Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
Die Forschungseinrichtung der Bundesagentur für Arbeit

IAB

IAB-Kurzbericht

27/2016

Aktuelle Analysen aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

In aller Kürze

- Ältere Menschen gründen seltener ein Unternehmen als jüngere. Dieser an sich erwartbare Befund weist auf das Risiko hin, dass in Deutschland mit seiner stetig alternden Gesellschaft zunehmend weniger Unternehmen gegründet werden. Dies wiederum gefährdet die Innovationskraft der deutschen Wirtschaft.
- Selbst wenn Ältere ein Unternehmen gründen, versuchen sie seltener als Jüngere, etwas Neues anzubieten oder herzustellen.
- Frauen jeden Alters machen sich seltener selbstständig als Männer. Dafür ist ihr Gründungsverhalten weniger altersabhängig als das der Männer. Verstärkte Bemühungen zur Erhöhung der Selbstständigenquote der Frauen aller Altersgruppen wären deshalb auch ein Mittel gegen die aus demografischen Gründen rückläufigen Gründungsaktivitäten.
- Höhere Gründungsraten wären auch infolge einer stärkeren Bildungsbeteiligung zu erwarten, denn hochqualifizierte Personen jeden Alters gründen häufiger ein Unternehmen als mittel- und geringqualifizierte. Zudem könnten gezielte Strategien dazu beitragen, die Gründungskultur in peripheren, ländlichen Regionen auszubauen.

Unternehmensgründungen in einer alternden Gesellschaft

Ungenutzte Potenziale bei Frauen und Älteren

von Udo Brixy, Lisa Schrüfer, Rolf Sternberg und Johannes von Bloh

Die deutsche Gesellschaft altert, auch Zuwanderung und der aktuelle Geburtenzuwachs können diesen Trend nicht aufhalten. Das Alter, in dem jemand bevorzugt ein Unternehmen gründet, bleibt dagegen konstant. Ergebnisse der jährlichen Befragungen des „Global Entrepreneurship Monitors" in Deutschland zeigen, dass es unter den Jüngeren nach wie vor deutlich mehr Gründer gibt als unter den Älteren. Daher wirkt sich der zurückgehende Anteil Jüngerer in der Bevölkerung negativ auf die Zahl der Gründungen aus.

Junge Unternehmen erfüllen wichtige Funktionen. Sie schaffen neue und oft neuartige Arbeitsplätze. Neue Technologien kommen häufig in neu gegründeten Unternehmen erstmals zum Einsatz und werden dort zur Marktreife entwickelt. Um auf dem Markt Fuß zu fassen und bestehen zu können, gehen junge Unternehmen Risiken ein, die ältere Bestandsunternehmen eher scheuen (Baumol 2002). Auch wenn die meisten neu gegründeten Unternehmen klein bleiben und viele auch nicht lange überleben, ersetzen sie nicht nur Unternehmen, die geschlossen werden, sondern befördern den notwendigen strukturellen Wandel. Damit tragen sie entscheidend zum mittel- und langfristigen wirtschaftlichen Wachstum bei. Deshalb ist es wichtig, dass ständig neue Unternehmen entstehen.

Gründungsaktivitäten sind altersabhängig

Die typischen Gründerinnen und Gründer sind relativ jung. Um in einer alternden Gesellschaft die Anzahl der Gründungen zumindest konstant zu halten, müssten entweder die Jüngeren verstärkt selbstständig

Leibniz Universität Hannover
Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie

GEM

werden, oder aber Menschen müssten auch in späteren Jahren ihres Erwerbslebens häufiger bereit sein, ein Unternehmen zu gründen.

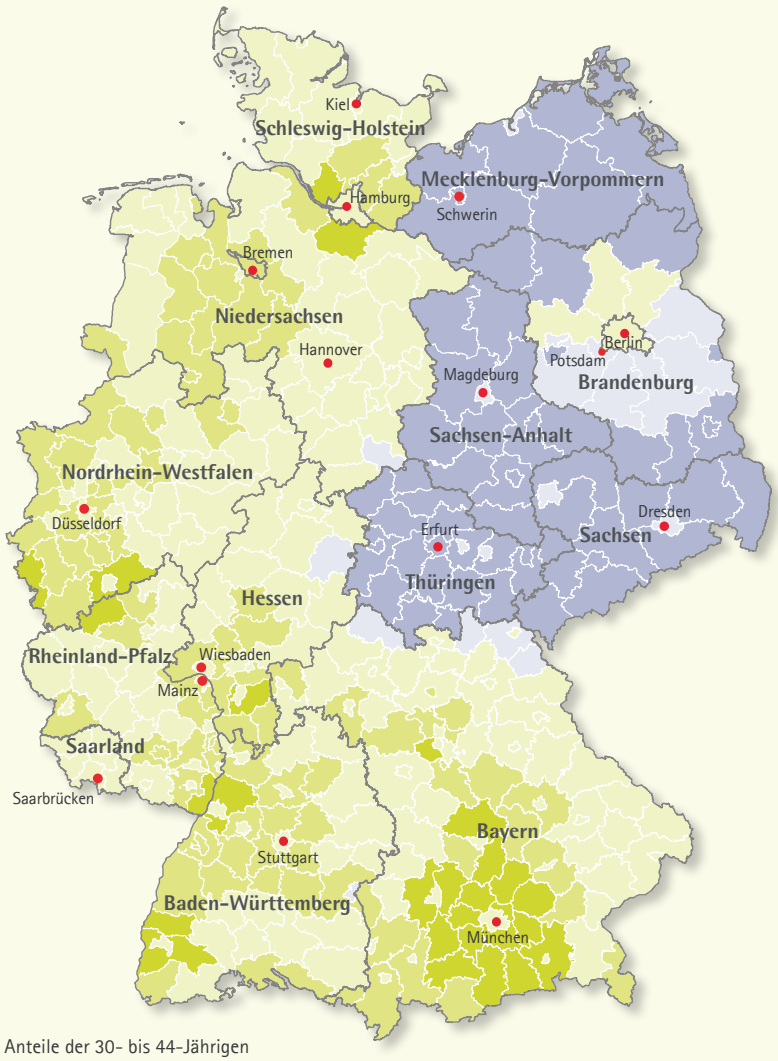
Immerhin hätten Ältere viele der Probleme nicht oder nur in geringerem Umfang, die bei Jüngeren eine Gründung erschweren oder die die Erfolgsaussichten junger Unternehmen trüben können. Dazu zählt beispielsweise ein Mangel an Kapital: In jungen Jahren ist es in der Regel schwieriger zu beschaffen als in späteren Lebensphasen. Zudem können Ältere meist flexibler über ihre Zeit verfügen als das bei jungen Eltern häufig der Fall ist. Nicht zuletzt ist die größere Erfahrung ein Faktor, der die Erfolgsaussichten einer Gründung positiv beeinflussen kann. Daher bringen gerade Ältere eigentlich günstige Voraussetzungen mit für eine Unternehmensgründung. Und vor allem Gruppen, die entweder Schwierigkeiten haben, ihren Arbeitsplatz zu behalten oder – z. B. nach einer Familienphase – wieder einzusteigen, stellen ein interessantes Potenzial für erfolgreiche Gründungen dar. Nicht zuletzt können konkrete Vorbilder Menschen allen Alters dazu anregen, über eine Selbstständigkeit nachzudenken und zu realisieren, dass für sie eine Unternehmensgründung eine Option darstellt.

Die folgenden Befunde beruhen auf der Befragung des „Global Entrepreneurship Monitors" (kurz „GEM", nähere Erläuterung vgl. **Infokasten** auf Seite 6) in Deutschland. Die GEM-Ergebnisse zeigen für 2015, dass das Durchschnittsalter der sogenannten Entrepreneure 38,6 Jahre beträgt. Dabei hat das Durchschnittsalter der Gründerinnen und Gründer zumindest seit 2003, dem Beginn des Untersuchungszeitraums, nicht zugenommen. Auch der internationale Vergleich macht deutlich, dass es für eine Erhöhung der Gründungsaktivitäten der älteren Generation noch „Luft nach oben" gibt: Im aktuellen Länderbericht des GEM (Sternberg et al. 2016), in dem 23 innovationsbasierte Ökonomien verglichen werden, belegt Deutschland bei der Quote der 55- bis 64-jährigen Gründer zusammen mit Slowenien den letzten Platz. Dabei muss angemerkt werden, dass die Altersgrenze der Befragung bei 64 Jahren liegt und die Gründungstätigkeit der über 64-Jährigen damit außer Acht gelassen wird.

Abbildung 1

Prognose der Entwicklung des Anteils der 30- bis 44-jährigen Erwerbspersonen an allen Erwerbspersonen von 2014 bis 2030

Veränderung in Prozent



Quelle: BBSR 2016; IAB, GeoBasis-DE / BKG 2015. © IAB

Regionale Bevölkerungsentwicklung und Gründungsraten

Die Zunahme des Anteils Älterer wird zwar vor keiner Region in Deutschland halt machen und 2025 wird es keinen Stadt- oder Landkreis mehr geben, „in dem die älteren Jahrgänge der Erwerbsfähigen durch die nachrückenden Jahrgänge vollständig ersetzt werden können." (Raumordnungsbericht 2011, S. 65). Nichtsdestotrotz werden die regionalen Unterschiede beträchtlich sein. Die Bevölkerungsprognose des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) für das Jahr 2030 lässt einen Rückgang der gründungsaffinsten Altersgruppe – das sind die 30- bis 44-Jährigen – um insgesamt 1,4 Prozent gegenüber 2014 erwarten. Ostdeutschland wird diese Entwicklung mit einem Rückgang um 19,2 Prozent allerdings ungleich härter treffen als Westdeutschland, wo der Anteil dieser Perso-

nengruppe insgesamt sogar wachsen soll (+3,0 %) (BBSR 2015, eigene Berechnungen).

Innerhalb der beiden Landesteile wird es allerdings erhebliche Differenzen geben (vgl. **Abbildung 1**). In Ostdeutschland wird in keiner einzigen Region ein Wachstum des Anteils der 30- bis 44-Jährigen erwartet. Vergleichsweise moderate Rückgänge werden in Berlin und im Brandenburger Umland prognostiziert. Im Westen stehen Regionen mit Zuwächsen solchen mit rückläufigen Anteilen gegenüber.

Zwischen der erwarteten Entwicklung der Zahl der 30- bis 44-Jährigen und der Höhe der Gründungsrate in einer Region besteht ein positiver statistischer Zusammenhang. In **Abbildung 2** ist die Gründungsrate für 2014 als Anteil aller im Jahr 2014 in der Betriebsdatei des IAB (vgl. **Infokasten** rechts) neu registrierten Betriebe an allen Betrieben dargestellt. Bereits heute finden Gründungen vermehrt in den Regionen statt, die auch in Zukunft weniger bis gar nicht vom demografischen Wandel betroffen sind. Ursache und Wirkung zu trennen ist schwer. Einerseits wird in wachsenden Regionen mehr gegründet, weil viele junge Unternehmen auf lokale Märkte angewiesen sind – und die entwickeln sich dynamischer, wenn die Bevölkerung wächst. Andererseits tragen Gründungen zum Wirtschaftswachstum durchaus entscheidend bei, sodass sich hier eine Entwicklung verstärken kann. In Regionen mit wirtschaftlich schlechten Aussichten wird wenig gegründet, was mittel- und langfristig die Aussichten weiter eintrübt.

Gründungswahrscheinlichkeit nach soziodemografischen Merkmalen

Für eine Analyse des Einflusses des Lebensalters auf die Entscheidung zur Selbstständigkeit müssen allerdings weitere Merkmale, allen voran Ausbildung und Geschlecht, berücksichtigt werden. So unterscheiden sich z. B. Geburtsjahrgänge im durchschnittlichen Ausbildungsniveau und innerhalb der Geburtskohorten wiederum variiert das Ausbildungsniveau zwischen Frauen und Männern.

Mithilfe statistischer Modelle kann – unter Berücksichtigung von Unterschieden, die sich durch das Geschlecht und den Ausbildungsstand ergeben – gezeigt werden, wie hoch der tatsächliche Einfluss des Alters auf das Gründungsverhalten ist. Berechnet werden Wahrscheinlichkeiten, dass Personen mit bestimmten Merkmalen wie Alter, Geschlecht und Ausbildung sich dazu entschließen, ein Unternehmen zu gründen. Diese Wahrscheinlichkeiten werden hier in Prozent angegeben: Je höher der Wert, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine

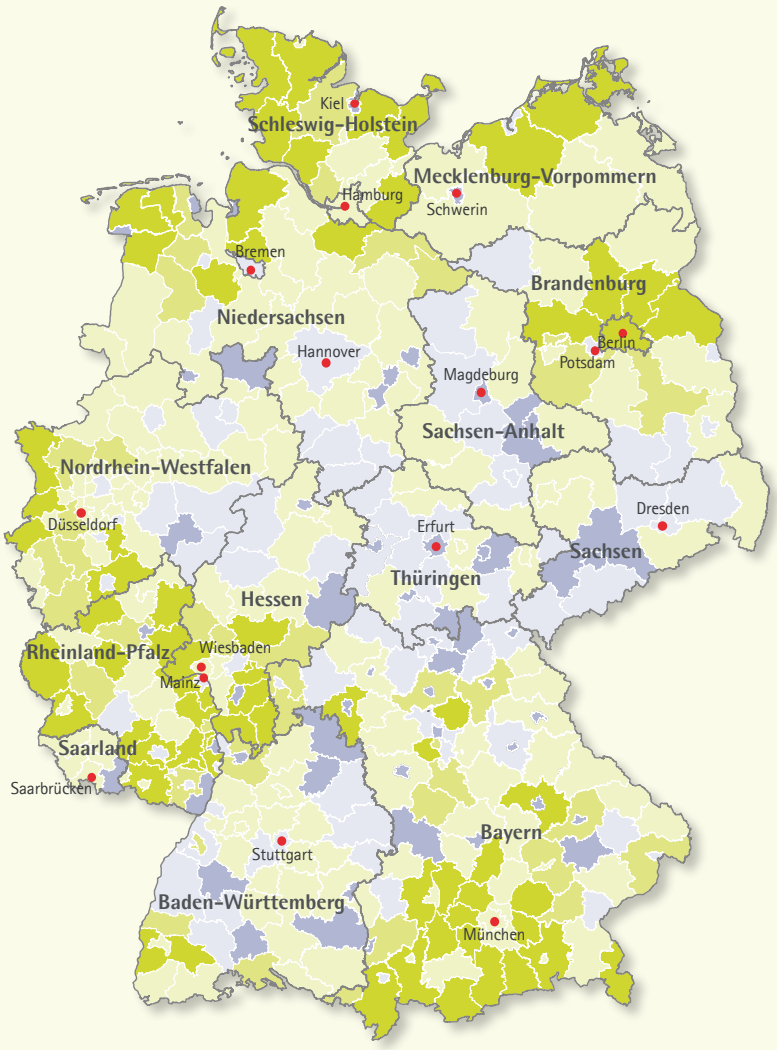
i Gründungen in der Betriebsdatei des IAB

In der Betriebsdatei werden grundsätzlich alle Betriebe erfasst, die mindestens einen sozialversicherungspflichtigen Mitarbeiter beschäftigen (Schmucker et al. 2016). Zwar sind nicht alle neuen Betriebsnummern mit der Gründung eines neuen Betriebs verbunden; durch einige Annahmen, wie z. B. eine Höchstgrenze für die Anzahl der im ersten Jahr Beschäftigten (max. 19), lassen sich aber die Fehler minimieren. Im Gegensatz zu den verwendeten Angaben aus dem GEM fehlen aber grundsätzlich Angaben über Unternehmen, die niemanden einstellen, bei denen es sich also entweder um Solo-Selbstständige handelt oder die lediglich Werkverträge vergeben und/oder mit Leiharbeitskräften arbeiten.

Abbildung 2

Gründungsraten 2014

Anteile der neu gegründeten Betriebe an allen Betrieben, in Prozent

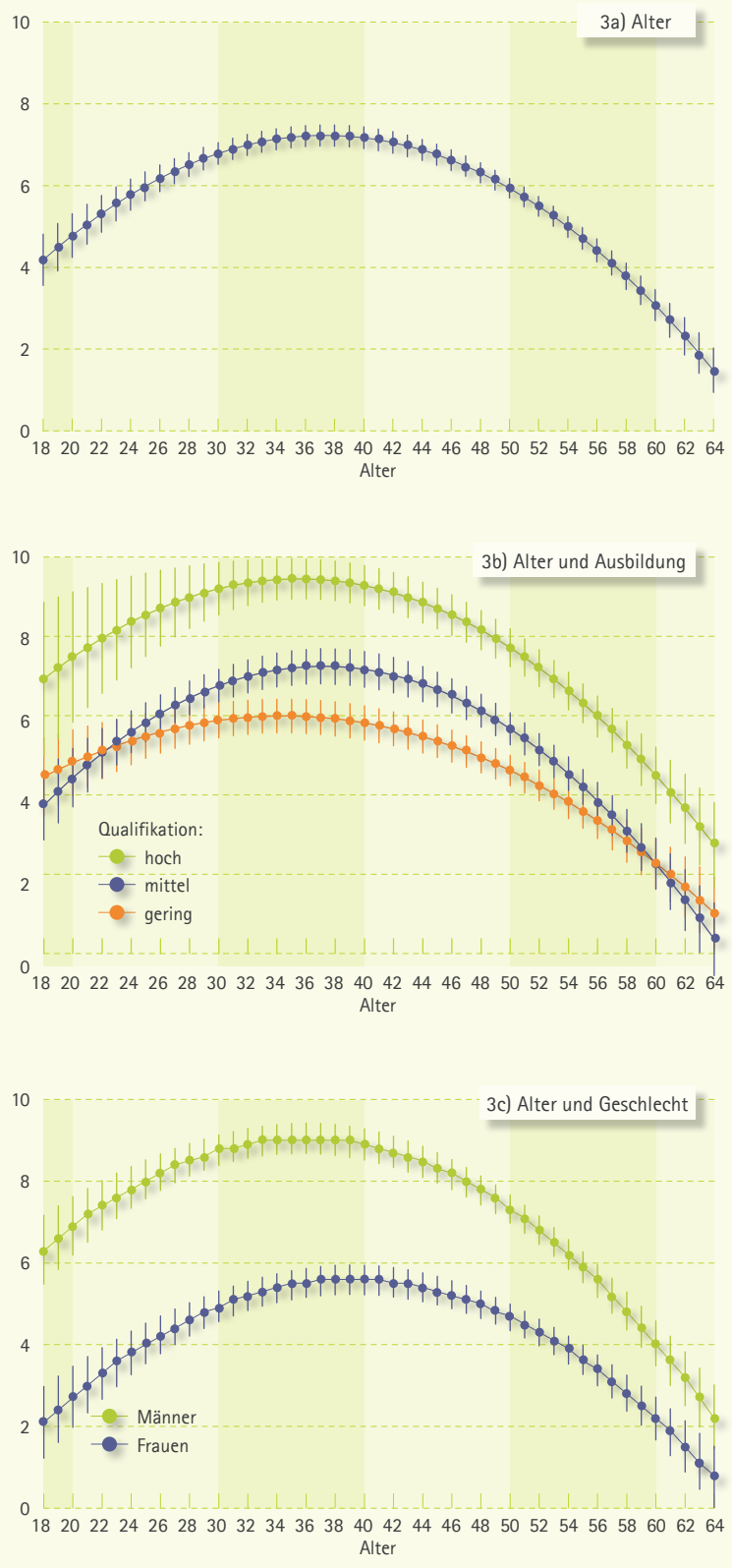


Quelle: Betriebsdatei des IAB, GeoBasis-DE / BKG 2015. © IAB

Abbildung 3

Gründungswahrscheinlichkeit in Abhängigkeit von Alter, Ausbildung und Geschlecht

Potenzieller Anteil[1] der Gründerinnen und Gründer im jeweiligen Alter, in Prozent



[1] Der ausgewiesene Anteil (Punkt) liegt mit einer 95%igen Wahrscheinlichkeit im markierten Bereich (Linie); vgl. Infokasten Seite 5.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2015. © IAB

Person gründet. Mit Gründern meinen wir Personen, die entweder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen (dies wird hier semantisch mit Selbstständigkeit gleichgesetzt) oder dies in den vergangenen 3,5 Jahren getan haben. Dies entspricht der „Total Early-Stage Entrepreneurial Activity" (TEA) im GEM (vgl. **Infokasten** auf Seite 6). Die Begriffe „Unternehmer" und „Selbstständiger" werden hier synonym verwendet.

Alter

In **Abbildung 3a** ist die Wahrscheinlichkeit zu gründen in Abhängigkeit vom Alter der Befragten dargestellt. Dabei wird für Geschlecht und Ausbildung kontrolliert. Die Punkte in der Abbildung geben die Schätzung der Gründungswahrscheinlichkeit in einem bestimmten Alter wieder, während die senkrechten Striche den Bereich zeigen, in welchem sich dieser Anteil mit einer statistischen Wahrscheinlichkeit von 95 Prozent befindet (vgl. **Infokasten** auf Seite 5). So beträgt z. B. die Gründungswahrscheinlichkeit eines oder einer 18-Jährigen 4,2 Prozent. Eine deutlich höhere Gründungswahrscheinlichkeit weisen mit 7,2 Prozent Personen im Alter von 35 bis 40 Jahren auf. Danach sinkt erwartungsgemäß die Wahrscheinlichkeit einer Gründung kontinuierlich und beträgt für die ältesten an der GEM-Befragung beteiligten Personen, die 64-Jährigen, nur noch 1,5 Prozent. Es gibt keine Evidenz dafür, dass es innerhalb des Analysezeitraums von 2003 bis 2015 zu einer Verschiebung zugunsten Älterer gekommen ist.

Bildung

Die Wahrscheinlichkeit, ein Unternehmen zu gründen, variiert auch mit dem Ausbildungsniveau der Befragten. In **Abbildung 3b** erkennt man, dass hochqualifizierte Personen jeden Alters – sieht man von den Über-62-Jährigen ab, für die es auch nur wenige Beobachtungen gibt – eine deutlich höhere Gründungsneigung haben als mittel- oder geringqualifizierte. Personen mit mittlerem Qualifikationsniveau, also mit Berufsausbildung oder Abitur (ohne Studium), sind ab einem Alter von 31 Jahren gründungsaffiner als Geringqualifizierte. Das Maximum der Gründungswahrscheinlichkeit liegt bei Geringqualifizierten zwischen 30 und 36 Jahren, deutlich unter den Werten für Mittel- und Hochqualifizierte. Insgesamt ergibt sich für alle Qualifikationsgruppen ein ausgeprägtes „Altersfenster", in dem die Wahrscheinlichkeit zu gründen deutlich höher ist als vorher oder später. Dieser Alterseffekt, also der

i **Konfidenzintervall und Signifikanz in den Abbildungen**

Die vertikalen Linien in den Grafiken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert der Grundgesamtheit (blaue, grüne oder rote Punkte) mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95 %-Konfidenzintervall). Die dargestellten Unterschiede sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Konfidenzintervalle nicht überlappen.

Unterschied zwischen Personen unterschiedlichen Alters, ist allerdings für Geringqualifizierte weniger ausgeprägt als für höher Qualifizierte.

Geschlecht

Frauen gründen seltener als Männer. Das ist schon lange bekannt und beschrieben (Brixy et al. 2015). Im Untersuchungszeitraum von 2003 bis 2015 ist die Gründungswahrscheinlichkeit von Frauen (3 %) im Mittel nur halb so groß wie die von Männern (6 %). Dies gilt für (fast) jedes Alter, lediglich für die kleine Gruppe der 64-Jährigen lassen sich keine signifikanten Unterschiede mehr nachweisen (vgl. **Abbildung 3c**). Die größte Gründungswahrscheinlichkeit zeigt sich bei Männern im Alter zwischen 33 und 39 Jahren (9,0 %). Bei Frauen liegt das Maximum mit 5,6 Prozent deutlich unterhalb dem der Männer und wird zudem etwas später erreicht, nämlich zwischen 37 und 41 Jahren. Es fällt aber auch auf, dass sich mit zunehmendem Alter die Gründungswahrscheinlichkeiten von Frauen und Männern einander annähern. Für Gründer ist die Spannbreite zwischen der geringsten und größten Wahrscheinlichkeit zu gründen erheblich größer als für Gründerinnen. Das heißt, für Gründer ist der Alterseffekt deutlich ausgeprägter als für Gründerinnen. Würden Frauen also häufiger gründen, würde dies dem demografisch bedingten Trend zu weniger Gründungen entgegenwirken. Zudem eröffnet die Gründung eines eigenen Unternehmens Frauen Karrieremöglichkeiten, die sich ihnen sonst seltener bieten würden als Männern (Kohaut/Möller 2016). Als Gründerinnen sind sie automatisch in Chefpositionen.

Unter den Männer gibt es deutlich mehr „Frühstarter" als unter den Frauen; bei den „Späteinsteigern" wird dieser Unterschied kleiner. Es liegt nahe, dieses unterschiedliche Verhalten zumindest teilweise mit dem traditionellen Rollenmodell in Verbindung zu bringen: Vermutlich gründen Frauen häufiger erst nach einer Familienphase. Dass sich der Wiedereinstieg in den Beruf oft nicht einfach gestaltet oder sich die Arbeitszeiten nicht so leicht mit der Familienarbeit vereinbaren lassen, sind für Frauen häufig genannte Gründe für den Schritt in die Selbstständigkeit (z. B. OECD/European Union 2014; Eddleston/Powell 2012). Die Unternehmensgründung wäre dann nicht die erste Wahl – in diesem Zusammenhang wird oft von „Notgründungen" gesprochen.

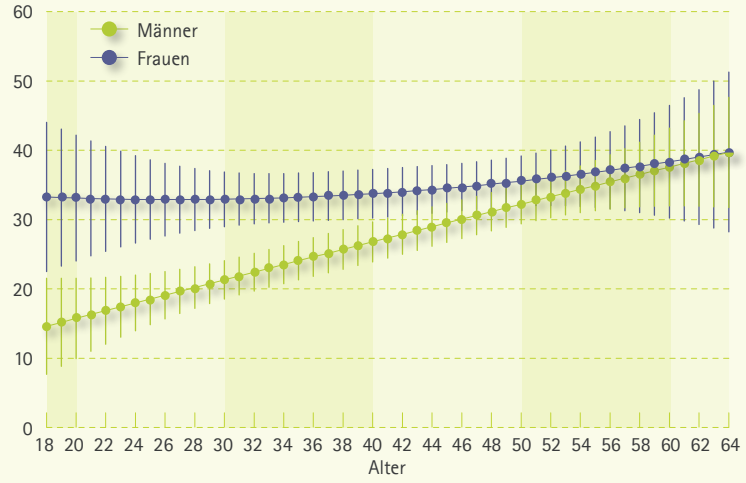
Tatsächlich gründen Frauen ein Unternehmen insgesamt häufiger als Männer aus einem Mangel an Erwerbsalternativen (Brixy et al. 2015). Und auch hier zeigt sich ein Alterseffekt (vgl. **Abbildung 4**): Bei Männern nimmt die Wahrscheinlichkeit einer Notgründung mit zunehmendem Alter stark zu, während Frauen bereits in jüngeren Jahren viel häufiger angeben, sie hätten keine Alternative zur Gründung gehabt. Ab Anfang 40 aber sind die Unterschiede zwischen den Geschlechtern statistisch nicht mehr signifikant.

Der Anteil von Notgründungen liegt bei jungen Männern im Alter von 18 Jahren bei 14,6 Prozent, demgegenüber sieht sich ein Drittel (33,3 %) der jungen Frauen zu einer Gründung aus einem Mangel an Alternativen gezwungen. Im Alter von 64 Jahren liegt dieser Anteil für beide Geschlechter bei 40 Prozent. Wenn Ältere gründen, geschieht dies also vergleichsweise häufig aus der Perspektive einer mangelnden Erwerbsalternative, während der Anteil an „Überzeugungstätern" unter den Gründern geringer wird.

Abbildung 4

Anteil von Gründungen aus mangelnder Alternative[1] an allen Gründungen

Potenzieller Anteil[2] der Gründerinnen und Gründer im jeweiligen Alter, in Prozent



[1] Im Gegensatz zu klassisch motivierten Gründungen.

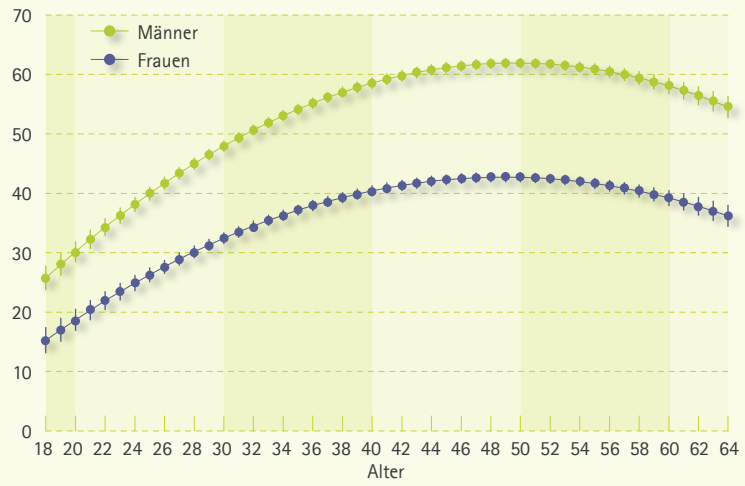
[2] Der ausgewiesene Anteil (Punkt) liegt mit einer 95%igen Wahrscheinlichkeit im markierten Bereich (Linie); vgl. Infokasten oben.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2015. © IAB

Abbildung 5

Einschätzung der Befragten zur eigenen Gründungsfähigkeit

Anteil[1] der Bevölkerung, der angibt, über das für eine Gründung notwendige Wissen zu verfügen – nach Alter, in Prozent



[1] Der ausgewiesene Anteil (Punkt) liegt mit einer 95%igen Wahrscheinlichkeit im markierten Bereich (Linie); vgl. Infokasten auf Seite 5.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2015. © IAB

i Der „Global Entrepreneurship Monitor"

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Forschungskonsortium, das 1998 ins Leben gerufen wurde. Ziel ist es, Gründungsaktivitäten international und intertemporal zu analysieren. Der Fokus liegt auf dem Vergleich verschiedener Phasen des Gründungsgeschehens. Hierzu erheben die Länderteams jährlich Daten der erwachsenen Bevölkerung (18- bis 64-Jährige) zu Gründungsaktivitäten. Um die gründungsbezogenen Rahmenbedingungen zu erfassen, werden schriftliche Expertenbefragungen durchgeführt. Die wichtigste Maßzahl des GEM ist die sogenannte „Total Early-Stage Entrepreneurial Activity" (TEA). Sie umfasst Personen, die gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen („werdende" Gründer; englisch: „Nascent" Entrepreneurs) und solche, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben.

Im deutschen Länderteam arbeiten das IAB und das Institut für Wirtschaftsgeographie der Leibniz-Universität Hannover zusammen. Für die vorliegende Studie wurden die deutschen Befragungsdaten von 2003 bis 2015 (insgesamt 61.075 Interviews) verwendet.

Das deutsche Länderteam erstellt jährlich einen Länderbericht. Darüber hinaus erscheint ein globaler Bericht über alle am GEM beteiligten Länder (nur in englischer Sprache). Auf der offiziellen Internetseite des Konsortiums (www.gemconsortium.org) werden alle Länderberichte und die international vergleichenden Gesamtberichte zum Herunterladen angeboten.

In dem aktuellen „Länderbericht Deutschland 2015" finden Sie weitere interessante Ergebnisse. Er ist kostenlos erhältlich unter

http://www.iab.de/389/section.aspx/Publikation/k160801302

Der Einfluss gründungsspezifischen Wissens

Über das für eine Unternehmensgründung nötige Wissen zu verfügen, ist eine wichtige Voraussetzung für die Gründung eines Unternehmens. Nur Personen, die überzeugt sind, die erforderlichen Fähigkeiten für eine selbstständige Tätigkeit mitzubringen, werden eine Gründung in Betracht ziehen. Dabei sind allerdings häufig weniger der objektive Wissensstand und Erfahrungsschatz entscheidend, als vielmehr die subjektive Einschätzung dieser Fähigkeiten. Im Jahr 2015 gaben rund 35 Prozent der Befragten an, über das für eine Unternehmensgründung notwendige Wissen und die nötigen Fähigkeiten zu verfügen.

Ältere haben gegenüber jüngeren Menschen einen deutlichen Wissens- und Erfahrungsvorsprung, der sich in einer entsprechend höheren Zustimmung zu der Einschätzung der eigenen Gründungsfähigkeiten niederschlägt (vgl. **Abbildung 5**). Dabei steigt die Zustimmung nicht linear mit dem Alter an, sondern erreicht bei etwa 50-Jährigen für beide Geschlechter die höchsten Werte (61,2 % der Männer; 42,7 % der Frauen), während 64-Jährige nicht mehr so häufig zustimmen (54,5 % der Männer; 36,2 % der Frauen).

Auffallend ist, dass der Alterseffekt bei Frauen geringer ausfällt. Junge Männer sind bereits zuversichtlicher, was ihren Wissensstand angeht: Im Alter von 18 Jahren beträgt der „gefühlte Vorsprung" der Männer 11 Prozentpunkte und vergrößert sich bis zum Alter von Ende 40 auf gut 19 Prozentpunkte. Falls es sich dabei nicht um einen Effekt des zunehmenden Alters, sondern um einen Kohorteneffekt handelt – also um einen Effekt, der spezifisch für die jüngeren Geburtsjahrgänge ist und sich bei diesen heute jüngeren Frauen mit zunehmendem Alter nicht verändert –, wäre das ein Anlass zur Hoffnung, dass Frauen zukünftig häufiger gründen. Das würde bedeuten, dass das Potenzial an Unternehmern besser ausgeschöpft würde und der Effekt der zunehmenden Alterung der Gesellschaft zumindest teilweise kompensiert würde. Leider reichen die Fallzahlen der GEM-Erhebungen nicht aus, um hierfür Evidenz liefern zu können.

Der Effekt des Alters auf Innovationen bei einer Gründung

Wenn Gründer ein für die Kunden neues Produkt oder eine neue Dienstleistung anbieten, so ist das in der empirischen Sozialforschung eine mögliche und gebräuchliche Definition einer Produktinnovation. Im Gegensatz zu sogenannten Prozessinnovationen werden mit Produktinnovationen idealerweise neue Märkte erschlossen. Unsere Ergebnisse zeigen, dass junge Gründer viel häufiger als ältere eine solche Produktinnovation anbieten. Sie sind damit im landläufigen Sinne innovativer (vgl. **Abbildung 6**).

Prozessinnovationen dienen der Steigerung der Effizienz und werden in der Öffentlichkeit weniger mit Unternehmensgründungen in Verbindung gebracht. Ein Indikator für solche Innovationen ist der technische Stand der Anlagen, die zur Anwendung kommen. In der Regel zielen sie darauf ab, dass ein Unternehmen günstiger produzieren und daher über den Preis mit Wettbewerbern konkurrieren kann. Insgesamt geben rund 9 Prozent der befragten Gründer an, über Technik zu verfügen, die erst seit höchstens einem Jahr zur Verfügung steht. Hierbei gibt es keine signifikanten Altersunterschiede. Also kann nicht per se davon gesprochen werden, dass Jüngere innovativere Unternehmen gründen, sondern lediglich, dass sie häufiger versuchen, neue Dinge auf den Markt zu bringen.

Fazit

Die Alterung der Bevölkerung ist ein Problem für eine „unternehmerische Gesellschaft". Da Ältere deutlich seltener als Jüngere ein Unternehmen gründen, droht dadurch ein Rückgang der Zahl von Neugründungen in Deutschland. Außerdem bringen Unternehmen, die von Älteren gegründet werden, seltener Produktinnovationen auf den Markt als die von Jüngeren. Daher ist zu erwarten, dass selbst eine Erhöhung der Gründungsneigung Älterer nur den quantitativen Teil des Problems lösen würde.

Zusätzliche Abhilfe kann vor allem von zwei Seiten erfolgen: Da Hochqualifizierte deutlich häufiger ein Unternehmen gründen, wirkt der höhere Anteil von Hochschulabsolventen positiv auf die Anzahl und Qualität von Neugründungen aus. Ein noch größerer Effekt wäre aber zu erwarten, wenn Frauen häufiger ein Unternehmen gründen würden; sie tun dies nach wie vor viel seltener als Männer. Als Hindernis stellt sich dabei heraus, dass Frauen ihre Kenntnisse systematisch schlechter einschätzen als Männer. Trotz gleichen Bildungsabschlusses sind sie zu einem deutlich geringerem Anteil der Auffassung, über das für eine Gründung notwendige Wissen zu verfügen. Deshalb sollten Maßnahmen zur Gründungsförderung verstärkt werden, die sich speziell an Frauen richten, vor allem natürlich an solche mit vielversprechenden Qualifikationen.

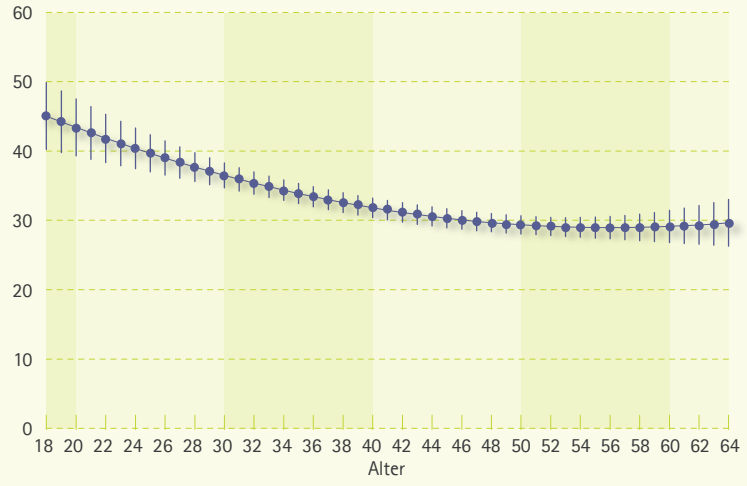
Schließlich existieren auch deutliche regionale Unterschiede, sowohl im Gründungsgeschehen als auch bei der demografischen Entwicklung der Bevölkerung. Regionen, die bereits heute vergleichsweise geringe Gründungsraten haben, drohen durch überdurchschnittliche Verluste beim Anteil der gründungsrelevanten Altersgruppen noch mehr ins Hintertreffen zu geraten. Auch hier gilt es, Initiative zu ergreifen und Regionen mit geringen Gründungsraten bei der Entwicklung regional angepasster Strategien zu unterstützen: Neuere wissenschaftliche Studien belegen, dass eine gezielte Strategie zum Aufbau einer Gründungskultur auch in peripheren, ländlichen Regionen mit unterdurchschnittlicher Entwicklung durchaus erfolgsversprechend ist, wenn sie an den lokalen Voraussetzungen anknüpft (Stephens et al. 2013).

Darüber hinaus sind Produkt- und Prozessinnovationen selbstverständlich auch in bestehenden Unternehmen eine zentrale betriebswirtschaftliche

Abbildung 6

Anteil von Gründungen mit Produktinnovation[1] an allen Gründungen

Potenzieller Anteil[2] der Gründerinnen und Gründer im jeweiligen Alter, in Prozent



[1] Anteil von „Ja"-Antworten auf die Aussage: „das Produkt oder die Dienstleistung ist (wird) neu für viele Kunden (sein)" im Gegensatz zu „Keiner (wird) dieses als neu und ungewohnt (an)sehen".

[2] Der ausgewiesene Anteil (Punkt) liegt mit einer 95%igen Wahrscheinlichkeit im markierten Bereich (Linie); vgl. Infokasten auf Seite 5.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2015. © IAB

Größe. Zunehmende Investitionen in moderne Technologien leisten einen wichtigen Beitrag zur Innovationskraft der deutschen Wirtschaft.

Literatur

Baumol, William J. (2002): The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism. Princeton University Press, Princeton.

Brixy, U.; Sternberg, R.; Vorderwühlbecke, A. (2015): Selbstständigkeit in Ost- und Westdeutschland: Gründungen sind selten Frauensache. IAB-Kurzbericht Nr. 10, Nürnberg.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2015): Die Raumordnungsprognose 2035 nach dem Zensus. BBSR-Analysen Kompakt, Nr. 6. 2015. http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/AnalysenKompakt/2015/DL_05_2015.pdf?__blob=publicationFile&v=4 (Zugriff auf die Daten dieser Prognose am 21.7.2016 unter: http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Raumbeobachtung/UeberRaumbeobachtung/Komponenten/Raumordnungsprognose/Download_ROP2035/DL_ROP2035_uebersicht.html?nn=444934).

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.) (2012): Raumordnungsbericht 2011, Bonn.

Eddleston, K. A.; Powell, G. N. (2012): Nurturing Entrepreneurs' Work–Family Balance: A Gendered Perspective. Entrepreneurship Theory and Practice; 36: 513-541.

Kohaut, S.; Möller, I. (2016): Führungspositionen in der Privatwirtschaft: Im Osten sind Frauen öfter an der Spitze. IAB-Kurzbericht Nr. 2, Nürnberg.

OECD/European Union (Hrsg.) (2014): The Missing Entrepreneurs 2014. OECD Publishing (http://www.oecd.org/industry/the-missing-entrepreneurs-2014-9789264213593-en.htm).

Schmucker, A.; Seth, S.; Ludsteck, J.; Eberle, J.; Ganzer, A. (2016): Betriebs-Historik-Panel 1975-2014. FDZ-Datenreport Nr. 3, Nürnberg.

Stephens, H. M.; Partridge, M. D.; Faggian, A. (2013): Innovation, entrepreneurship and economic growth in lagging regions. Journal of Regional Science; 53: 778-812.

Sternberg, R.; von Bloh, J.; Brixy, U. (2016): Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Länderbericht Deutschland 2015. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB), Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover; Nürnberg, Hannover.

Dr. Udo Brixy

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsbereich „Regionale Arbeitsmärkte" des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).

udo.brixy@iab.de

Lisa Schrüfer

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsbereich „Regionale Arbeitsmärkte" des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).

lisa.schruefer2@iab.de

Prof. Dr. Rolf Sternberg

ist Wirtschaftsgeograph am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover.

sternberg@wigeo.uni-hannover.de

Johannes von Bloh

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover.

vonbloh@wigeo.uni-hannover.de

Impressum ■ IAB-Kurzbericht Nr. 27, 20.12.2016 ■ Herausgeber: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesagentur für Arbeit, 90327 Nürnberg ■ Redaktion: Elfriede Sonntag, Martina Dorsch ■ Graphik & Gestaltung: Monika Pickel ■ Fotos: Jutta Palm-Nowak ■ Druck: Erhardi Druck GmbH, Regensburg ■ Rechte: Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des IAB ■ Bezug: IAB-Bestellservice, c/o W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Auf dem Esch 4, 33619 Bielefeld; Tel. 0911-179-9229 (es gelten die regulären Festnetzpreise, Mobilfunkpreise können abweichen); Fax: 0911-179-9227; E-Mail: iab-bestellservice@wbv.de ■ IAB im Internet: www.iab.de. Dort finden Sie u. a. diesen Kurzbericht zum kostenlosen Download ■ Anfragen: iab.anfragen@iab.de oder Tel. 0911-179-5942 ■ ISSN 0942-167X