arbeit in bestehenden Unternehmen versus der Gründung eines eigenen von einer hinreichend großen Anzahl von hoch qualifizierten Personen als unterschiedlich erstrebenswert eingeschätzt wird (Andersson, 2013; Saxenian, 1994). Offenbar sind es lokal verankerte Werte und Einstellungen, die das Gründungsgeschehen und die damit verbundenen Innovationen beeinflussen. Bringen die Entrepreneure bahnbrechende Neuerungen im schumpeterschen Sinne auf den Markt, die bestehende Unternehmen verdrängen oder ganz neue Märkte schaffen, so können ihre Unternehmen schnell wachsen und dürften weitere Spinoffs generieren. Aufgrund ihres Erfolges fungieren sie aber auch als Vorbild für weitere Gründer in der Region, die den gleichen Weg einschlagen.

Die folgende Abbildung zeigt den Einfluss kultureller Gegebenheiten auf die Ressourcenallokation und die Beschäftigung einschließlich der Neigung zur Unternehmensgründung und Selbstständigkeit. Informelle Institutionen und Normen

sowie Traditionen und Bräuche bestehen oft über sehr lange Zeiträume bis hin zu Jahrhunderten. Sie führen zur Ausformung von langfristig beständigen Regulierungen und formellen Institutionen, die über Jahrzehnte Bestand haben. Letztlich bestimmen diese beiden Bereiche den wirtschaftspolitischen Rahmen und die Governance, die kurz- und mittelfristig auf die Ressourcenallokation und die selbstständige oder abhängige Beschäftigung wirken (Andersson, 2013, 7 ff.; Williamson, 2000).

Abbildung 1: Institutionen, Normen und Traditionen beeinflussen Gründerkultur



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Andersson, 2013, 8

Weitere regionale Faktoren beeinflussen das Gründungsgeschehen. In der von Andersson (2013) verwendeten ökonometrischen Schätzung ist der **Einfluss der regionalen Arbeitslosenquote** und des Einkommensniveaus auf das Gründungsgeschehen jeweils negativ, jedoch nicht signifikant. Der nur leicht negative Einfluss der Arbeitslosenquote auf das Gründungsgeschehen kann als Hinweis auf die Bedeutung von „Gründungen aus Not“, d. h. aus der Arbeitslosigkeit und aufgrund unzureichender alternativer Erwerbsmöglichkeiten, angesehen werden. Der Anteil der notorientierten Gründungen an den gesamten Gründungsaktivitäten liegt dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015) zufolge je nach Land bei 5 bis ca. 50 Prozent. In den USA waren es 2014 13,5, in Deutschland hingegen 23 Prozent. Neben kulturellen und persönlichen Einstellungen bestimmt auch die

regionale Beschäftigungslage den Anteil der notgetriebenen Gründer. Das Einkommensniveau gibt hingegen einen Hinweis auf gute Beschäftigungsalternativen zur Selbstständigkeit. Dass die Wirkung insgesamt nur gering und insignifikant ist, könnte auf die gegenläufige Wirkung der Gründe für eine hohe Arbeitslosigkeit in der betreffenden Region zurückzuführen sein: Eine schwache regionale Wirtschaftsentwicklung und Strukturprobleme senken auch die Erfolgsperspektiven chancenorientierter Gründer und belasten somit die Gründungsaktivität. Eine gründungserhöhende Wirkung weisen dagegen das durchschnittliche Bildungsniveau, die Marktgröße und der Dienstleistungsanteil der jeweiligen Region auf. Diese Variablen gehen einher mit einem höheren Verstärkerungsgrad: Wie in Deutschland sind städtische Zentren eher gründungsaffin als ländliche oder (ehemals) stark industrialisierte Regionen (Brixy/Sternberg/Stüber, 2008; Sternberg/Hundt, 2007). Dies gilt in der Untersuchung von Anderson (2013) selbst dann, wenn man die Wirkung eines Standorts in Metropolregionen über eine Dummyvariable gesondert erfasst. Gestützt werden diese Ergebnisse für Schweden durch Barreneche García (2014), der in einer Analyse mit Daten aus 184 europäischen Städten die Stadtgröße, die bereits vorhandene Selbstständigenquote sowie den Bevölkerungsanteil mit tertiärem Bildungsabschluss als Triebkräfte des Gründungsgeschehens ermittelt.

2.2 Selbstverstärkende Effekte durch Feedback

Andersson (2013) zeigt in seiner Untersuchung der Gründungsaktivität in Schweden eine starke Persistenz von bestehenden interregionalen Differenzen: Die gründungsstärksten Regionen im Jahr 2007 hatten zumeist auch 1987 bereits eine überdurchschnittliche Gründungsquote. Die Hälfte der Varianz in der Gründungsrate zwischen schwedischen Regionen lässt sich im Rahmen einer multivariaten Analyse durch die regionale Gründungsstärke 20 Jahre zuvor erklären (Andersson, 2013, 6). Diese Persistenz der regionalen Unterschiede könnte auf selbstverstärkende Effekte zurückzuführen sein, die auf kulturellen Besonderheiten basieren und diese fortführen oder sogar verstärken. Eine historische Gegebenheit – wie die Gründung des Stanford Industrial Park nahe der Stanford University im kalifornischen Silicon Valley 1951 (Röhl, 2001, 105) – bildet einen „Trigger“ für einen neuen Entwicklungspfad, der Entrepreneure von außerhalb anzieht und weitere lokale Akteure durch die Vorbildfunktion erfolgreicher Unternehmer sowie das Potential an persönlichen Kontakten zu Entrepreneuren macht.

Positives Feedback. Bei der Verankerung von Gründungsaktivitäten in die regionale Kultur spielt positives Feedback eine Schlüsselrolle. Dieses führt dazu, dass selbstständiges Arbeiten und die Gründung von Startups nicht als etwas Exotisches

angesehen wird, sondern als (regional) normales Verhalten. Studenten der Hochschulen in der Region machen beispielsweise Praktika in innovativen Startups anstatt in etablierten Großunternehmen und werden so in ihrer eigenen Karriereplanung beeinflusst. „Feedback effects help to sustain and develop an entrepreneurship culture, providing an enduring advantage in particular for regions that have had high start-up rates in the past” (Andersson, 2013, 11). Erfolgreiche Vorbilder von Gründern gehen in die regionale Kultur ein und bestärken somit ein anhaltend überdurchschnittliches Gründungsgeschehen, das in anderen – auch benachbarten – Regionen jedoch aufgrund alternativ eingeschlagener Entwicklungspfade nicht kopiert wird.

Die **Bedeutung von Vorbildern** für Unternehmertum und insbesondere für das Gründungsverhalten wird von Bosma et al. (2012) tiefer analysiert. Ihre Ergebnisse aus Interviews mit niederländischen Gründern zeigen, dass Vorbildfunktionen wichtig für die Entscheidung sind, selbst ein Unternehmen zu gründen: 54 Prozent der Interviewten gaben an, unternehmerische Vorbilder zu haben und ein Drittel hätte nach eigenen Angaben ohne Vorbild nicht den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt. Vorbilder können fehlende unternehmerische Erfahrung zumindest partiell ersetzen, wobei ihre Wirkung in vier Punkten ansetzt (Bosma et al., 2012):

- **Beispielfunktion:** Erfolgreiche Gründer geben ein Beispiel ab, dem potenzielle Gründer (in der Region) nacheifern.
- **Unterstützungsfunktion:** Erfolgreiche Gründer stellen ihr Wissen anderen Entrepreneuren zur Verfügung, bis hin zum Business Angel, der auch Kapital einbringt.
- **Unternehmerische Selbstsicherheit:** Vorbilder können das Vertrauen von Gründern in die eigenen Fähigkeiten stärken. Psychologen sprechen hier von „Selbstwirksamkeitserwartung“ (Self efficacy); dies bezeichnet die Erwartung, aufgrund von zuvor erworbenen eigenen Kompetenzen unternehmerische Handlungen erfolgreich ausführen zu können (Bandura, 1976; 1997).
- **Inspiration und Motivation** für nachfolgende Gründer.

Unternehmerische Vorbilder können damit fehlende Erfahrungen von Gründern teilweise kompensieren. Besonders erfolgreiche Startup-Gründer, die die Medienberichterstattung dominieren, dienen aufgrund ihrer „Abgehobenheit“ von der persönlichen und unternehmerischen Situation des Großteils der Gründungsinteressierten jedoch kaum als nachahmenswerte Vorbilder (Caliendo/Kritikos, 2011, 6). Zur Umsetzung einer eigenen Gründungsidee sind vielmehr Gründer und Unternehmer aus dem persönlichen und sozialen Umfeld als Vorbilder beziehungsweise als Mentoren weit bedeutender. Dieser Zusammenhang unterstreicht ebenfalls den regionalen oder lokalen Charakter einer erfolgreichen Gründerkultur.

2.3 Innovative Milieus als Seedbeds von Gründungen

Selbstverstärkungseffekte innerhalb einer regional ausgeprägten gründungsaffinen Kultur treten in „Innovativen Milieus“ auf, deren Grundlagen französische und italienische Ökonomen wie Roberto Camagni und Olivier Crevoisier (s. u.) seit den 1990er Jahren definiert und beschrieben haben. Der Milieuansatz beleuchtet sowohl die Rolle formeller und informeller Institutionen als auch die der handelnden Akteure in Unternehmen, Verwaltung und Wissenschaft als Grundlage von Innovationen, die oft von neuen Unternehmen entwickelt oder zumindest am Markt durchgesetzt werden. Betont werden die sozioökonomischen Bedingungen und eine „Kultur des gemeinsamen kooperativen Lernens“ (Sternberg, 1995a, 199) in der Region (Röhl, 2001, 121). Entscheidend sind bei diesem Prozess Netzwerkeffekte, die eng mit dem Faktor „Wissen“ verknüpft sind. Bei einer erfolgreichen Umsetzung und Verbindung aller dieser Elemente können auch zuvor strukturschwache Regionen aufholen und eine Gründerkultur entwickeln. Feedbackeffekte führen jedoch auch im Milieuansatz dazu, dass einmal erfolgreiche und gründungsstarke Regionen leichter ihre Position behaupten, als dass sich eine Entrepreneurshipkultur in bislang gründungsschwachen Regionen entwickelt.

Trotz der Relevanz von Agglomerationseffekten (Camagni, 1995, 319) ist das Innovative Milieu eher kulturell als geographisch determiniert (Hahne/Stackelberg 1994, 84). Betont wird das Vorhandensein eines gemeinsamen Grundverständnisses bezüglich „sozioökonomischer Probleme und Lösungsmuster“ und die „Kohärenz zwischen Produktionssystem, Kultur und Hauptakteuren“ (Crevoisier/Maillat 1991, 19). Zu den in der Literatur analysierten Innovativen Milieus zählen gründungsstarke High-Tech-Regionen wie das Silicon Valley in Kalifornien und der Großraum Boston sowie in Europa der „M4-Corridor“ bei London, Sophia Antipolis in Südfrankreich, Grenoble, die „Cité Scientifique“ bei Paris und der Raum München (Bresnahan et al., 2001; Preer, 1992; Saxenian, 1994; Scott, 1990, 1993; Sternberg 1995a, 1996).

Einen starken Einfluss auf die Genese von gründungsstarken Regionen und Innovativen Milieus besitzen **Netzwerkeffekte**, bei deren Entstehung die Interaktion von Individuen, Unternehmen und Institutionen im Mittelpunkt stehen (vgl. Bergman et al. 1991; Kamann/Strijker, 1991; Tödtling, 1995). Durch die Vielfalt der Formen unternehmerischer Kooperation und die Einbeziehung von Universitäten sowie öffentlichen Institutionen werden Netzwerke zu bestimmenden Kräften der Entwicklung in innovativen Regionen (Gordon, 1991; Sternberg, 1995b).

Während die marktorientierte Wirtschaftstheorie traditionell von der Identität der Handelnden abstrahiert, sind die Kenntnis des Transaktionspartners und das **Vertrauen** in seine Leistungsfähigkeit zentrale Komponenten von Netzwerken. Auf dem idealtypischen Markt werden Angebot und Nachfrage homogener Güter durch anonyme Marktteilnehmer zusammengeführt (Williamson, 1979, 236). Die Einzeltransaktionen im Netzwerk sind im Gegensatz zu diesen klassischen Markttransaktionen oft ungenau spezifiziert. Die Risiken der „weichen Kontrahierung“ (Ochsenbauer, 1989, 211 ff., 269 ff.) in Netzwerken werden durch die von den Beteiligten akzeptierten Regeln und Normen sowie die langfristige Stabilität der Relationen kompensiert. Weiche Kontrakte reduzieren ex ante anfallende Transaktionskosten, bergen aber die Gefahr hoher Ex-Post-Kosten bei opportunistischem Verhalten. Dass es hierzu nur selten kommt, lässt sich aus dem hohen Aufwand des Netzaufbaus erklären, der bei Auflösung der Beziehung irreversible versunkene Kosten bildet (Fritsch, 1992, 95 ff.; Williamson, 1985, 69 f.). Unternehmensgründer müssen den etablierten Akteuren in Netzwerken vertrauen und auch selbst schnell Vertrauen erwerben, wenn sie erfolgreich sein wollen. „The willingness to trust others and to act in a reciprocal way could be interpreted as an essential prerequisite for the development of social interaction and networks“ (Caliendo/Kritikos, 2011, 5). Hier könnte sich ein Widerspruch zum postulierten Egoismus von Unternehmerpersönlichkeiten im schumpeterschen Sinne (Schumpeter, 1911) auf tun. Im nachfolgenden Abschnitt, der sich mit der Persönlichkeitsstruktur von erfolgreichen Gründern auseinandersetzt, wird auf diesen Punkt deshalb näher eingegangen.

3. Was Gründerpersönlichkeiten auszeichnet

Die Entstehung einer Gründerkultur basiert nicht nur auf Rahmenbedingungen und regionalen oder nationalen kulturellen Gegebenheiten, sondern auch auf den persönlichen Merkmalen der Akteure (Caliendo/Kritikos, 2011). Diese können allerdings durch das Umfeld und die Rahmenbedingungen beeinflusst werden, um eine gründungsaffine Person zu einer tatsächlichen Unternehmensgründung schreiten zu lassen. In einer Sonderausgabe des Journal of Economic Psychology wurde 2012 der Frage nachgegangen, welche Persönlichkeitsmerkmale Entrepreneurship fördern. Dabei wurden die folgenden sechs Punkte hervorgehoben:

Autonomiestreben. Ein wesentliches Kriterium für die Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit scheint noch vor den monetären Anreizen einer erfolgreichen Unternehmertätigkeit im Streben nach Autonomie zu liegen. Dass Personen ohne oder mit schlechter Erwerbsalternative eine Unternehmensgründung

anstreben, kann nicht verwundern. Doch viele Gründer sind gut qualifiziert und nehmen für den Schritt in die Selbstständigkeit nicht nur eine größere Einkommensunsicherheit gepaart mit einer hohen Arbeitsbelastung in Kauf, sondern ziehen die Tätigkeit als Unternehmer auch dann vor, wenn sie mit großer Wahrscheinlichkeit für eine mehr oder minder lange Zeit ein geringeres Einkommen gegenüber einer abhängigen Beschäftigung erzielen. Croson und Minniti (2012) können dies Verhalten durch den Wert der erhöhten Autonomie erklären, den die Selbstständigkeit im Vergleich zu einer weisungsgebundenen Arbeit in einem Unternehmen oder einer Behörde bietet. Gründerpersönlichkeiten sind ungern in Unternehmenshierarchien eingebunden und präferieren die Unabhängigkeit, die mit ihrer Selbstständigkeit einher geht (Carter et al., 2003; Caliendo/Kritikos, 2011, 3).

Croson und Minniti (2012) modellieren die Entscheidung zur Selbstständigkeit dabei in Anlehnung an van Gelderen und Jansen (2006) als zweistufigen Prozess, der sowohl durch eine „allgemeine“ Wertschätzung für Autonomie in Form von Freiheit oder Unabhängigkeit als auch durch eine Präferenz hierfür als Mittel zum Zweck getragen wird: Hierzu zählt etwa das Verlassen einer als unangenehm empfundenen Firmenhierarchie und die Arbeit ohne Vorgesetzten. Die Möglichkeit, die arbeitsbezogenen Ziele selbst zu setzen, kann ebenfalls wohlfahrtserhöhend wirken und den Wunsch zur Selbstständigkeit trotz der damit verbundenen Einkommensunsicherheit erhöhen (Breugh, 1999).

Gewinnstreben. Arora und Nandkumar (2009) gehen hingegen davon aus, dass Gewinnstreben die entscheidende Kraft für die Entscheidung zur Selbstständigkeit bildet. Sie gehen sogar soweit, dass sie die Überlebensrate als Erfolgsmaß für Startups infrage stellen, da besonders erfolgreiche Neugründungen zügig verkauft werden und dann meist ihre Eigenständigkeit verlieren. Ein „Cash out“ sei zumindest in wachstumsstarken innovativen Branchen das Ziel vieler Gründer.

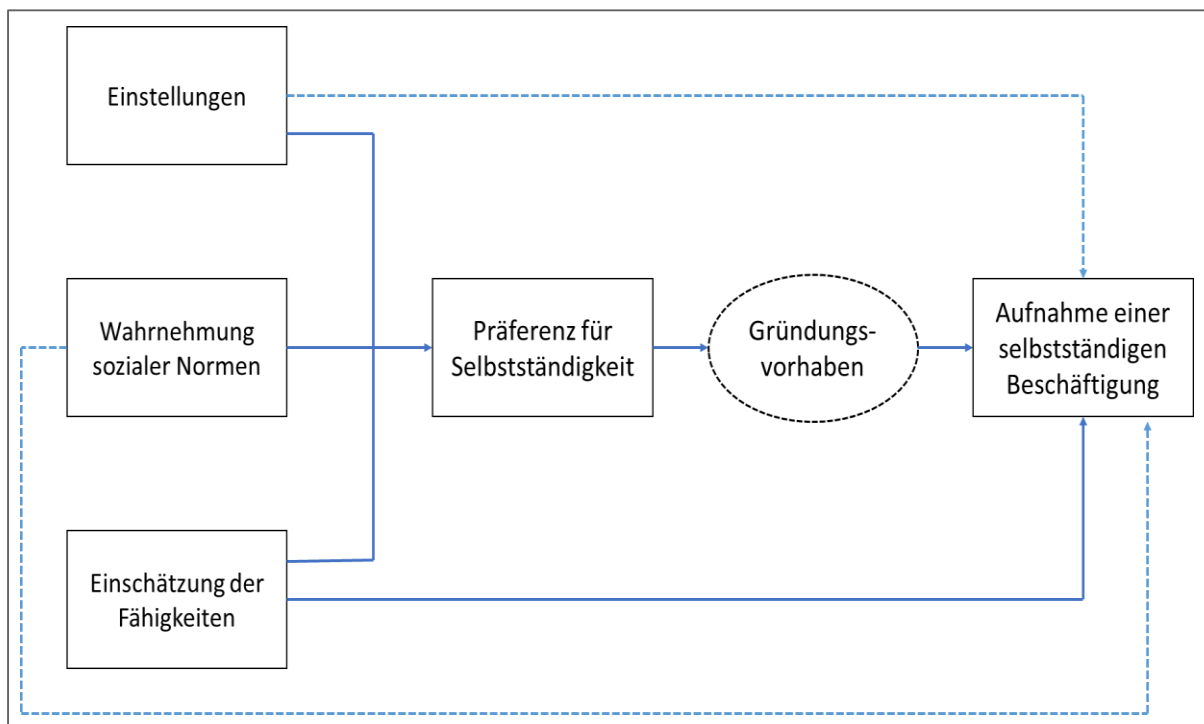
Risikotoleranz. In der Öffentlichkeit werden Gründer meist als sehr risikotolerant angesehen (Caliendo/Kritikos, 2011, 2). Ob Entrepreneurere aber wirklich in hohem Ausmaß tolerant gegenüber Risiken sind, ist in der Forschung umstritten. Zwar sind Gründer weniger risikoavers als abhängig Beschäftigte, doch finden Caliendo, Fossen und Kritikós (2010) in einer empirischen Untersuchung Hinweise auf einen nichtlinearen Zusammenhang zwischen Risikotoleranz und unternehmerischem Erfolg, d.h. eine zu große Risikobereitschaft wirkt schädlich. Erfolgreiche Gründer scheinen eine hohe Wahrnehmung auftretender Risiken zu besitzen, denen sie rechtzeitig begegnen können (Willebrands et al., 2012). Nicht unbedingt eine hohe Risikotoleranz bis hin zur Risikofreude, sondern der Wunsch nach mehr Autonomie kann die Inkaufnahme eines erwarteten Einkommensverzichts bei gleichzeitig wachsender Unsicherheit durch eine Gründung erklären (s. o.). Offenbar ist die

Risikoaversion von Gründungsinteressierten jedoch anders ausgeprägt als bei Individuen, die eine abhängige Beschäftigung bevorzugen. So könnte die Kombination aus Autonomiestreben, Gewinnstreben und hohen fachlichen Fähigkeiten dazu führen, dass Gründerpersönlichkeiten die Risiken im Zusammenhang mit ihrem Gründungsvorhaben als weniger schwerwiegend und vor allem als beherrschbar einschätzen. Ein wichtiger Grund könnte ihre Fähigkeit sein, Risiken im Zusammenhang mit dem Aufbau ihres Unternehmens erfolgreich zu managen – oder zumindest ihre Selbsteinschätzung, diese Fähigkeit zu besitzen (Fairlie/Holleran, 2012).

Social Capital. Die Einbindung in soziale Netze und die sozialen Bindungen aus individueller (statt regionaler) Sicht bestimmen ebenfalls die Wahrscheinlichkeit, ein Unternehmen zu gründen. Die Vielfalt und Stärke sozialer Verbindungen erhöht nicht nur die Gründungswahrscheinlichkeit, sondern auch die Erfolgsaussichten des Gründenden (Piegeler, 2015, 20). Zum Social Capital zählen auch der familiäre Hintergrund und der Familienstand. Die elterliche Selbstständigkeit beeinflusst die Wahrscheinlichkeit einer selbstständigen Tätigkeit positiv, was auch aus der Vorbildfunktion heraus zu erklären ist (s. o.). Das Sozialkapital geht jedoch weit über diese hinaus und integriert die Fähigkeit, Netzwerke, soziale Kontakte und Vorbilder zu nutzen, auf Ebene der betreffenden Person.

Das Zusammenspiel zwischen persönlichen Einstellungen und Merkmalen, gesellschaftlichen (sozialen) Normen sowie der Einschätzung der eigenen Fähigkeiten für eine selbstständige Beschäftigung auf die Präferenzen und die tatsächliche Umsetzung eines Gründungsvorhabens wird durch die Abbildung 2 visualisiert.

Abbildung 2: Einstellungen und soziale Normen beeinflussen die die Gründungsentscheidung



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Verheul et al., 2012, 327

Persönliche Einstellungen, die Wahrnehmung von Normen sowie die Selbsteinschätzung wirken auf die Präferenzstruktur, die wiederum die Entwicklung eines Gründungsvorhabens und letztlich den Schritt in die Selbstständigkeit beeinflussen (Verheul et al., 2012). Die drei zugrundeliegenden Faktoren können aber auch einen direkten Einfluss auf die Entscheidung zur Gründung ausüben. Insbesondere die positive Einschätzung der eigenen Fähigkeiten kann in einer gründungsaffin geprägten Umgebung eine Gründung direkt begünstigen, während sie in durch abhängige Beschäftigung geprägten Milieus eher einen indirekten Einfluss auf die Präferenzen gegenüber der Selbstständigkeit ausüben dürfte.

Vertrauen. Caliendo, Fossen und Kritikós (2012) untersuchen, inwieweit Vertrauen – gegenüber Geschäftspartnern sowie in die Rahmenbedingungen, aber letztlich auch in die eigenen Fähigkeiten – ein entscheidendes Persönlichkeitsmerkmal von Entrepreneuren ist. Netzwerke, die in innovations- und gründungsstarken Regionen eine herausragende Rolle spielen (s. o.), basieren entscheidend auf Vertrauen zwischen ihren Akteuren. Stabile vertrauensbasierte Beziehungen im Zusammenspiel von Gründern, Investoren, Abnehmern und Zulieferern werden durch Reziprozität in positiver wie negativer Konnotation geprägt (Caliendo/Fossen/Kritikos, 2012). Negative Reziprozität erlangt den Untersuchungen der drei Autoren zufolge jedoch schnell einen hemmenden Einfluss auf erfolgreiches Unternehmertum: Wer

jede Verletzung gewährten Vertrauens „heimzahlen“ möchte, verliert seine Geschäftsziele aus dem Blick und schadet sich letztlich selbst. Schlechte Erfahrungen durch zu Unrecht gewährtes Vertrauen werden daher eher durch Kappen der Geschäftsbeziehung zur Minimierung der Verluste und aktive Suche nach einem neuen Partner beantwortet. Die Geschwindigkeit, mit der Vertrauen aufgebaut wird, ist von hoher Bedeutung für den Erfolg neu gegründeter Unternehmen. Hier kommt wieder die regionale Kultur ins Spiel: In innovativen Milieus wie dem Silicon Valley entsteht Vertrauen zu Entrepreneuren schneller als in Regionen, in denen Gründungsaktivitäten eine Ausnahmeerscheinung bilden. Der langsame Aufbau vertrauensbasierter Beziehungen kann damit ein Problem für bislang wenig gründungsaffine Regionen darstellen.

Optimismus. Vertrauen ist eine positive Kraft innerhalb der unternehmerischen Persönlichkeitsmerkmale, die oft mit Optimismus einhergeht. Optimismus lässt Entrepreneure eine hohe Arbeitsbelastung bei (zunächst) geringem Einkommen erbringen, da sie an den Erfolg ihrer Idee und an ihre Fähigkeiten, diese umzusetzen, glauben. Unternehmerpersönlichkeiten verfolgen den eigenen Vorteil bzw. die Ziele ihres Unternehmens, vermeiden es dabei jedoch üblicherweise, anderen zu schaden. Die „kreative Zerstörung“ nach Schumpeter (1911) ist damit eher als eine Art „Kollateralschaden“ des Aufbaus neuer Geschäftsmodelle zu sehen, doch ist die Zerstörung bisher erfolgreicher Geschäftsmodelle anderer Unternehmen üblicherweise kein Ziel von Entrepreneuren (Caliendo/Kritikos, 2011, 4).

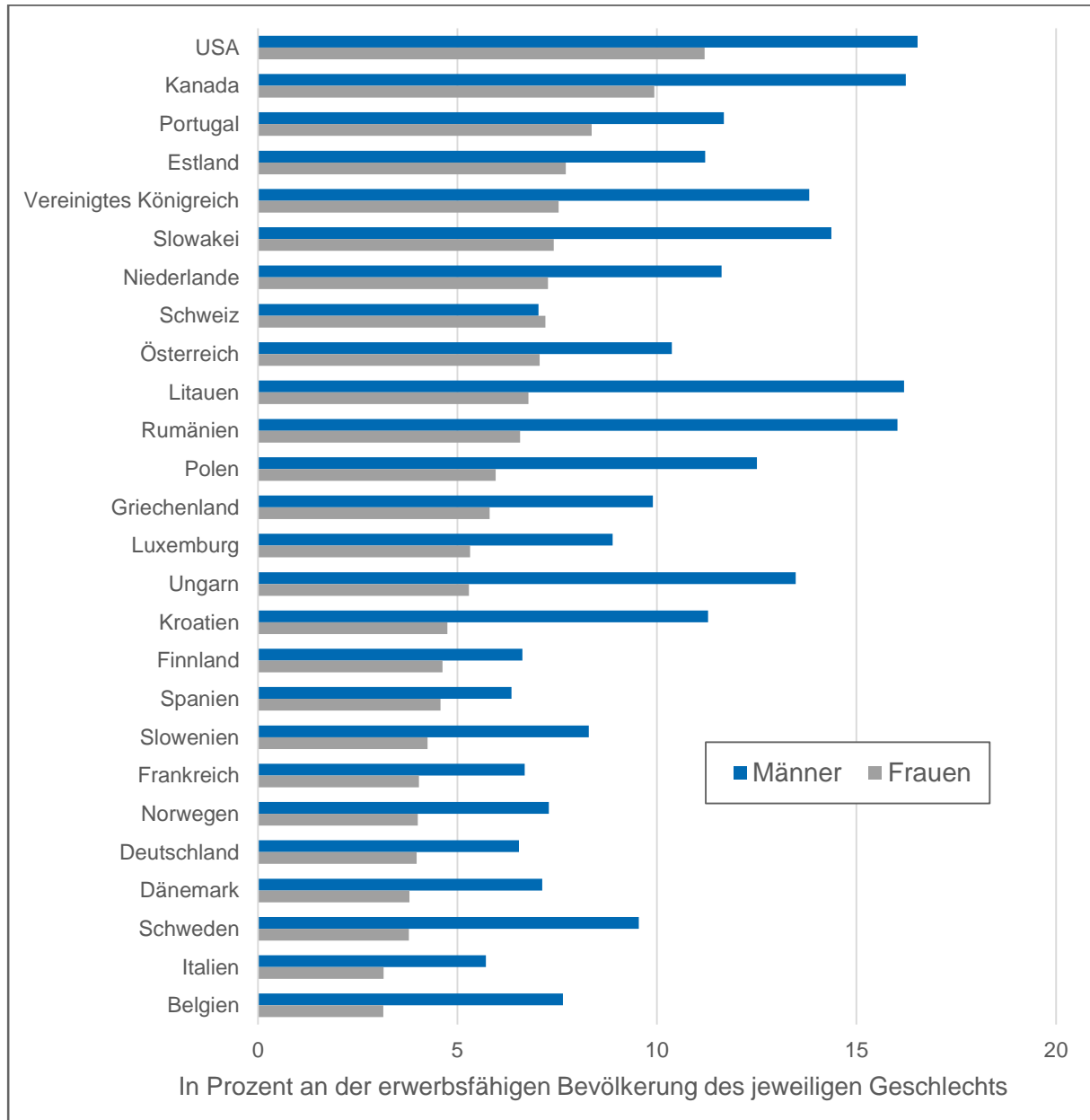
Geschlechtsspezifisches Gründungsverhalten

Entrepreneurship besitzt noch immer ein überwiegend männliches Gesicht. Das Gründungsverhalten zwischen den Geschlechtern ist sehr unterschiedlich ausgeprägt, wobei diese Differenzen eine große Konstanz aufweisen. Frauen gründen nur etwa 35 Prozent aller neuen Unternehmen, und ihre Gründungen sind im Durchschnitt deutlich kleiner und stärker auf den Sektor persönlicher Dienstleistungen konzentriert (Röhl, 2014a; Kelley et al., 2013). „Frauen sind mit einer Gründungsrate – „Total entrepreneurial Activity“ (TEA) – von 4 Prozent bezogen auf die weibliche Bevölkerung im Alter von 15 bis 64 Jahren gegenüber einer Rate in Höhe von 6,5 Prozent für die männliche Bevölkerung [...] weniger mit Gründungsaktivitäten befasst“ (Piegeler/Röhl, 2015, 5; vgl. auch Brixly et al., 2015). Im Startup-Bereich liegt der Frauenanteil noch deutlich niedriger, gerade kapitalintensive Hightech-Startups werden nur selten von Frauen gegründet. Zudem gibt es Hinweise, dass Entrepreneurinnen mit hohem Kapitalbedarf noch seltener die benötigten Mittel gewährt und höhere Zinsen abverlangt werden als ihren männlichen Pendanten (Burt, 2015; Plimmer, 2015).

Dieser „Gender Gap“ im Gründungsverhalten besteht in unterschiedlich starker Ausprägung in praktisch allen Ländern, wie die international vergleichenden Untersuchungen des Global Entrepreneurship Monitors zeigen (Singer et al., 2015; Sternberg et al., 2015). Die folgende Abbildung 3 zeigt die Unterschiede in der TEA für Europa und Nordamerika. Die USA weisen mit über 11 Prozent der weiblichen Bevölkerung im Erwerbsalter die höchste Gründungsrate auf, gefolgt von Kanada und Portugal. Am Ende des Ranking liegen Italien und Belgien mit Werten knapp über 3 Prozent. Die USA und Kanada besitzen zusammen mit Litauen und Rumänien auch für Männer die höchsten TEA-Werte. Allein die Schweiz weist einen (kleinen) Vorsprung der Gründerinnen auf, während in allen anderen betrachteten Ländern ein meist deutlicher Vorsprung der Gründungsquoten von Männern festzustellen ist. In Deutschland kommen auf 100 Männer mit Gründungsaktivitäten 61 Frauen, ebenso wie in Frankreich. Die skandinavischen Länder fallen durch eine noch größere Gender-Differenz auf: In Schweden kommen 40, in Dänemark 53 Frauen auf 100 männliche Gründer. Ähnlich starke Gender-Unterschiede wie in den hoch entwickelten Ländern bestehen ebenfalls für Entwicklungs- und Schwellenländer (Singer et al., 2015).

Abbildung 3: Vergleich des prozentualen Anteiles von Entrepreneuren an der erwerbsfähigen Bevölkerung

Europa, Vereinigte Staaten und Kanada, 2014



TEA – Total Entrepreneurial Activity: Personen, die gerade mit einer Unternehmensgründung befasst sind oder innerhalb der zurückliegenden 3 Jahre gegründet haben

Quelle: GEM, 2015

Die Genderdifferenzen in Gründungsverhalten können einerseits auf unterschiedliche Präferenzen – z. B. eine unterschiedlich stark ausgeprägte Risikoaversion – andererseits aber auch auf geschlechtsspezifische Hürden – etwa aufgrund der schwierigen Vereinbarkeit von Kindern und einer selbstständigen Tätigkeit – zurückzuführen sein (Kelley et al., 2013). Caliendo und Kritikós (2011, 2) sehen Hinweise auf beide Erklärungsmuster, was den großen und persistenten Gender Gap

bei Gründungen erklären könnte. Verheul et al. (2012) stellen in einem zweistufigen Schätzmodell fest, dass der Gender Gap beim tatsächlichen Eintritt in die Selbstständigkeit noch größer ist als es der in der Präferenzstruktur enthaltenen Risikoaversion entspräche. Dieser Zusammenhang deutet auf zusätzliche Hürden für Gründungen und Selbstständigkeit von Frauen neben einer höheren Risikoaversion hin. Neben der bereits angesprochenen Problematik bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die auch dazu führt, dass Frauen eher kleinere Betriebe gründen und ihren Arbeitseinsatz für das Unternehmen an die privaten Erfordernisse anpassen, gibt es jedoch auch Hinweise auf Diskriminierung beim Zugang zu Finanzmitteln und branchenspezifische Hürden in industrienahen und technologieorientierten Bereichen, die nach wie vor stark männerdominiert sind (Burt, 2015; Plimmer, 2015).

4. Das Gründungsgeschehen in Europa

Die Stärke der Gründungsaktivitäten in Europa ist von Land zu Land sehr unterschiedlich ausgeprägt, wie bereits der Blick auf die Geschlechtsunterschiede gezeigt hat (siehe Abbildung 3). Dies gilt nicht nur für die Anzahl der Gründungen bzw. die Gründungsrate bezogen auf die Bevölkerung, sondern auch auf die Größe und ökonomische Bedeutung der jeweiligen gegründeten Unternehmen. Während die Wirtschaft der südeuropäischen Länder durch viele oftmals sehr kleine Familienbetriebe gekennzeichnet ist und es dort auch mehr Gründungen – und Marktaustritte – kleiner Betriebe insbesondere in Dienstleistungen und Gastronomie gibt, ist die Situation in den skandinavischen Ländern genau entgegengesetzt: Nur ein relativ geringer Anteil der Erwerbstätigen ist selbstständig beschäftigt – in Dänemark beispielsweise 7,6 Prozent – und es gibt wenig Gründungen in Gastronomie und Kleingewerbe (vgl. Abbildung 3, Tabelle 1). Dennoch spielen diese Länder eine größere Rolle im Bereich innovativer Startups (GP Bullhound, 2015). So zählt Schweden nach dem Vereinigten Königreich zu den europäischen Spitzenstandorten so genannter „Unicorns“, wie Startups genannt werden, die wenige Jahre nach ihrer Gründung eine Marktkapitalisierung von mehr als einer Milliarde US-Dollar erreicht haben (GP Bullhound, 2015; Köhler, 2015). Speziell die schwedische Hauptstadt Stockholm wird zu den europäischen Startup-Zentren gerechnet.

Tabelle 1 zeigt die Anzahl der Gründungen je 1.000 Einwohner im Erwerbsalter im Jahr 2013 für ausgewählte europäische Länder. In absoluten Werten wies Frankreich mit 411.000 Gründungen in Industrie, Bauwirtschaft und Dienstleistungen einschließlich der Informations- und Kommunikationstechnologie den höchsten Wert

auf, gefolgt vom Vereinigten Königreich mit 376.000 und Italien mit 301.000 Gründungen. Deutschland lag mit 276.000 neuen Unternehmen lediglich auf Rang 4. Betrachtet man die Gründungsrate gemessen anhand der Gründungszahl je 1.000 Einwohner im Erwerbsalter von 18 bis 64 Jahren, so liegt Litauen mit 20,1 an der Spitze vor Portugal (18,5) und Slowenien (14). Überdurchschnittliche Werte von mehr als 10 weisen die baltischen Staaten, osteuropäische Länder und die Niederlande auf. Der Zusammenhang zwischen Wirtschaftskraft und Gründerquote fällt aber überwiegend negativ aus; die Schweiz bildet mit nur 2,2 Gründungen pro 1.000 Einwohner im Erwerbsalter das Schlusslicht hinter Belgien (2,9). Neben Deutschland (4,5) weist auch Österreich (3,9) einen stark unterdurchschnittlichen Wert auf.

Tabelle 1: Gründungen in Europa

Anzahl der Gründungen je 1.000 Einwohner im Erwerbsalter 2013 und die Veränderung der Gründungszahl gegenüber 2008 in Prozent

Länder	Gründungsquote 2013	Prozentuale Veränderung von 2013 zu 2008
Lettland	13,0	53,0
Zypern	5,6	45,0
Slowenien	14,0	35,5
Vereinigtes Königreich	8,0	10,9
Luxemburg	8,9	5,6
Spanien	8,6	3,3
Schweiz	2,2	2,7
Niederlande	12,4	2,4
Italien	7,2	-2,3
Finnland	8,5	-6,9
Norwegen	9,8	-10,5
Österreich	3,9	-10,7
Bulgarien	8,1	-14,2
Frankreich	9,1	-15,4
Portugal	18,5	-16,6
Deutschland	4,5	-18,0
Tschechische Republik	10,8	-23,6
Slowakei	10,4	-24,9
Belgien	2,9	-28,4
Ungarn	6,3	-32,0

Länderauswahl durch fehlende Daten eingeschränkt; die prozentuale Veränderung für Frankreich, die Schweiz und die Tschechische Republik bezieht sich auf das Basisjahr 2009.

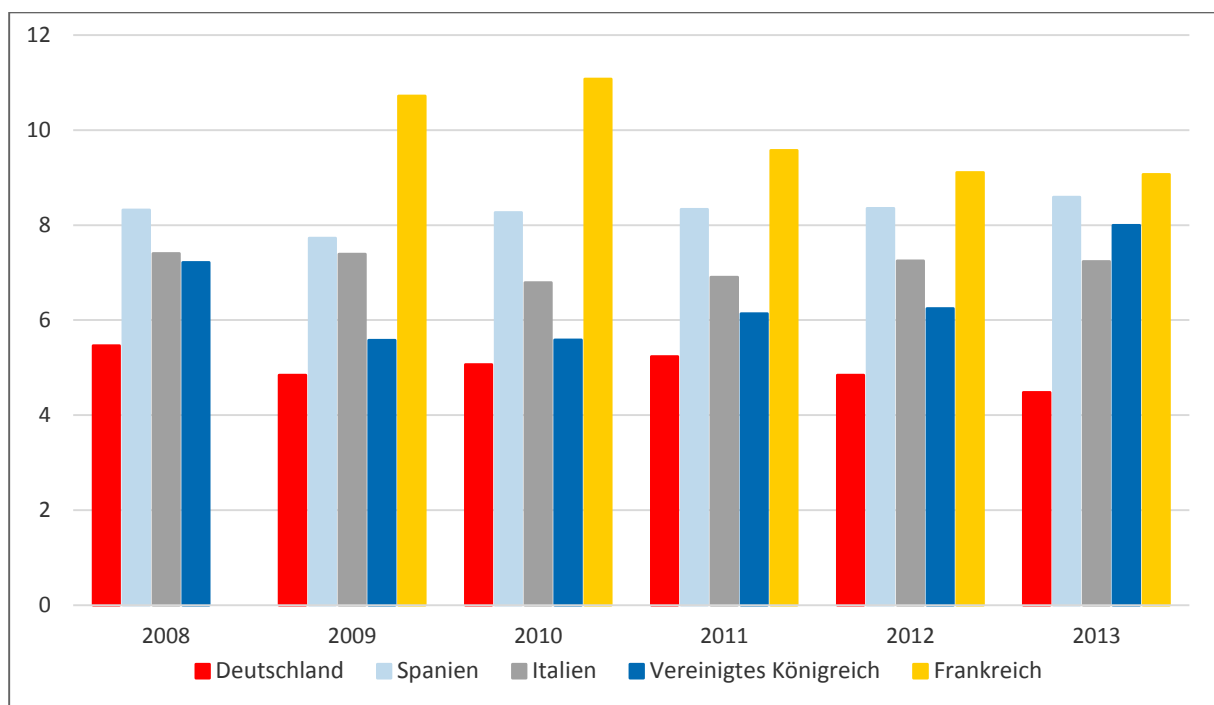
Quelle: Eurostat

Im Vergleich der Gründungsintensität der fünf größten europäischen Volkswirtschaften zwischen 2008 bis 2013 sticht Frankreich mit 9 bis 11 Gründungen je 1.000 Personen im Erwerbsalter als Spitzenreiter hervor (siehe Abbildung 4).

Dabei hat die Gründungsintensität Frankreichs in den letzten Jahren jedoch abgenommen, während 2010 der höchste Wert erzielt wurde. Spanien weist hingegen, trotz oder wegen der stärkeren Betroffenheit durch die Finanz- und durch die europäische Schuldenkrise, eine leicht ansteigende Gründungsrate auf und erreichte zuletzt 8,6 Gründungen pro 1.000 Einwohner. Das Vereinigte Königreich hat die negativen Auswirkungen der Krise ebenso wie Deutschland zügig hinter sich gelassen, aber anders als dieses zuletzt einen kräftigen Anstieg der Gründungsquote auf 8 pro 1.000 Erwerbsfähige im Jahr 2013 verzeichnet. Deutschland weist den höchsten Wert mit lediglich 5,2 im Jahr 2011 aus, 2013 waren es nur noch 4,5 Gründungen pro 1.000 Personen im Erwerbsalter. Auf Italien wird nachfolgend eingegangen.

Abbildung 4: Die Gründungsraten in den fünf größten europäischen Volkswirtschaften

Gründungen in Industrie, Baugewerbe, Dienstleistungen sowie in der Informations- und Kommunikationstechnologie pro 1.000 Einwohner im Erwerbsalter



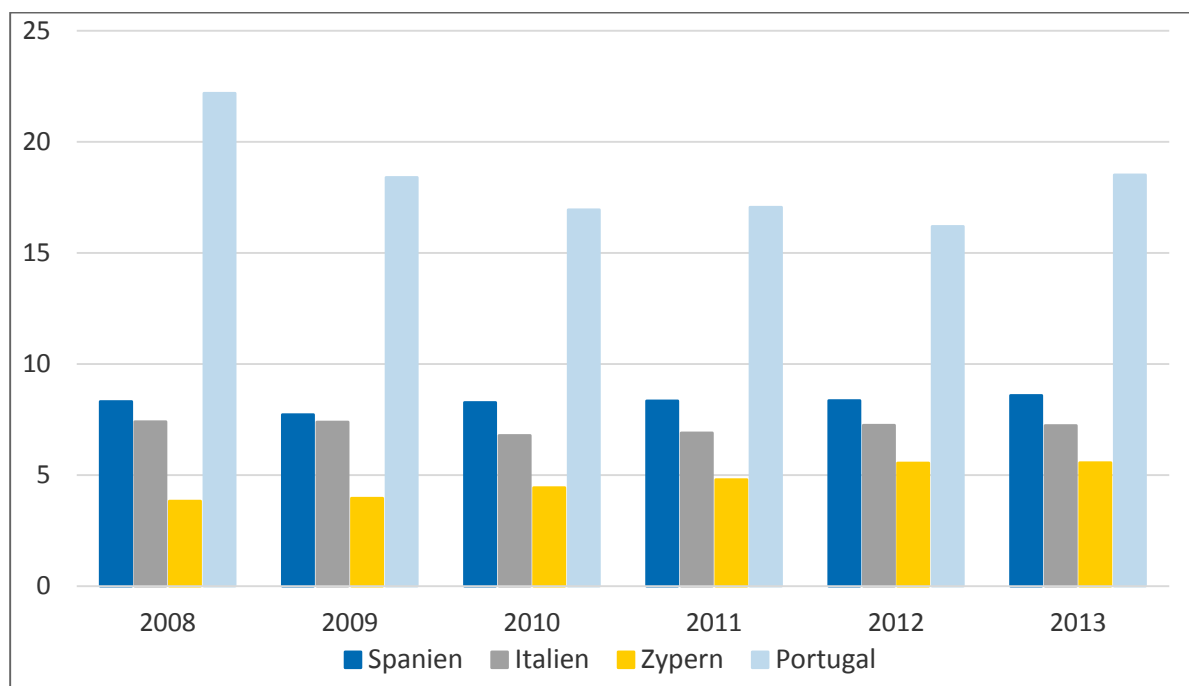
Quelle: Eurostat

Die statistischen Daten von Eurostat zu den tatsächlich erfolgten Gründungen – im Gegensatz zur befragungsbasierten GEM-Erhebung, die Gründungsaktivitäten weiter fasst und nicht am Merkmal „Unternehmen“, sondern bei den gründenden Personen ansetzt – bestätigen den Vorsprung Portugals unter den südeuropäischen Volkswirtschaften (Abbildung 5). Gegenüber dem Vorkrisenjahr 2008, als 22 Unternehmen pro 1.000 Personen im Erwerbsalter gegründet wurden, ergab sich jedoch ein Rückgang auf nur noch 16 Gründungen 2012. 2013 kam es hingegen

wieder zu einer Erholung. In Italien wurde der Tiefpunkt erst ein Jahr nach der Rezession von 2009 erreicht; mit Werten zwischen 6,7 und 7,5 Gründungen pro 1.000 Personen im Erwerbsalter ist die Gründungsaktivität in Italien allerdings für Südeuropa sehr niedrig und relativ konstant. Spanien weist eine nur geringfügig höhere Gründungsrate auf als sein östlicher Nachbar, mit einem Tiefpunkt von 7,7 im Jahr 2009. Nachfolgend hat sich die Gründungsaktivität leicht erholt, obwohl Spanien infolge einer geplatzten Immobilienblase stark von der europäischen Schuldenkrise betroffen war. Zypern zeigt ausgehend von einem äußerst niedrigen Gründungsniveau einen konstanten und krisenresistenten Anstieg im Zeitverlauf, liegt mit einem Wert von zuletzt 5,6 Gründungen je 1.000 Erwerbsfähige aber deutlich unter dem Niveau der Nachbarländer.

Abbildung 5: Die Gründungsraten in den europäischen Krisenländern

Gründungen in Industrie, Baugewerbe, Dienstleistungen sowie Informations- und Kommunikationstechnologie pro 1.000 Einwohner im Erwerbsalter.



Von der Krise in Europa besonders betroffene Länder; keine Daten für Griechenland und Irland

Quelle: Eurostat

Insgesamt war das europäische Gründungsgeschehen in den Jahren seit Ausbruch der Krise überwiegend rückläufig, mit positiven Ausnahmen im Vereinigten Königreich sowie kleinen Staaten wie Lettland, Zypern und Slowenien. Spanien weist trotz – oder wegen – seiner starken Krisenbetroffenheit nur einen sehr geringen Rückgang der Gründungsaktivitäten auf. In Deutschland waren die Gründungszahlen rückläufig, obwohl das Land schneller aus der Rezession herausfand als die Mehrzahl seiner Nachbarn. Damit zeigt sich das Bild für Europa insgesamt

uneinheitlich. Dies könnte neben den unterschiedlichen volkswirtschaftlichen Strukturen und Gründerkulturen auf die gegenläufigen Wirkungen zurückzuführen sein, die eine schwache Konjunktur und eine steigende Arbeitslosigkeit auf die Gründungsaktivitäten ausüben (s. o.).

5. Digitale Startups – Resultat einer spezifischen Kultur?

5.1 Startups in Europa

Nur ein geringer Anteil der Gründungen entfällt auf innovative Startups in Hochtechnologiebranchen und in der Digitalwirtschaft, die jedoch aufgrund ihres hohen Wachstumspotenzials und der Ausstrahlung auf andere Wirtschaftsbereiche eine besondere Bedeutung für die Dynamik von Volkswirtschaften besitzen. Startups werden dabei als Unternehmen definiert, die

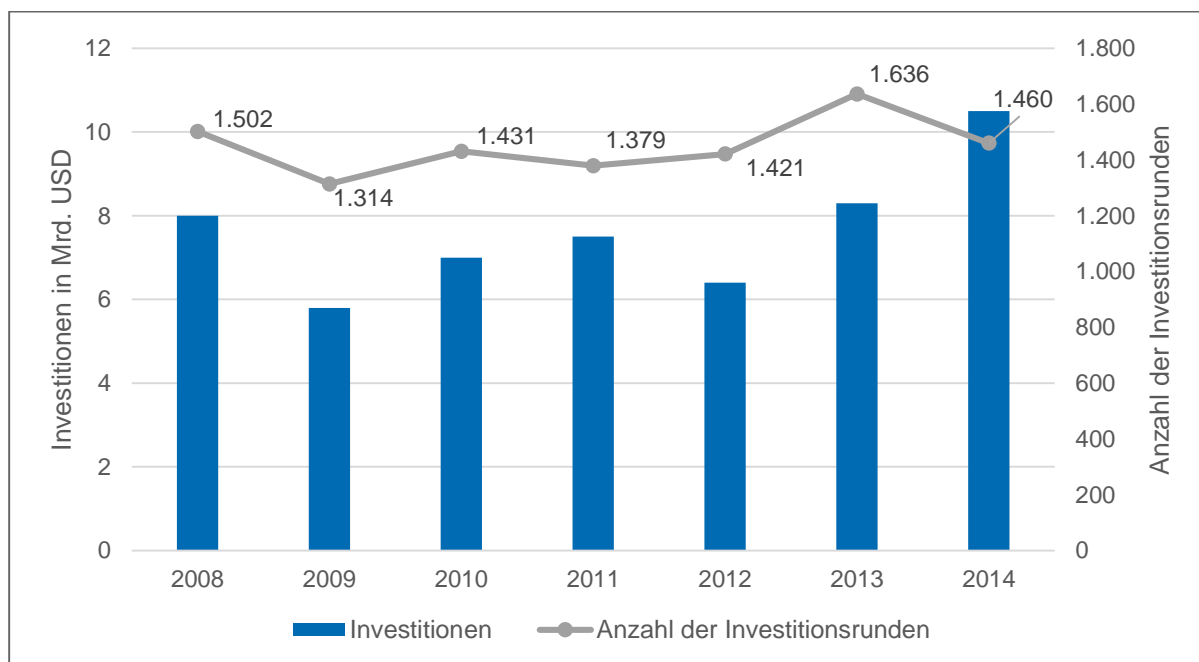
- noch keine 10 Jahre alt sind,
- (hoch) innovative Technologien entwickeln und/oder Geschäftsmodelle verfolgen bzw. entwickeln und
- ein signifikantes Wachstum des Umsatzes bzw. der Beschäftigtenzahl anstreben (Ripsas/Tröger, 2015, 4).

Innovationsstarke Startups sind oft kapitalintensiv und wachstumsstark, besitzen aber keine ausreichenden Sicherheiten, um ihre oft hohen Anfangsinvestitionen und das weitere Wachstum durch Bankkredite zu finanzieren. Stattdessen sind diese für den Strukturwandel wichtigen Unternehmen auf Eigenkapitalfinanzierung in Form von Wagniskapital (Venture Capital, VC) angewiesen, das ihrem Risikoprofil eher entspricht als Fremdmittel (Schefczyk, 2015; Röhl, 2014b). Die europäischen Länder werden jedoch im Bereich der VC-Finanzierungen und der wachstumsstarken Startups von den Vereinigten Staaten und Israel weit hinter sich gelassen, wie diverse Studien, aber auch empirische Vergleichsdaten der OECD (2014) belegen (vgl. z.B. Axelson/Martinovic, 2013; EY, 2015b; Startup Compass, 2015).

Die folgende Abbildung zeigt die Entwicklung des europäischen Venture Capital-Marktes seit 2008. Während im Ausgangsjahr noch 8 Milliarden US-Dollar in Startups investiert wurden – nicht ausschließlich in Erstrundenfinanzierungen, sondern auch in spätere Expansionsphasen der jungen Unternehmen –, fiel die Summe im Krisenjahr 2009 zunächst auf knapp 6 Milliarden US-Dollar. Nach einer Erholungsphase kam es 2012 zu einem erneuten Rückgang, in der Folge jedoch zu einem kräftigen Anstieg des Investitionsvolumens auf 10,5 Milliarden US-Dollar 2014 (EY, 2015, 4). Im gleichen Jahr betrug das VC-Investitionsvolumen in den USA jedoch 52 Milliarden US-Dollar (vgl. Abbildung 7), ein Volumen, das den guten

europäischen Wert relativiert. Weltweit stiegen die VC-Finanzierungen 2014 auf einen Rekordwert von 87 Milliarden US-Dollar, wovon nur 12 Prozent auf Europa entfielen, 60 Prozent allein auf die USA (EY, 2015b, 3). Die Anzahl der in Europa durchgeführten Finanzierungen zeigt keinen eindeutigen Trend; ausgehend von 1.500 Investments 2008 kam es 2009 zu einem Rückgang, der jedoch schnell wieder ausgeglichen wurde.

Abbildung 6: Venture Capital-Investitionen in Europa seit 2008



Quelle: EY, 2015b

Ein Großteil der Investitionen betrifft Startups im Bereich der digitalen Ökonomie. Die Digitalwirtschaft und die Nutzung digitaler Technologien für neue Geschäftsmodelle in jungen oder etablierten Märkten – wie dem Übernachtungsgewerbe – zeichnet sich aufgrund der eingesetzten Technologie durch eine fast unbegrenzte Skalierbarkeit der Angebote aus, was erfolgreichen Startups wie Airbnb, Skype, Whatsapp oder Uber ein rasantes Wachstum ermöglicht. Viele der Consumer-orientierten neuartigen Geschäftsmodelle basieren auf Elementen der Sharing Economy (Demary, 2014), deren auf gemeinsame Nutzung basierender Ansatz derzeit offenbar stark im Trend liegt und zu den sehr hohen Wachstumsraten der erfolgreichen Startups beiträgt. Die Marktbewertung der von der Beratungsgesellschaft GP Bullhound (2015) untersuchten großen Startups in Europa hat sich gegenüber der jeweiligen Anfangsinvestition im Consumerbereich auf das 67-fache erhöht und im unternehmensorientierten Bereich immer noch auf das 14-fache (GP Bullhound, 2015, 18). Entsprechend hoch können bereits wenige Jahre nach der Gründung die Unternehmensbewertungen ausfallen. Doch nur wenige

Startups wachsen zu „Unicorns“ mit Milliardenbewertung (s. o.) heran. Eine aktuelle Studie der digitalen Informationsplattform Crunchbase ermittelte weltweit 153 derartige Startups mit einer Bewertung von zusammen ca. 530 Milliarden US-Dollar, von denen zwei Drittel in den USA beheimatet sind (Köhler, 2015). Das niedrige Zinsniveau in Amerika und Europa dürfte allerdings zu übertriebenen Bewertungen geführt haben; Zweifel an den Unternehmensperspektiven könnten deshalb zu drastischen Korrekturen führen (Köhler, 2015).

Führender europäischer Standort für Startups mit mindestens einer Milliarde US-Dollar Unternehmenswert ist das Vereinigte Königreich, wo 17 Unicorns mit einem Gesamtwert von mehr als 40 Milliarden US-Dollar beheimatet sind. Auf Platz 2 liegt Schweden mit 6 Unicorns, die in der Summe 26,5 Milliarden US-Dollar wert sind (GP Bullhound, 2015, 6). Unter den Schweden zugerechneten Unicorns befindet sich mit Skype auch das wertvollste europäische Startup, das im Mai 2011 für 8,5 Milliarden US-Dollar von Microsoft übernommen wurde. Die Software, auf der die Skype-Dienste basieren, wurde allerdings nicht in Schweden, sondern von estnischen Entwicklern in Tallinn geschrieben, und der rechtliche Firmensitz ist Luxemburg. Auf Rang 3 folgt Deutschland mit nur 4 großen Startups, die mit 18 Milliarden US-Dollar bewertet sind. 3 der 4 Startups sind erst kürzlich in den Club der Milliardenunternehmen vorgestoßen, wobei allein die Berliner Unternehmen Rocket Internet und Zalando 15 Milliarden US-Dollar Kapitalisierung aufweisen. Auf Rang 4 der Startup-Standorte liegt Russland vor dem fünftplatzierten Frankreich. Innerhalb der Länder ist die Startup-Szene stark regional konzentriert; so sind die meisten britischen Unicorns im Raum London beheimatet. Alle 4 deutschen Startups mit Milliarden-Bewertung sind in Berlin ansässig, was den rasanten Aufstieg der Stadt in den internationalen Gründungsrankings – z. B. auf Rang 9 im aktuellen Startup Ecosystem Ranking, nach Rang 15 im Vorjahr (Bundesregierung, 2015; Startup Compass, 2015) – unterstreicht (vgl. Röhl, 2014b). Der Branchendienst Dow Jones VentureSource sieht Berlin im Jahr 2014 beim investierten VC-Kapital mit 2,24 Milliarden US-Dollar in Europa sogar auf Platz eins vor London (Richters, 2015).

Internationalisierung der Startup-Szene: Wie bereits das Beispiel Skype zeigte, ist die Startup-Szene trotz regionaler Konzentrationstendenzen stark internationalisiert in ihren Geschäftsmodellen. Mit nur zwei Dritteln der Mitarbeiter aus Deutschland, aber über einem Fünftel aus der EU und fast einem Zehntel aus Drittländern ist die Berliner Gründungsszene einer im Deutschen Startup-Monitor (Ripsas/Tröger, 2015) veröffentlichten Unternehmensbefragung zufolge stärker international ausgerichtet als es in anderen deutschen Metropolen mit hoher Gründungsintensität der Fall ist: In München stammen 73 Prozent der Mitarbeiter aus dem Inland, in der Rhein-Ruhr-Region 84 Prozent und in Hamburg sogar 88 Prozent. Auch der Anteil der Entrepreneure mit ausländischen Wurzeln ist in Berlin besonders hoch. Dies spricht

für eine Loslösung der Gründerkultur in der Hauptstadt von spezifisch deutschen Gegebenheiten. Auch die Kapitalbeschaffung der Berliner Startups ist zunehmend internationalisiert und überwindet so die engen Grenzen und Kapitalbeschränkungen des deutschen VC-Markts (McKinsey, 2013, 33; Schefczyk, 2015; Röhl, 2014b). Die Arbeit in international gemischten Teams und die hierdurch mit ermöglichte schnelle Ausdehnung von Geschäftsmodellen auf globale Märkte gehören zu den Kennzeichen schnell wachsender, VC-finanzierter Startups, die die Chance haben, zu den Unicorns aufzuschließen. Rocket Internet als am höchsten bewertetes deutsches und zweitplatziertes europäisches Startup (s. o.) bildet eine Art Akzelerator für digitale Geschäftsmodelle und ihre schnelle Skalierung auf neue Märkte, auch Zalando ist aus diesem Geschäftsmodell hervorgegangen. Das Unternehmen ist inzwischen in 110 Ländern tätig und benötigt eine entsprechend vielsprachige internationale Belegschaft, die es in Berlin finden und halten kann.

5.2 Startups in den Vereinigten Staaten und Israel

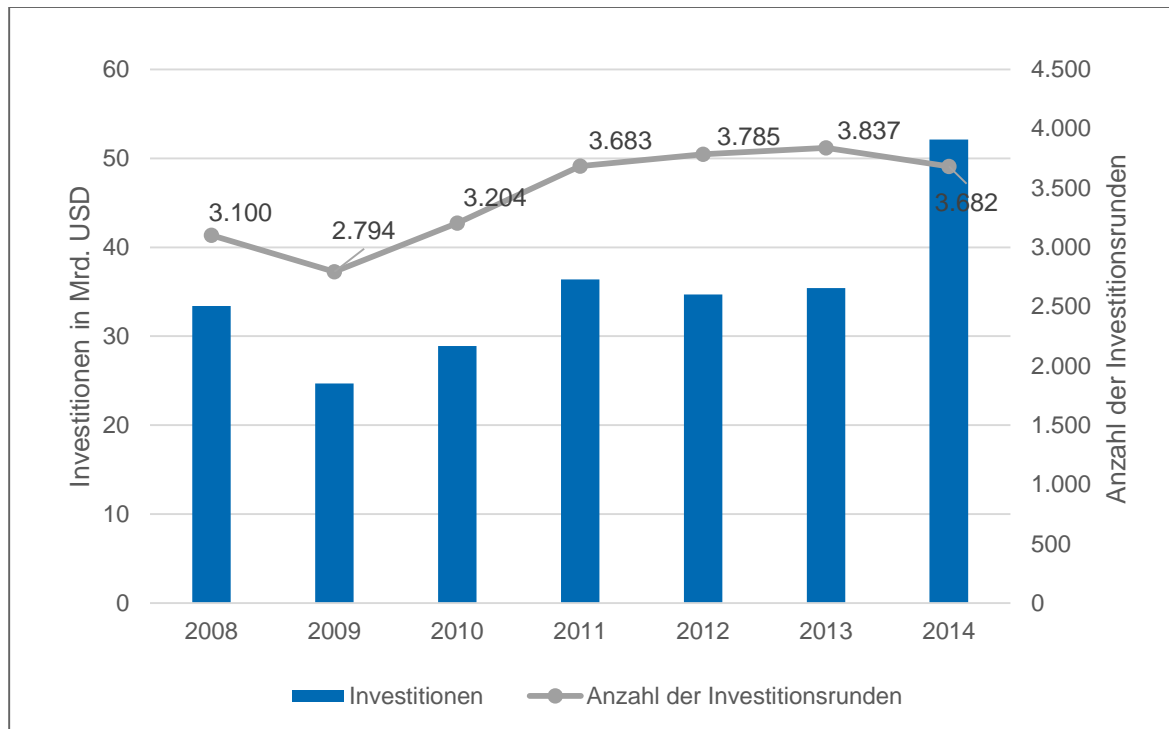
Die Vereinigten Staaten und Israel besitzen eine ausgeprägte Gründerkultur, die die beiden Länder gerade im Bereich innovativer und wachstumsstarker Startups in eine internationale Führungsposition gebracht hat (Axelson/Martinovic, 2013; EY, 2015b; Witzler, 2014). Während die USA ihre führende Rolle im Entrepreneurship die gesamte Nachkriegszeit über entwickelt und behauptet haben, ist Israel erst in jüngerer Zeit zum Startup-Zentrum geworden (Röhl, 2014b; Startup Compass, 2015). In beiden Ländern ist das Gründungsgeschehen im Hochtechnologiesegment regional hoch konzentriert, was als ein Hinweis auf lokale kulturelle Besonderheiten gelten kann, die die Wirkung landesweiter Einstellungen und Rahmenbedingungen noch verstärken.

Vereinigte Staaten von Amerika

Die USA sind global das mit Abstand führende Land im Bereich einer Startups und Wagniskapitalfinanzierungen begünstigenden Gründerkultur. Über die Hälfte der weltweiten Venture Capital-Finanzierungen entfällt auf die USA (Röhl, 2014b), wobei es im Land eine starke räumliche Konzentration auf das Silicon Valley sowie mit größerem Abstand auf den Raum Boston und auf New York City gibt. Seit dem Jahr 2000 wurden in den USA circa 500 Milliarden US-Dollar Venture Capital in innovative Startups investiert, in Europa als Wirtschaftsraum vergleichbarer Größe hingegen nur – je nach Abgrenzung und Quelle – 88 bis 175 Milliarden US-Dollar (Axelson/Martinovic, 2013). Die folgende Abbildung zeigt die Entwicklung der amerikanischen Venture Capital-Investitionen seit 2008; nach einem Tiefpunkt im Krisenjahr 2009 haben sich die VC-Investitionen zunächst bis 2011 wieder erholt, um nach einer Stagnation in den beiden Folgejahren 2014 auf mehr als 52 Milliarden US-Dollar

anzuziehen. Die Anzahl der Finanzierungen ging 2014 zurück, während die Summe je Investition deutlich anstieg (EY, 2015b, 4).

Abbildung 7: Venture Capital-Investitionen in den USA seit 2008



Quelle: EY, 2015b

An der starken Dominanz der Vereinigten Staaten im Bereich der Wagniskapitalfinanzierungen von Startups hat sich in den letzten Jahrzehnten trotz des Aufkommens neuer Player wie Israel oder China wenig geändert; 6 von 10 US-Dollar der globalen VC-Investitionen fließen in amerikanische Unternehmen (EY, 2015b). Auch das amerikanische Silicon Valley ist als weltweit größter Startup-Standort weiterhin unangefochten. Ein Grund hierfür dürfte auch die sehr hohe Marktkapitalisierung erfolgreicher Technologieunternehmen wie Facebook, Google oder Apple sein, die vor wenigen Jahren bzw. Jahrzehnten selbst zu den Startups zählten und deren Gründer, Manager und frühe Aktionäre nun eine Quelle finanzkräftiger Business Angels und Investoren bilden, die Entrepreneuren aus ihrem Umfeld Wagniskapital zur Verfügung stellen: Apple wurde im Mai 2015 mit 740 Milliarden US-Dollar bewertet, Facebook mit 230 Milliarden (GP Bullhound, 2015). Bereits die Liquidierung kleiner Anteile an derart hoch bewerteten Unternehmen durch frühe Investoren reicht aus, um viele neue Startups mit Kapital auszustatten. Die hohe Expertise der Entrepreneure und Business Angels im Silicon Valley kommt hinzu, so dass in der kalifornischen Region immer neue innovative Startups entstehen und die erfolgsversprechenden Geschäftsmodelle sowohl in der Startphase wie auch für spätere expansionsorientierte Finanzierungsrunden Kapitalgeber finden.

Israel

Israel ist in den letzten 20 Jahren trotz der geringen Größe und ungünstigen geografischen Lage des Landes zwischen verfeindeten und unterentwickelten Nachbarländern zu einem der führenden Startup-Standorte weltweit aufgestiegen. Der Großraum Tel Aviv, in dem etwa 40 Prozent der Einwohner leben, hat einen spektakulären Aufstieg zum Hotspot von Hochtechnologiegründungen erlebt (Röhl, 2014b). Mit einem Anteil von über 0,3 Prozent des Bruttoinlandsproduktes besitzen VC-Investitionen in Israel die mit Abstand größte volkswirtschaftliche Bedeutung unter allen entwickelten Ländern noch vor den USA mit knapp 0,2 Prozent (OECD, 2014). Dabei hat sich eine spezielle israelische Gründerkultur herausgebildet, die Geschwindigkeit im Handeln und das Eingehen von Risiken sowie eine hohe Einschätzung der eigenen Fähigkeiten mit sorgfältiger Planung und inhaltlicher Kompetenz kombiniert. Teilweise basieren die Gründerkultur und die Technologieaffinität auf Führungsprinzipien und Ausbildungsinhalten der israelischen Armee, in der praktisch alle israelischen Gründer ihren dreijährigen Wehrdienst abgeleistet haben (Schmiechen, 2015). Eine positive Finanzierungskultur der Startups wird durch eine enge Anbindung an den US-amerikanischen Venture Capital-Markt, aber auch durch öffentliche Förderung und eine bevorzugte steuerliche Behandlung von High Tech-Branchen gewährleistet (Röhl, 2014b).

Die räumliche Struktur des Landes mit einer Konzentration von etwa 60 Prozent der Wirtschaftsaktivität und über 40 Prozent der Bevölkerung auf den Großraum Tel Aviv kommt der Herausbildung eines Hochtechnologieclusters und einer auf die Technologien Informations- und Kommunikationstechnik, Software, Verteidigungstechnik und Gesundheit ausgerichteten Gründerszene entgegen. Auch Jerusalem als größte Stadt und Verwaltungszentrum Israels liegt weniger als eine Autostunde entfernt und kann somit zum erweiterten Großraum gezählt werden.

5.3 Unterschiede zwischen den USA, Israel, China und Europa

Wie die Analyse der vorliegenden Daten zu VC-Finanzierungen gezeigt hat, bleibt Europa trotz der Stärke des Vereinigten Königreichs und vielversprechenden Ansätzen in Berlin, Stockholm oder Paris gegenüber den Vereinigten Staaten weit zurück, wenn es um die Entwicklung einer starken Startup-Kultur und die Mobilisierung von Venture Capital geht. Noch bedenklicher ist, dass neben Israel auch asiatische Standorte wie China und Singapur zu immer bedeutenderen Standorten für digitale Gründungen werden, die an Europa vorbeizuziehen drohen (vgl. z.B. EY, 2015b; Startup Compass, 2015). Während in Israel die hohe Technikaffinität der Bevölkerung gepaart mit Risikobereitschaft und Investitionen der

Verteidigungsindustrie Triebkräfte der Entwicklung im Startup-Bereich sind, spielen in China sicherlich auch die Größe des Heimatmarktes mit 1,4 Milliarden Konsumenten und das über lange Zeit hohe exportgetriebene Wachstum des Landes eine entscheidende Rolle für die Entstehung einer starken Startup-Szene und eines VC-Marktes. Der 1987 gegründete Technologiekonzern Huawei zählt zu den führenden Smartphone-Anbietern und baut weltweit Mobilfunknetze auf. Die Online-Handelsplattform Alibaba hat heute bereits mehr Nutzer als das amerikanische Vorbild Amazon und schickt sich an, dem amerikanischen Internethändler und der Handelsplattform Ebay auf dem globalen Markt Konkurrenz zu machen. Beim Börsengang im Herbst 2014 wurden mehr als 20 Milliarden US-Dollar Kapital beschafft, so dass die weitere Expansion finanziell gesichert ist (Berberich/Castritius, 2014).

Der Vergleich des Gründungsgeschehens in Europa, den Vereinigten Staaten und Israel verdeutlicht, dass insbesondere bei Startups in neuen Wachstumsbranchen wie der Digitalwirtschaft ein erheblicher Rückstand für den „alten Kontinent“ festzustellen ist. Staatliche Fördermaßnahmen und steuerliche Regelungen können sicherlich zu verbesserten Rahmenbedingungen für Entrepreneurship führen, sie allein können aber keine durchgreifende Verbesserung der Situation bewirken (Piegeler/Röhl, 2015). Der Weg zu mehr Gründungen in allen Wirtschaftsbereichen und vor allem im Hochtechnologiesektor und Wachstumsfeldern wie der Digitalwirtschaft muss bereits früher ansetzen, um ein gesamtgesellschaftliches Umdenken und eine größere Offenheit gegenüber Neuem zu bewirken. „Früh ansetzen“ heißt konkret, bereits an den Schulen mehr Kreativität zuzulassen, aber auch die Wirtschaftsbildung und die Bereitschaft zum Unternehmertum zu erhöhen. Auf Ansätze und Maßnahmen zur Stärkung der Gründerkultur im Bildungsbereich wird deshalb nachfolgend eingegangen.

6. Vermittlung einer Entrepreneurship-Kultur im Bildungsbereich – die Situation in Deutschland

In internationalen Befragungen wie dem Global Entrepreneurship Monitor wird das Gründungsklima in Deutschland als eher ungünstig beurteilt (Brixy et al., 2015). Eine hohe Regulierungsdichte für Unternehmen sowie die von Gründern zu durchlaufende Bürokratie werden als sehr hinderlich eingestuft, wobei die Hilfestellungen durch öffentliche Beratungsangebote z. B. der Industrie- und Handelskammern unzureichend bekannt sind (Piegeler /Röhl, 2015). Ein Großteil der Bevölkerung hat offenbar diffuse Ängste vor den mit einer Unternehmensgründung verbundenen Hindernissen und Risiken, ohne sich näher mit den tatsächlichen Chancen und Problemen einer

selbstständigen Tätigkeit befasst zu haben. Die Weichen hin zu einer Bevorzugung abhängiger Beschäftigungsverhältnisse werden dabei schon früh gestellt, indem die Vermittlung des Themas Unternehmertum, aber auch generell die wirtschaftliche Bildung im Schulunterricht sehr rudimentär ausfallen oder gar nicht stattfinden.

Zwar hat sich die Wirtschaftspolitik in Deutschland der Pflege und Intensivierung der Gründerkultur angenommen; Piegeler und Röhl (2015) geben einen Überblick über entsprechende Fördermaßnahmen. Im Rahmen der „Gründerwoche Deutschland“ werden lokale und regionale Kooperationspartner zu Vorträgen, Workshops, Tagungen und Planspielen zum Thema Unternehmensgründung eingeladen. Die Gründerwoche ist Teil der ‚Global Entrepreneurship Week‘, die inzwischen in mehr als 120 Ländern stattfindet. Zuletzt wurden in Deutschland mehr als 920 Partner, 1.650 Veranstaltungen und 45.000 Teilnehmer gezählt (BMW, 2013). Auch Wettbewerbe wie der „Deutsche Gründerpreis“, mit dem erfolgreiche Gründungen ausgezeichnet werden, sollen ein gründungsfreundliches Klima unterstützen. Insgesamt ist die Breitenwirkung der Maßnahmen jedoch gering, da nur bereits am Thema Gründungen Interessierte erreicht werden.

Wichtig zur Stärkung der unterentwickelten Gründerkultur sind daher Maßnahmen, die die vielfältigen Chancen unternehmerischer Tätigkeit in breite Bevölkerungskreise tragen und dabei mehr Lust auf Entrepreneurship wecken (Piegeler/Röhl, 2015). Die Wirkung von Entrepreneurship-Schulungen wurde von Fairlie und Holleran (2012) untersucht. Sie kommen nach Auswertung eines US-amerikanischen Förderprogramms zu dem Ergebnis, dass auf dem Arbeitsmarkt benachteiligte Gruppen wie Migranten und Personen mit perforierten Erwerbsbiografien eher risikotolerant sind, damit auch eher von Gründungsberatungen und Fördermaßnahmen profitieren könnten als stark risikoaverse Personen mit guten Arbeitsmarktchancen. Die Teilnehmer des analysierten Programms wurden zufällig ausgewählt, so dass eine positive Selbstselektion nur im Rahmen der Nichtteilnahme trotz Einladung zum Tragen kam. Besonders geeignet sind Aktivitäten zur Förderung der unternehmerischen Initiative mit langfristiger Ausrichtung, etwa der Aufbau einer ‚Entrepreneurship Education‘ an Schulen und Universitäten (vgl. BJDW, 2014).

Ein wichtiges Instrument zur Etablierung von Entrepreneurship an Schulen in Deutschland stellt JUNIOR dar. Das vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte Programm regt die Gründung von Schülerfirmen an und begleitet sie. An JUNIOR haben in den letzten 20 Jahren mehr als 90.000 Schüler teilgenommen, wobei die jährliche Teilnehmerzahl kontinuierlich auf zuletzt 9.100 angestiegen ist (IW Köln, 2015). Unter dem Dach von JUNIOR ACHIEVEMENT Worldwide bringt das Programm in etwa 120 Ländern Schülern unternehmerisches Handeln nahe. Während der jeweils einjährigen Projektlaufzeit für die einzelne Schülerfirma gründen

die Schüler ein echtes Unternehmen: Sie entwickeln eine Geschäftsidee, analysieren den Markt, müssen Kapitalgeber finden und schließlich ihr Produkt oder ihre Dienstleistung verkaufen. Auch mit der Selbstständigkeit verbundene Tätigkeiten wie Buchführung oder Gesellschafterversammlungen werden von den Schülern selbst organisiert. Im Rahmen von JUNIOR können sie an fünftägigen Gründercamps teilnehmen, um das Einmaleins des Unternehmertums zu erlernen (Röhl, 2015). Seit dem Programmstart 1994 haben teilnehmende Schüler insgesamt ca. 6.800 Schülerfirmen gegründet. Oft werden sie dabei von Paten aus der Wirtschaft begleitet, die als Vorbild dienen und ihr Wissen weitergeben; bisher haben schon über 3.000 ehrenamtliche Paten bei JUNIOR mitgewirkt. In der Einschätzung der Lehrkräfte noch mehr als in jener der Teilnehmer selbst trägt das Programm erheblich dazu bei, dass die Schüler selbstständiges Arbeiten und die selbstverantwortliche gesellschaftliche Teilhabe erlernen und so später zu einer aktiven Bürgergesellschaft beitragen können (IW JUNIOR, 2015). Immerhin 44 Prozent der Schüler stammen aus Familien, in denen mindestens ein Elternteil selbstständig ist (IW JUNIOR, 2015), was sicherlich zu einer hohen Affinität der Teilnehmer zum Unternehmertum beiträgt. Dies zeigt aber auch, dass JUNIOR in weit überdurchschnittlichem Maße bereits aus dem persönlichen Umfeld mit Unternehmertum vertraute Schüler erreicht, denn die Selbstständigquote in Deutschland liegt nur bei 10 Prozent. Die Breitenwirkung von JUNIOR ist daher trotz der steigenden Teilnehmerzahl begrenzt, so dass das erfolgreiche Programm eine Verankerung von Wirtschaftsbildung und Entrepreneurship in den Lehrplänen nicht ersetzen kann; hier bleibt weiterhin viel zu tun (Klein, 2011).

7. Fazit und Empfehlungen

7.1 Kulturelle Hemmnisse für mehr Gründungen in Deutschland und Europa

Nachfolgend werden die in der Literatur und von Experten diskutierten Hemmnisse für ein gründungsfreundlicheres kulturelles Umfeld in Deutschland, die einer verstärkten Gründung von Unternehmen entgegenstehen, noch einmal zusammengefasst.

Fehlende „Can-Do“-Einstellung in vielen europäischen Ländern einschließlich Deutschland. Das Selbstvertrauen in die eigenen (unternehmerischen) Fähigkeiten ist generell geringer ausgeprägt als in den englischsprachigen Ländern und in Israel (European Commission, 2012). Innerhalb Europas gibt es im Vereinigten Königreich sowie teilweise in Irland und Skandinavien eine positivere Selbsteinschätzung gründungsrelevanter Fähigkeiten, die sich entsprechend in einer höheren Anzahl innovativer Gründungen niederschlägt. In den Startup-Hotspots Berlin und München

ist ebenfalls ein Trend zu einer positiven Selbsteinschätzung der Gründungsmöglichkeiten und -fähigkeiten festzustellen (Ripsas/Tröger, 2015); Ausstrahlungseffekte auf weitere deutsche Regionen sind jedoch noch rar.

Eine hohe Risikoaversion in weiten Kreisen der Bevölkerung. Neue Technologien, aber auch die Thematik einer selbstständigen Tätigkeit werden vor allem als Gefahrenquelle oder Risiko angesehen, während die damit verbundenen Chancen nur unzureichend wahrgenommen werden. Auch die mit einer Unternehmensgründung verbundene Unsicherheit wird deshalb von vielen Menschen sehr negativ bewertet.

Kultur der zweiten Chance unterentwickelt. Gescheiterte Gründer werden oft als Versager abgestempelt und bekommen nur unter großen Schwierigkeiten Kapital, während in den USA eher auf die gewonnenen Erfahrungen geschaut und darauf vertraut wird, dass ein insolventer Gründer aufgrund von Lerneffekten im zweiten Versuch erfolgreicher agieren kann (OECD, 2013, 7). Hintergrund dieses Verhaltens ist möglicherweise auch ein Wunsch nach Selbstbestätigung durch die Kritiker gescheiterter Gründer: Da man selbst den Schritt in die Selbstständigkeit nicht wagt, wird es als eine Bestätigung des eigenen Verhaltens gesehen, wenn Gründer scheitern. Auch dem Insolvenzrecht kommt hier eine Bedeutung zu, denn eine schnelle Entschuldung gescheiterter Jungunternehmer ist eine Voraussetzung, um wieder unternehmerisch tätig werden zu können. Eine solche „Kultur des Scheiterns“, die mehr Zweitgründungen ermöglicht und die gewonnene Expertise zunächst nicht erfolgreicher Gründer nutzt, entwickelt sich allerdings in Anlehnung an die Gründungsregionen der USA derzeit in den deutschen Startup-Zentren: Hier wird einer aktuellen Studie zufolge ein steigender Anteil von Zweit- und Drittgründungen registriert (Ripsas/Tröger, 2015, 26).

Starkes Vertrauen auf den Staat. Während die USA und das Vereinigte Königreich kulturell stark auf Eigenverantwortung der Bürger setzen und der Staat im Wirtschaftsbereich eine nur begrenzte Rolle spielt – er konzentriert sich auf gute Rahmenbedingungen für die Privatwirtschaft statt eine aktive Wirtschaftslenkung; v.a. in den USA existiert zudem nur eingeschränkter Sozialstaat –, setzen kontinentaleuropäische Länder eher auf einen starken Staat auch in wirtschaftlicher und sozialpolitischer Hinsicht. In der Schaffung einer dynamischen Wirtschaft durch die Stärkung des Gründungsgeschehens scheint sich aber das angelsächsische Modell im Durchschnitt besser bewährt zu haben.

Wirtschaftliche und gründungsbezogene Bildung unterentwickelt. Das deutsche Bildungssystem vernachlässigt bislang die Vermittlung wirtschaftsbezogener Themen. Wirtschaftsthemen in Schulbüchern konzentrieren sich auf den Sozialstaat,

die Tätigkeit der Gewerkschaften und die Wirtschaftspolitik. Die prägende Rolle des Mittelstands und die hohe Bedeutung von Gründungen für eine dynamische Wirtschaft werden nicht ausreichend thematisiert.

7.2 Empfehlungen

Die Anzahl der Personen mit Migrationshintergrund steigt in Deutschland derzeit zügig. **Zuwanderer** aus Osteuropa, aber auch Asylbewerber und Bürgerkriegsflüchtlinge **bilden ein hohes Potenzial für mehr Selbstständigkeit** durch Unternehmensgründungen (Niemann/Schmidt, 2015; Weltermann/Stadler, 2015). Dabei weist in den Beratungsgesprächen der Industrie- und Handelskammern schon fast ein Fünftel der Teilnehmer einen Migrationshintergrund auf (DIHK, 2015). Die Möglichkeiten einer schnellen Integration in den Arbeitsmarkt über Selbstständigkeit scheinen trotzdem keineswegs ausgeschöpft, wie die insgesamt rückläufigen Gründungs- und Selbstständigenzahlen in Deutschland zeigen (s. o.).

Einsatz von Online-Kursen (MOOC) für Entrepreneurship-Schulung auf Anfänger- bis Hochschul- und Universitätsniveau: Die ca. 130 Entrepreneurship- und Gründungsforschungslehrstühle in Deutschland (vgl. Piegeler/Röhl, 2015) können angesichts der hohen Zahl der Zuwanderer und der aktuell bereits 2,8 Millionen Studenten an Universitäten und Fachhochschulen keine wirkliche Veränderung der Gründerkultur im Hochschulsektor bewirken. Online-Entrepreneurship-Kurse könnten weit mehr Gründungsinteressierte erreichen. Dies gilt besonders für hunderttausende meist junge Flüchtlinge aus Syrien und dem Irak, die aus einer durch hohe Selbstständigquoten geprägten Kultur kommen und oft eine hohe Motivation aufweisen, aber nur selten die formalen Qualifikationen besitzen, um als abhängig Beschäftigte schnell im deutschen Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.

Ein erster Schritt in diese Richtung ist der Online-Kurs „Ready for Study“ der Bundesagentur für Arbeit (2015), der seit November 2015 die Integration von Flüchtlingen in das deutsche Hochschulbildungssystem ebnen soll. Durch den modularen Aufbau von Online-Kursen könnte sowohl ökonomisches Basiswissen vermittelt als auch Studiengänge mit spezialisierten Inhalten für innovative Startups angeboten werden. Dabei könnten Online-Schulungen sowohl auf Deutsch wie auch auf Englisch angeboten und englischsprachige Kurse für Gründungsinteressierte mit Migrationshintergrund mit Kursen für „gründungsrelevantes“ Deutsch kombiniert werden.

Gründerkultur in der Schulbildung stärken. Ein kultureller Wandel sollte auch durch früh im Bildungsbereich ansetzende Maßnahmen erfolgen (Röhl/Piegeler, 2015). Dabei sind nur langfristige Erfolge zu erwarten, doch könnten dann durch

Vorbildfunktionen und Peer group-Effekte „signifikante Multiplikatoreffekte generiert werden“ (Sternberg et al., 2015, 6). Maßnahmen wie das Schülerfirmenprogramm JUNIOR (s. o.) sollten ausgebaut werden, um bereits Schüler spielerisch mit dem Thema Selbstständigkeit und Gründung vertraut zu machen. Einzubetten ist dies in eine Reform des Lehrstoffs zu Wirtschaft und Unternehmen, die den Blick stärker auf die positiven Wirkungen der Marktwirtschaft und die Chancen unternehmerischen Handelns als Teil einer freiheitsorientierten Werteordnung lenkt. Evaluierungen von Schulbüchern und Lehrplänen haben gezeigt, dass das Thema Entrepreneurship bislang keinen Eingang in den Schulunterricht gefunden hat (Klein, 2011). Eine Verbesserung der gründungskulturorientierten Bildung ist daher zur Erzielung eines Wandels der Einstellungen in der Breite anzustreben.

Arbeitslose stärker zu Gründungen motivieren. Die Bedeutung von Gründungen durch Personen ohne Erwerbsalternative hat mit der starken Verbesserung der Arbeitsmarktlage abgenommen. Gleichzeitig wurde die Förderung von Gründungen durch Arbeitssuchende massiv zurückgefahren (Piegeler/Röhl, 2015, 14), obwohl der Gründungszuschuss als erfolgreiche Maßnahme mit Langzeitwirkung evaluiert wurde (Bernhard/Evers/Grüttner, 2015). Die Zahl der Langzeitarbeitslosen verharrt jedoch schon länger bei circa einer Million (Bruckmeier et al., 2015), so dass es möglicherweise noch ein aktivierbares Potenzial von Gründungen zur Vermeidung von Langzeitarbeitslosigkeit gibt. Die Studie von Fairlie und Holleran (2012) hat gezeigt, dass Gründungsschulungen bei benachteiligten Gruppen, die auch unter den Langzeitarbeitslosen stark vertreten sind, einen überdurchschnittlichen Effekt erzielen. Eine Kombination aus Schulungen und einer wieder erhöhten finanziellen Förderung könnte das Potenzial von Gründern aus der Arbeitslosigkeit besser ausschöpfen und gleichzeitig die Gründerkultur in Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit – dies sind v.a. städtische Regionen mit Strukturproblemen wie das Ruhrgebiet oder Bremen – stärken.

Stärkung regionaler Gründungsinitiativen zum Aufbau einer Entrepreneurshipkultur. Wegen des stark regionalen Charakters der Gründerkultur durch Netzwerke und persönliche Kontakte zu Vorbildern sollten auch Initiativen zur Stärkung der Gründerkultur an den regionalen Gegebenheiten ansetzen. Hierzu zählen z. B. Gründungsschulungen für Jugendliche in Stadtteilen mit sozialen Problemen, Mentorenprogramme, eine Vernetzung mit erfolgreichen Regionen und lokalen wie überregionalen Bildungsinstitutionen und der Aufbau von Gründerzentren.

Verknüpfung der entstehenden deutschen Startup-Szene und der mittelständischen Industrie durch digitale Anwendungen für Industrie 4.0 vorantreiben. Die Gründungen innovativer Unternehmen wachsen in Deutschland vor allem im neuen

Startup-Hotspot Berlin, der jedoch eher industriearm ist. Die industriellen Cluster liegen hingegen im Süden, Südwesten und Westen Deutschlands (Röhl, 2013). Hier ist eine Vernetzung der Aktivitäten zum beiderseitigen Vorteil anzustreben, um über die Ideen der Startups Industrie-4.0-Anwendungen zu entwickeln und in die mittelständische Wirtschaft zu tragen.

Literatur

- Andersson, Martin, 2013, Start-up rates, Entrepreneurship Culture and the Business Cycle; Circle Lund University, Nr. 2013/01
- Arora, Ashish / Nandkumar, Anand, 2009, Cash-out or flame-out. How does entrepreneurial opportunity cost influence entrepreneurial strategy? Empirical evidence from the information security industry, NBER working paper, Nr. 15532
- Axelson, Ulf / Martinovic, Milan, 2013, European Venture Capital: Myths and Facts, British Private Equity & Venture Capital Association (BVCA), http://www.investmenteurope.net/digital_assets/6335/European_MandF_Report_21Jan13.pdf [4.1.2014]
- Bandura, Albert, 1976, Lernen am Modell. Ansätze zu einer sozial-kognitiven Lerntheorie, Stuttgart
- Bandura, Albert, 1997, Self-Efficacy: The Exercise of Control, New York
- Barreneche García, Andrés, 2014, Analyzing the determinants of entrepreneurship in European cities, in: Small Business Economics, Nr. 42, S. 77–98
- Berberich, Simon Che / Castritius, Cynthia, 2014, Zehn Fakten über den chinesischen Amazon-Jäger, Focus online, http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/rekord-boersengang-10-fakten-die-sie-ueber-amazon-schreck-alibaba-wissen-sollten_id_4117769.html [27.11.2015]
- Bergman, Edward et al., 1991, Reconsidering Regions, in: Bergman, Edward / Maier, Gunther / Tödting, Franz (Hrsg.), Regions Reconsidered, London, S. 283–300
- Bergmann, Heiko, 2009, Cultural Aspects of Entrepreneurship, in: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (Hrsg.), Strengthening Entrepreneurship and Economic Development in East Germany: Lessons from Local Approaches, OECD Centre for Entrepreneurship, SME and Local Development (CFE), S. 59–71
- Bernhard, Stefan et al., 2015, Der Gründungszuschuss nach seiner gesetzlichen Neuregelung – Die Folgen des Kurswechsels, IAB-Kurzbericht, Nr. 21/2015, <http://doku.iab.de/kurzber/2015/kb2115.pdf> [1.12.2015]
- BJDW – Beirat Junge Digitale Wirtschaft beim BMWi, 2014, BJDW.Bericht 02/14, URL: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/H/handlungsempfehlungen-beirat-junge-digitale-wirtschaft,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf> [28.5.2015]
- Bosma, Niels et al., 2012, Personality and Entrepreneurship, in: Journal of Economic Psychology, 33. Jg., Nr. 2, S. 410–424
- Brancu, Laura et al., 2015, Is Culture a Moderator of Entrepreneurship Motivation?, A Comparative Study of Romania and Iceland, in: Amfiteatru Economic, 17. Jg., Nr. 38, S.133–147

Breaugh, James A., 1999, Further Investigation of the Work Autonomy Scales: Two Studies, in: Journal of Business and Psychology, 13. Jg., Nr. 3, S. 357–373

Bresnahan, Timothy et al., 2001, “Old Economy” Inputs for “New Economy” Outcomes: Cluster Formation in the New Silicon Valley, SIEPR Discussion Paper No. 00-43, Stanford Institute for Economic Policy Research, <http://web.stanford.edu/group/siepr/cgi-bin/siepr/?q=system/files/shared/pubs/papers/pdf/00-43.pdf> [19.11.2015]

Brixy, Udo et al., 2008, An manchen Orten fällt das Gründen leichter, IAB-Kurzbericht Nr. 10/2008, <http://doku.iab.de/kurzber/2008/kb1008.pdf> [19.11.2015]

Brixy, Udo et al., 2015, Gründungen sind selten Frauensache, IAB-Kurzbericht, Nr. 10/2015, Nürnberg, Hannover

Bruckmeier, Kerstin / Lietzmann, Torsten / Rothe, Thomas / Saile, Anna-Theresa, 2015, Grundsicherung für Arbeitsuchende nach SGB II – Langer Leistungsbezug ist nicht gleich Langzeitarbeitslosigkeit, IAB-Kurzbericht, Nr. 20/2015, <http://doku.iab.de/kurzber/2015/kb2015.pdf> [1.12.2015]

Bundesagentur für Arbeit, 2015, Online-Kurs für geflüchtete Menschen zur Vorbereitung auf ein Studium, <https://www.arbeitsagentur.de/web/content/DE/BuergerinnenUndBuerger/Detail/index.htm?dfContentId=L6019022DSTBAI792199> [1.12.2015]

Bundesregierung, 2015, Eckpunktepapier Wagniskapital, <https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/E/eckpunkte-wagniskapital,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf> [18-11-2015]

Burt, Loreley, 2015, The Burt Report: Inclusive Support for Women in Enterprise, A report by Lorely Burt MP, Government Ambassador for Women in Enterprise, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/403004/BIS-15-90_Inclusive_support_for_women_in_enterprise_The_Burt_report_final.pdf [28.10.2015]

Caliendo, Marco / Kritikos, Alexander, 2011, Searching for the Entrepreneurial Personality; IZA Discussion Paper, Nr. 5790, Bonn

Caliendo, Marco et al., 2010, The Impact of Risk Attitudes on Entrepreneurial Survival, in: Journal of Economic Behavior and Organization, 76. Jg., Nr. 1, S. 46–63

Caliendo, Marco et al., 2012, Trust, positive reciprocity, and negative reciprocity: Do these traits impact entrepreneurial dynamics?, in: Journal of Economic Psychology, 33. Jg., Nr. 2, S. 394–409

Camagni, Roberto, 1995, The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European lagging regions, in: Papers in Regional Science, 74. Jg, Nr. 4, S. 317–340

Carter, Nancy M. et al., 2003, The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs, in: Journal of Business Venturing, Nr. 18, S. 13–39

- Crevoisier, Olivier / Maillat, Denis, 1991, Milieu, industrial organisation and territorial production system: towards a new theory of spatial development, in: Camagni, Roberto (Hrsg.): Innovation Networks: Spatial Perspectives, London, S. 13–34
- Croson, David C. / Minniti, Maria, 2012, Slipping the Sorly Bonds: The Value of Autonomy in Self Employment, in: Journal of Economic Psychology, 33. Jg., Nr. 2, S. 355–365
- Demary, Vera, 2014, Competition in the Sharing Economy, IW Policy Paper, Nr.19/2015, Köln, <http://www.iwkoeln.de/studien/iw-policy-papers/beitrag/vera-demary-competition-in-the-sharing-economy-235445> [6.11.2015]
- DIHK – Deutscher Industrie- und Handelskammertag, 2015, Talfahrt gebremst, aber Schwäche dauert an – DIHK-Gründerreport 2015, Berlin
- European Commission, 2012, Flash-Eurobarometer 354 Entrepreneurship in the EU and Beyond, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf [5.5.2015]
- EY – Ernst & Young, 2015a, Startup Barometer Deutschland, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Start-up-Barometer-2015/\\$File/EY-Start-up-Barometer-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Start-up-Barometer-2015/$File/EY-Start-up-Barometer-2015.pdf) [9.11.2015]
- EY – Ernst & Young, 2015b, Venture Capital insights – 4Q14, Global VC investment landscape, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Venture_Capital_Insights_4Q14_-_January_2015/\\$FILE/ey-venture-capital-insights-4Q14.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Venture_Capital_Insights_4Q14_-_January_2015/$FILE/ey-venture-capital-insights-4Q14.pdf) [12.11.2015]
- Fairlie, Robert W. / Holleran, William, 2012, Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment, in: Journal of Economic Psychology, 33. Jg., Nr. 2, S. 366–378
- Foremen-Peck, James / Zhou, Peng, 2010, The strength and persistence of entrepreneurial cultures, Econstor, <http://hdl.handle.net/10419/65830> [4.10.2015]
- Fritsch, Michael, 1992, Unternehmens-„Netzwerke“ im Lichte der Institutionenökonomik, in: Boettcher, Erik et al. (Hrsg.): Ökonomische Systeme und ihre Dynamik, Jahrbuch für neue politische Ökonomie, Bd. 11, Tübingen, S. 89–102
- Fritsch, Michael / Wyrwich, Michael, 2012, The Long Persistence of Regional Entrepreneurship Culture: Germany 1925 – 2005, DIW Discussion Papers, Nr. 1224
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor, 2015, GEM Key Indicators 2001 – 2014, <http://www.gemconsortium.org/data/sets> [26.10.2015]
- Gordon, Richard, 1991, Innovation, industrial networks and high-technology regions, in: Camagni, Roberto (Hrsg.): Innovation Networks: Spatial Perspectives, London, S. 174–195
- GP Bullhound Independent Technology Research, 2015, European Unicorns: Do they have legs?, <http://www.gpbullhound.com/wp-content/uploads/2015/06/GP-Bullhound-Research-Billion-Dollar-Companies-2015.pdf> [30.10.2015]

Hahne, Ulf / Stackelberg, Klaus von, 1994, Regionale Entwicklungstheorien – Konkurrierende Ansätze zur Erklärung der wirtschaftlichen Entwicklung in Regionen, EURES - Institut für Regionale Studien in Europa, Freiburg

IW JUNIOR – Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gemeinnützige GmbH, 2015, Gesamtbericht JUNIOR Evaluation 2014-15, Köln

IW Köln, 2015, Jugend gründet, iwd, Nr. 27/2015, <http://www.iwkoeln.de/infodienste/iwd/archiv/beitrag/selbststaendigkeit-jugend-gruendet-231216> [23.11.2015]

Kamann, Dirk-Jan / Strijker, Dirk, 1991, The network approach: concepts and applications, in: Camagni, Roberto (Hrsg.): Innovation Networks: Spatial Perspectives, London, S. 145–173

Kelley, Donna J. et al., 2013, Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women's Report, Global Entrepreneurship Research Association (GERA), <http://www.gemconsortium.org/report> [27.10.2015]

Klein, Helmut E, 2011, Unternehmer und Soziale Marktwirtschaft in Lehrplan und Schulbuch, Bundesarbeitsgemeinschaft Schulewirtschaft, Köln

Köhler, Peter, 2015, Klima für Start-ups kühlt sich merklich ab, in: Handelsblatt, 20.11.2015, S. 42–43

McKinsey&Company, 2013, Berlin gründet. Fünf Initiativen für die Start-up-Metropole Europas, http://www.mckinsey.de/sites/mck_files/files/berlin_gruendet_broschuere.pdf [19.11.2015]

Niemann, Friederike-Sophie / Schmidt, Armando García, 2015, Das Potenzial der heterogenen Gesellschaft nutzen – Migrantenunternehmen als Motor inklusiven Wachstums, Inklusives Wachstum für Deutschland, Nr. 02/2015, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

OECD – Organization for Economic Co-Operation and Development, 2013, Entrepreneurship at a glance, <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/3013011e.pdf?expires=1448628756&id=id&accname=guest&checksum=4F8DA8016F22A10D8E09457BB1D62F96> [26.11.2015]

OECD – Organization for Economic Co-Operation and Development, 2014, Entrepreneurship at a glance, http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance-2014/venture-capital_entrepreneur_aag-2014-7-en;jsessionid=4oovel1baal1l.x-oecd-live-03 [20.2.2015]

Ochsenbauer, Christian, 1989, Organisatorische Alternativen zur Hierarchie: Überlegungen zur Überwindung der Hierarchie in Theorie und Praxis der betriebswirtschaftlichen Organisation, München

Piegeler, Monika, 2015, Entrepreneurship und Innovation – Stand der Forschung und politische Handlungsempfehlungen, IW Analysen Nr. 103, Köln

Piegeler, Monika / Röhl, Klaus-Heiner, Gründungsförderung in Deutschland – Ein Aktionsplan gegen sinkende Gründerzahlen, IW Policy Paper Nr. 17/2015, <http://www.iwkoeln.de/studien/iw-policy-papers/beitrag/monika-piegeler-klaus-heiner-roehl-gruendungsfoerderung-in-deutschland-233457> [6.10.2015]

Plimmer, Gill, 2015, Call to raise female aspirations and promote equality, Financial Times reports, June 8 2015, <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/0d708172-f95e-11e4-ae65-00144feab7de.html#axzz3pru6Zfen> [27.10.2015]

Preer, Robert W., 1992, The Emergence of Technopolis: knowledge-intensive technologies and regional development, New York, London

Ripsas, Sven / Tröger, Steffen, 2015, 3. DSM - Deutscher Startup Monitor, Bundesverband Deutsche Startups e.V. (BVDS), KPMG (Hrsg.), <https://home.kpmg.com/de/de/home/insights/2015/09/deutscher-start-up-monitor-2015.html?gclid=Cl-ovcrDiskCFda4GwodoZsMTA> [11.11.2015]

Röhl, Klaus-Heiner, 2001, Die sächsischen Agglomerationsräume – Innovations- und Wachstumspole für die regionale Wirtschaftsentwicklung?, ifo Dresden Studien, Nr. 32, (Dissertation an der Fakultät Verkehrswissenschaften der TU Dresden, 2000), München, Dresden

Röhl, Klaus-Heiner, 2010, Der deutsche Wagniskapitalmarkt, IW-Positionen, Nr. 46, Köln

Röhl, Klaus-Heiner, 2013, Industriecluster in Europa, in: Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Hrsg.): Die Zukunft der Industrie in Deutschland und Europa, IW Analysen Nr. 88, Köln

Röhl, Klaus-Heiner, 2014a, Unternehmerinnen im Aufwärtstrend, in: Verband deutscher Unternehmerinnen e.V. (VdU), Blick zurück – Blick nach vorn, 60 Jahre Verband deutscher Unternehmerinnen, Berlin, S. 55–59

Röhl, Klaus-Heiner, 2014b, Venture Capital: Ein neuer Anlauf zur Erleichterung von Wagniskapitalfinanzierungen, IW Policy Paper, Nr. 6/2014, <http://www.iwkoeln.de/studien/iw-policy-papers/beitrag/klaus-heiner-roehl-venture-capital-162597> [1.11.2015]

Röhl, Klaus-Heiner, 2015, Gründer gesucht, WuU – Wirtschaft und Unterricht, Nr. 10/2015, Köln

Saxenian, Annalee, 1994, Regional Advantage – Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128, Cambridge (Mass.)

Schefczyk, Michael, 2015, Wagniskapital für innovative Unternehmen – Bestandsaufnahme und Handlungsoptionen, WISO Direkt, Nr. 33/2015, Friedrich Ebert Stiftung, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/12052.pdf> [12.11.2015]

Schmiechen, Frank, 2015, Das Geheimnis hinter dem israelischen Startup-Wunder, Gründerszene, 11.9.2015, <http://www.gruenderszene.de/allgemein/israel-startup-wunder> [26.11.2015]

- Schumpeter, Joseph, 1911, Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung – Eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus, Berlin
- Scott, Allen J., 1990, The technopoles of Southern California, in: Environment and Planning A, 22. Jg., Nr. 12, S. 1575–1605
- Scott, Allen J., 1993, Technopolis – High-Technology Industry and Regional Development in Southern California, Berkeley
- Singer, Slavica et al., 2015, Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report, <http://www.gemconsortium.org/report> [27.10.2015]
- Startup Compass, 2015, Waterloo Startup Ecosystem Report – The David vs. Goliath of Startup Ecosystems, <http://startup-ecosystem.compass.co/ser2015/waterloo/the-david-vs-goliath-of-startup-ecosystems/> [27.10.2015]
- Sternberg, Rolf, 1995a, Innovative Milieus in Frankreich, in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, 39. Jg., Nr. 3-4/1995, S. 199–218
- Sternberg, Rolf, 1995b, Technologiepolitik und High-Tech Regionen – ein internationaler Vergleich, Wirtschaftsgeographie, Bd. 7, Hamburg, Münster
- Sternberg, Rolf, 1996, Regional Growth Theories and High-Tech Regions, International Journal of Urban and Regional Research, 20. Jg., Nr. 3, S. 518–538
- Sternberg, Rolf / Hundt, Christian, 2007, Existenzgründerranking deutscher Regionen, Abschlussbericht, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, Leibniz Universität Hannover
- Sternberg, Rolf et al., 2015, Global Entrepreneurship Monitor: Länderbericht Deutschland 2014, Hannover, Nürnberg
- Thomas, Anisys S. / Mueller, Stephen L., 2000, A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture, in: Journal of International Business Studies, 31. Jg., Nr. 2, S. 287–301
- Tödtling, Franz, 1995, Regional Networks of High-Technology Firms – the Case of the greater Boston Region, in: Technovation, 14. Jg., Nr. 5, S. 323–343
- Richters, Kim, 2015, Stößt Berlin London bald vom Venture-Thorn?, Gründerszene, <http://www.gruenderszene.de/allgemein/venture-capital-berlin-london> [23.11.2015]
- Verheul, Ingrid et al., 2012, Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality, in: Journal of Economic Psychology, 33. Jg., Nr. 2, S. 325–341
- Weltermann, Philip / Stadler, Christian, 2015, Sind Einwanderer die besseren Unternehmer?, in: Wirtschaftswoche Nr. 48/2015, S. 28–29

Willebrands, Daan et al., 2012, A successful businessman is not a gambler. Risk attitude and business performance among small enterprises in Nigeria, in: Journal of Economic Psychology, 33. Jg., Nr. 2, S. 342–354

Williamson, Oliver, 1979, Transaction Cost Economics: The Governance of Contractual Relations, in: Journal of Law and Economics, 22. Jg., Nr. 2, S. 233–261

Williamson, Oliver E., 1985, The Economic Institutions of Capitalism, New York

Williamson, Oliver, 2000, The New Institutional Economics – taking stock and looking ahead, in: Journal of Economic Literature, 38. Jg., Nr. 3, S. 595–613

Witzler, Ralf, 2014, Risikokapital: Israel interessanter als Europa, Interview mit Meir Barel, <http://www.faz.net/aktuell/politik/risikokapital-israel-interessanter-als-europa-114814.html> [28.11.2014]