

Profil des erfolgreichen Unternehmers

Ergebnisse der Erhebung
„Faktoren für den Unternehmenserfolg“

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL UND
DIENSTLEISTUNGEN

29/2006

Autor

Hartmut SCHRÖR

Inhalt

Wichtigste Ergebnisse.....	1
Einleitung.....	1
Erfahrung mit der Leitung eines Unternehmens.....	2
Branchenerfahrung.....	3
Alter	4
Geschlecht.....	6
Bildung.....	8
Staatsangehörigkeit.....	10

Wichtigste Ergebnisse

- Arbeitserfahrung in der Branche und Erfahrungen mit der Leitung eines Unternehmens sind hilfreich, aber nicht wesentlich, um als Unternehmer erfolgreich zu sein;
- je jünger der Unternehmer ist, desto schneller wächst das Unternehmen;
- die Unternehmer halten „Kundenkontakte“ und „Verwaltungsprobleme“ für die wichtigsten Startschwierigkeiten;
- der Umgang mit ausstehenden Kundenrechnungen ist eine Startschwierigkeit, die von Männern häufiger als problematisch empfunden wird als von Frauen;
- Männer sind in Bezug auf die Rentabilität ihres Unternehmens optimistischer als Frauen;
- das Maß, in dem Unternehmer ihr Unternehmen für innovativ halten, steigt mit dem Bildungsniveau;
- die meist genannten Gründe für eine Unternehmensgründung sind „der Wunsch, sein eigener Herr zu sein“ und „die Aussicht, besser zu verdienen“;
- fast 25% der ausländischen Unternehmer aus Nicht-EU-Ländern waren im Sektor „Bau“ (NACE Abschnitt F) tätig; dieser Anteil ist deutlich höher als bei den Unternehmern, die EU-Staatsangehörige waren (16%).

Einleitung

Ziel der freiwilligen Erhebung über „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ war es, die Faktoren zu ermitteln, die den Erfolg und das Wachstum neu gegründeter Unternehmen bestimmen, wobei insbesondere die Motivation für die Gründung eines eigenen Unternehmens, die Hindernisse und Risiken, mit denen die Unternehmen in den ersten Jahren ihres Bestehens konfrontiert sind, die aktuelle Situation des Unternehmens und die Pläne für die künftige Entwicklung betrachtet werden.

Die Zielgesamtheit der Erhebung wurde gemäß den Konzepten der Erhebung von Daten zur Unternehmensdemografie als die Gesamtheit der Unternehmen definiert, die 2002 neu gegründet wurden und die bis 2005 fortbestanden und weiterhin von dem ursprünglichen Unternehmer bzw. Gründer geleitet wurden.

Die Erhebung wurde von Juni 2005 bis Januar 2006 von den nationalen statistischen Ämtern von 13 EU-Mitgliedstaaten (CZ, DK, EE, FR, IT, LV, LT, LU, AT, PT, SI, SK und SE) sowie zwei Beitrittsländern (BG und RO) durchgeführt. Die Erhebung ist eine einmalige Maßnahme, die aber in der Zukunft wiederholt werden kann.

Schwerpunkt dieser Veröffentlichung sind sechs Merkmale von Unternehmern: Branchenerfahrung, Managementenerfahrung, Alter, Geschlecht, Bildungsniveau und Staatsangehörigkeit.

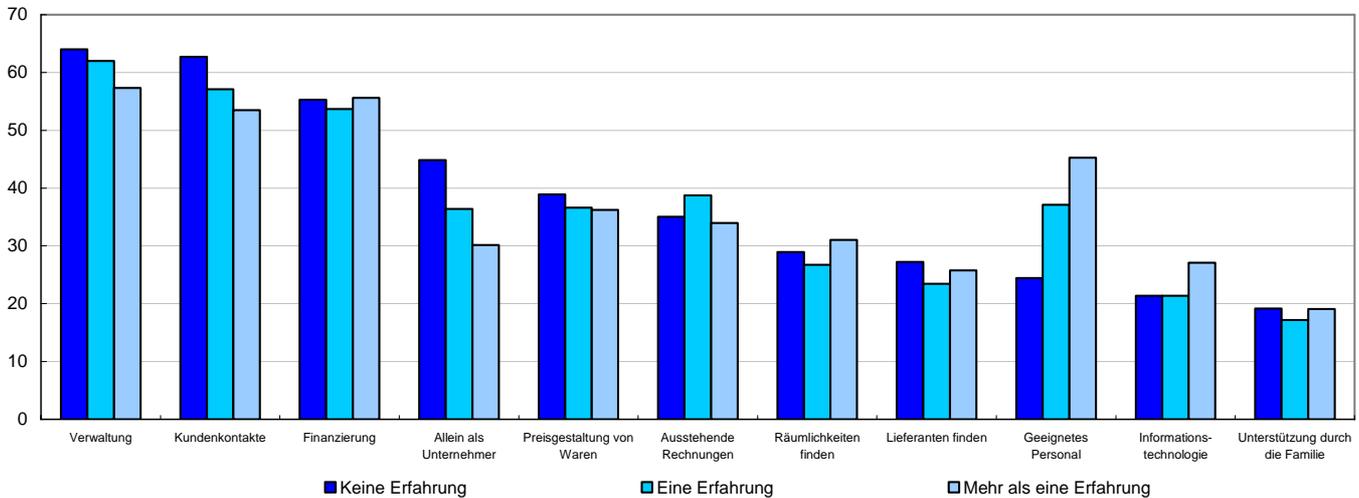


Erfahrung mit der Leitung eines Unternehmens

Sind Unternehmer mit Managementenerfahrung erfolgreicher als andere? Während eine große Mehrheit der Unternehmer (77%) nicht über Erfahrungen mit der Leitung eines Unternehmens verfügte, hatten 18% bereits ein Unternehmen und

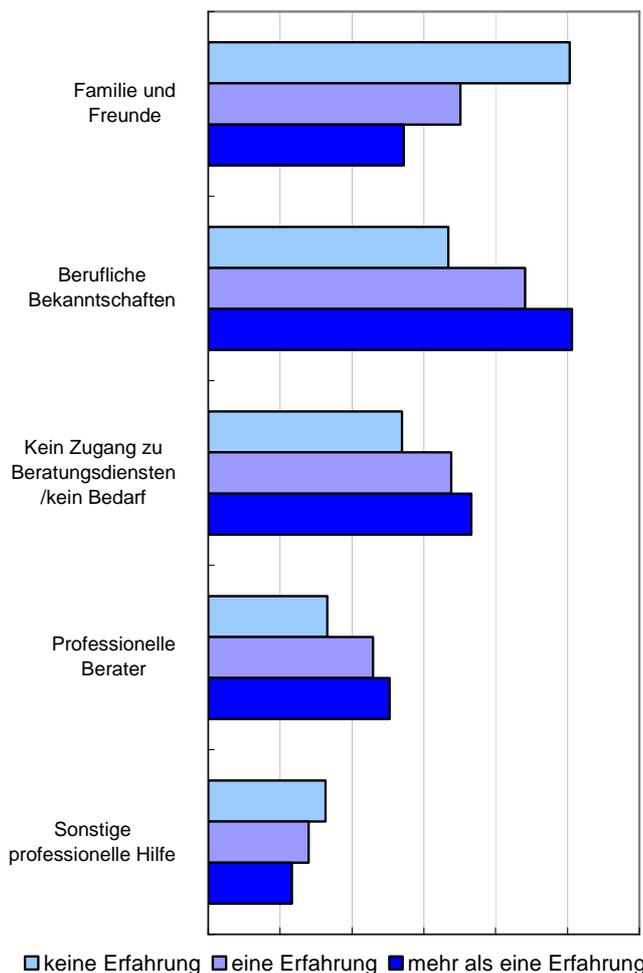
6% zwei oder mehr Unternehmen geleitet. Dieses Merkmal (Erfahrung) wurde anhand der aufgetretenen Startschwierigkeiten, der verfügbaren Beratungsquellen und der Beurteilung der Rentabilität untersucht.

Abb. 1: Startschwierigkeiten nach Managementenerfahrung, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ (FOBS), 2005

Abb. 2: Beratungsquellen nach Managementenerfahrung, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Abbildung 1 zeigt die potenzielle Rolle der Unternehmenserfahrung für 11 verschiedene Startschwierigkeiten. Bei einigen dieser Schwierigkeiten scheint sich die Erfahrung auszuwirken. Dies ist der Fall bei „Verwaltungsangelegenheiten“, „Herstellung von Kundenkontakten“ und „Allein als Unternehmer“, wo der Anteil der Unternehmer, die einen dieser Gründe angeben, mit abnehmender Erfahrung steigt. Für andere Schwierigkeiten wie „Geeignete Räumlichkeiten finden“, „Lieferanten finden“, „Nutzung von Informationstechnologie“ und „Unterstützung durch die Familie“ galt dies nicht. Darüber hinaus ist die Entsprechung für einen Aspekt, nämlich „Geeignetes Personal finden“, negativ.

Unternehmer mit Managementenerfahrung finden es augenscheinlich schwieriger, „Geeignetes Personal zu finden“. Von denen, die mehr als eine Erfahrung aufweisen, empfinden 45% diesen Aspekt als schwierig; damit ist es die vierthäufigste Schwierigkeit in dieser Erfahrungsgruppe. Dagegen halten nur 24% der unerfahrenen Unternehmer die Personalsuche für schwierig; sie steht damit an neunter Stelle unter den wichtigsten Schwierigkeiten in dieser Gruppe. Bei denen, die nur über eine Erfahrung verfügen, traf dies auf 37% der Unternehmer zu; es war somit die vierthäufigste Schwierigkeit.

Diese Entsprechung könnte möglicherweise die Tatsache widerspiegeln, dass erfahrene Unternehmer sich besser über die Rolle der Beschäftigten bei der Sicherstellung des Unternehmenserfolges im Klaren sind, und sich auf Grund dessen der damit verbundenen Schwierigkeiten wie Job-Profilung und Personalauswahl stärker bewusst sind. Unerfahrenere Unternehmer besitzen diese Fähigkeiten möglicherweise nicht in gleichem Maße.

Bevorzugen erfahrene und unerfahrene Unternehmer einen bestimmten Ratgeber? In Abbildung 2 werden die Beratungsquellen zusammengefasst, die Unternehmern bei einem erfolgreichen Unternehmensstart behilflich sein könnten.

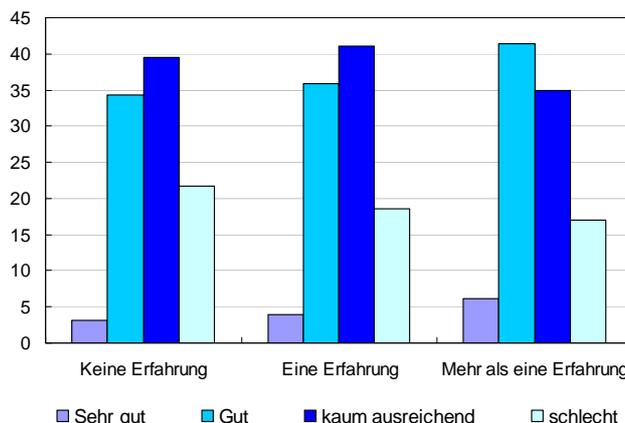
Zwar ließen sich die meisten Unternehmer beraten, nahmen aber je nach Erfahrung unterschiedliche Quellen für Ratschläge in Anspruch. Während die nichtprofessionelle Beratung für unerfahrene Unternehmer wichtig war, überwog bei den erfahrenen Unternehmern die professionelle Beratung. Familie und Freunde (50,3%) waren die wichtigsten Berater der unerfahrenen Unternehmer, was möglicherweise einen Mangel an professionellen Bekanntschaften sowie die Unerschwinglichkeit professioneller Beratung widerspiegelt.

Die Beratungsleistung „Sonstige professionelle Hilfe“ umfasst Weiterbildungsveranstaltungen für Unternehmen und Beratungsleistungen durch Arbeitsvermittlungen, auf Unternehmensgründungen spezialisierte Einrichtungen und Finanzinstitute; diese Lösungen sind für unerfahrene Unternehmer besser geeignet.

Was die Beurteilung der Rentabilität ihres Unternehmens durch die Unternehmer angeht, so erscheint diese nicht sehr optimistisch (Abbildung 3).

In allen drei Gruppen liegt der Anteil der Unternehmer, die „kaum ausreichend“ und „schlecht“ angeben, nie unter 50%. Während es kaum einen Unterschied zwischen unerfahrenen Unternehmern (61,2%) und Unternehmern mit einer Erfahrung (59,7%) gab, war der Unterschied zwischen den Unternehmern mit einer Erfahrung und denen mit mehr als einer Erfahrung (51,9%) größer.

Abb. 3: Beurteilung der Rentabilität nach Managementenerfahrung, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

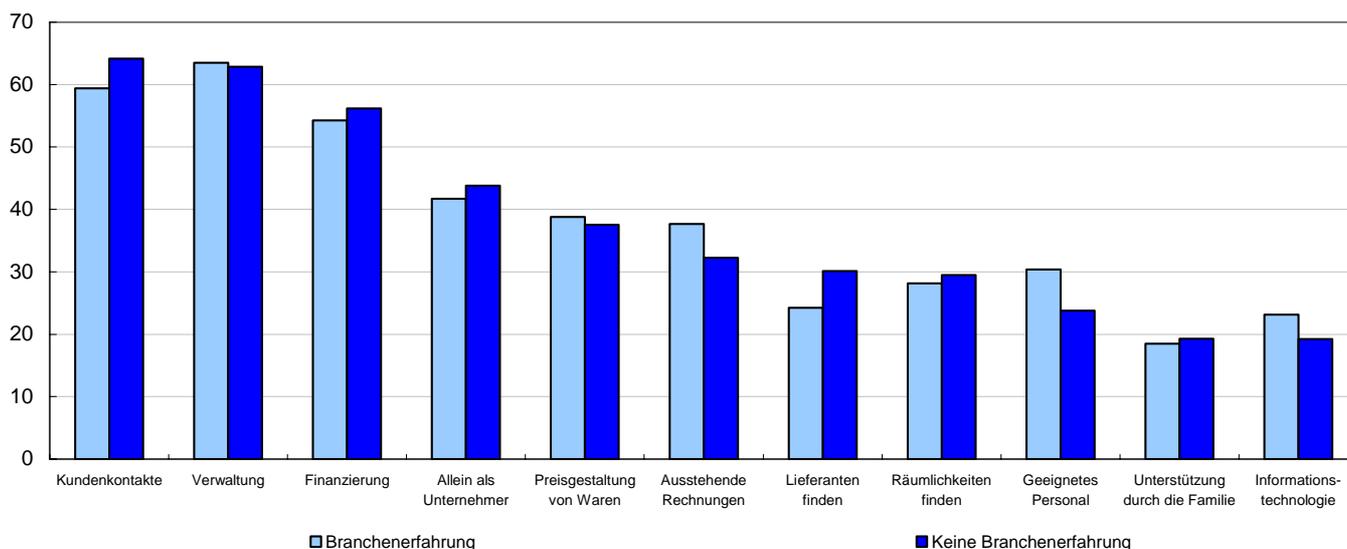
35,5% der unerfahrenen Unternehmer sind der Auffassung, dass die Rentabilität ihres Unternehmens „gut“ oder „sehr gut“ ist, während 39,8% der Unternehmer mit einer Erfahrung ebenfalls dieser Ansicht sind. Von den erfahrensten Unternehmern jedoch nimmt ein größerer Anteil (47,6%) diese Einstufung vor. Diese Unterschiede lassen erkennen, dass Erfahrung zu einer optimistischeren Beurteilung der Rentabilität führt.

Branchenerfahrung

Was die Erfahrung mit einer bestimmten Branche angeht – ein Faktor, der höchstwahrscheinlich für den Unternehmenserfolg wesentlich ist – so verfügen 63% der erfolgreichen Unternehmer über vorherige Branchenerfahrung, 37% dagegen nicht.

Dieses Merkmal wurde anhand der Startschwierigkeiten und der Beurteilung der Zukunftspläne der Unternehmer untersucht.

Abb. 4: Startschwierigkeiten nach Art der Erfahrung, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Der Anteil der Unternehmer mit vorheriger Branchenerfahrung ist in den einzelnen Wirtschaftszweigen unterschiedlich. Im Bausektor (NACE Abschnitt F) weisen 78% der erfolgreichen Unternehmer Branchenerfahrung auf, während es im Sektor „Kreditinstitute“ (NACE Abschnitt J) nur 36% sind. In den übrigen Wirtschaftszweigen (NACE Abschnitten) liegen die Anteile der Unternehmer mit Branchenerfahrung zwischen 50% und 60%.

In Abbildung 4 werden die Startschwierigkeiten der Unternehmer mit Branchenerfahrung mit denen der Unternehmer ohne Branchenerfahrung verglichen. Kundenkontakte, Verwaltungsangelegenheiten und Finanzierungsschwierigkeiten werden von mehr als der Hälfte der erfolgreichen Unternehmer sowohl mit als auch ohne Erfahrung als Startschwierigkeiten genannt.

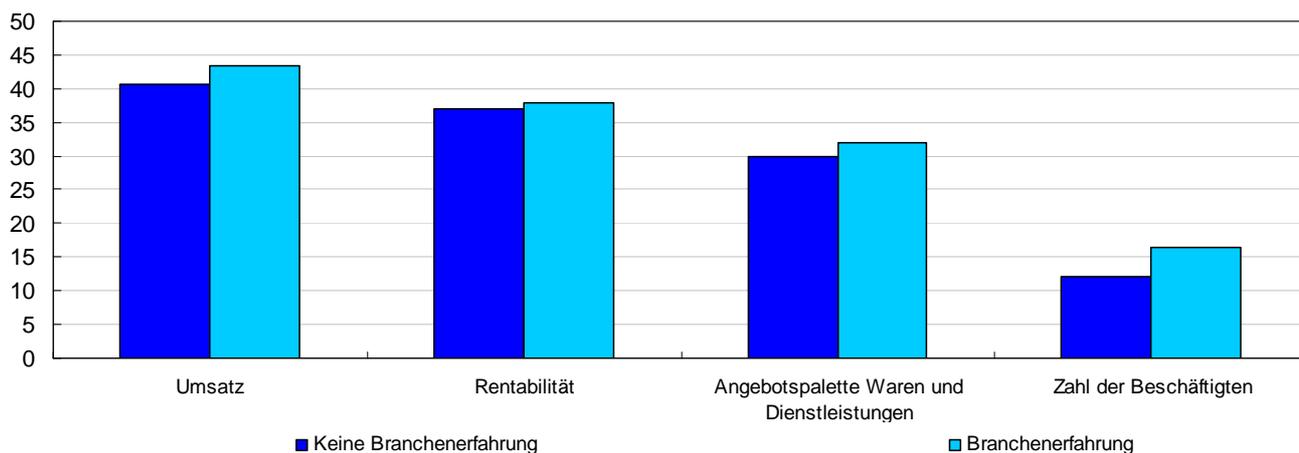
Generell scheint Branchenerfahrung keine wesentliche Voraussetzung für einen Erfolg als Unternehmer zu sein. Eine leichte Entsprechung zwischen Branchenerfahrung und Kundenkontakten ist jedoch festzustellen. Unternehmer mit Branchenerfahrung (59,4% bis 64,1%) scheinen weniger Probleme mit der Herstellung von „Kundenkontakten“ zu haben. 37,6% der Unternehmer mit Branchenerfahrung nannten den Punkt

„Ausstehende Rechnungen“ (gegenüber 32,3% der unerfahrenen Unternehmer) und 30,3% „Geeignetes Personal finden“ (gegenüber 23,8% der unerfahrenen Unternehmer). Branchenerfahrung kann jedoch beim "Lieferanten finden" behilflich sein: dies war lediglich für 24,2% der erfahrenen Unternehmer ein Problem, dagegen für 30,1% der unerfahrenen Unternehmer.

Abbildung 5 zeigt die Erwartungen hinsichtlich des zukünftigen Anstiegs der Unternehmenstätigkeit anhand eines Vergleichs der erfahrenen mit den unerfahrenen Unternehmern. Die Rangordnung der Entwicklung der Unternehmenstätigkeit ist in beiden Gruppen gleich, aber die Unternehmer mit Branchenerfahrung sind etwas optimistischer (die Anteile sind um 1,0 bis 4,2 Prozentpunkte höher).

Der größte Teil der Unternehmer mit Branchenerfahrung erwartet einen Umsatzanstieg des Unternehmens (43,3%). Ein Anstieg der Rentabilität steht auf dem zweiten Platz, gefolgt von einer Erweiterung der Palette an Waren und Dienstleistungen, die zum Verkauf stehen. Die Erwartung eines Anstiegs der Beschäftigtenzahl wurde an letzter Stelle genannt (nur 16,3%).

Abb. 5: Unternehmer, die einen Anstieg der Unternehmenstätigkeit erwarten, nach Art der Erfahrung, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Alter

14% der Unternehmer waren weniger als 30 Jahre alt, 38% waren 30-39 Jahre alt und 48% waren 40 Jahre und älter. Spielt das Alter möglicherweise eine Rolle beim Unternehmenserfolg? Die Untersuchung dieses Merkmals beruht auf der Motivation der Unternehmer, dem Unternehmenswachstum und der Beurteilung der Innovationsfähigkeit des Unternehmens durch den Unternehmer. Während die Motivation und die Beurteilung der Innovationsfähigkeit nur für den Durchschnitt der verfügbaren Länder betrachtet werden, wird das Unternehmenswachstum auch für die einzelnen Länder untersucht.

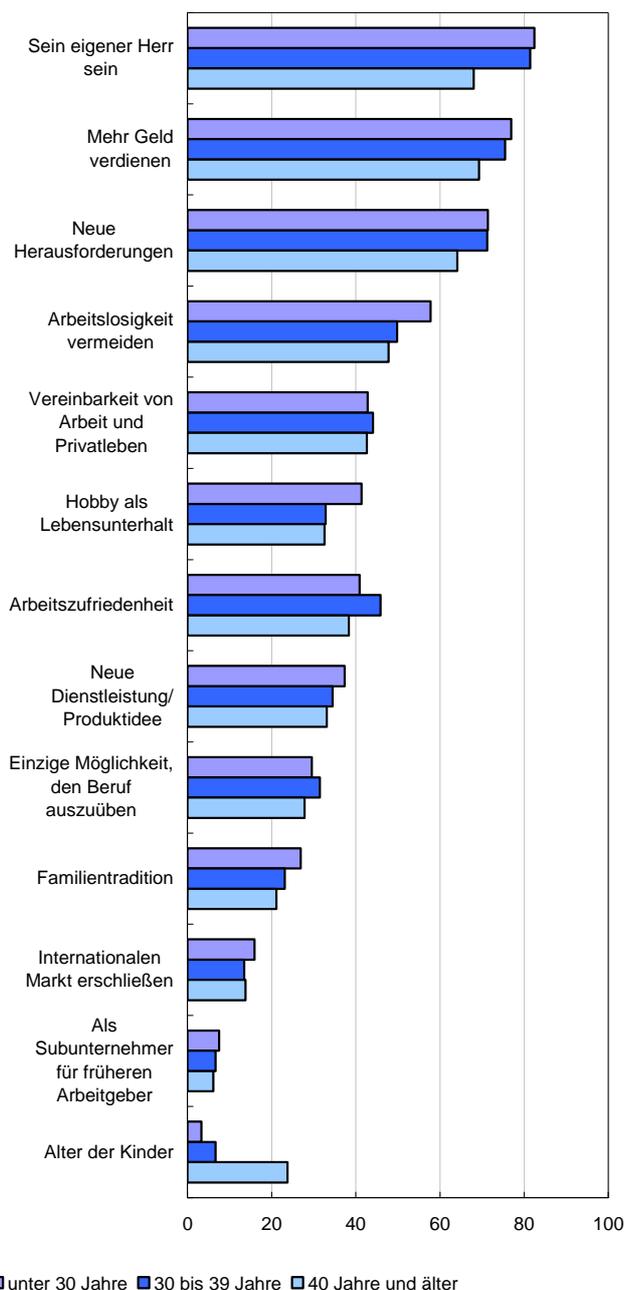
Abbildung 6 zeigt die Motivation der Unternehmer für die Unternehmensgründung nach Altersgruppen. Die Befragten konnten auf die Frage mehrere Antworten geben. Generell weist die Altersgruppe 40 Jahre und älter bei den meisten Gründen die geringsten Prozentsätze auf. Während in den beiden Altersgruppen der unter 40jährigen „Mein eigener Herr sein“ der wichtigste Grund ist, ist es bei den über 40jährigen

„Mehr Geld verdienen“. Dieser Grund steht bei den jüngeren Unternehmern an zweiter Stelle. „Der Wunsch nach neuen Herausforderungen“ ist jedoch in allen drei Altersgruppen der Grund, der am dritthäufigsten genannt wird.

Der an letzter Stelle am Ende dieser Skala genannte Grund ist das „Alter der Kinder“, das eng mit der Altersgruppe des Unternehmers zusammenhängt. Je älter der Unternehmer, desto älter auch die Kinder.

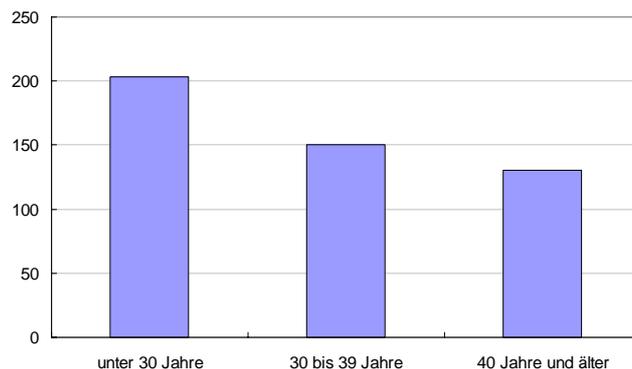
Jüngere Unternehmer scheinen stärker von dem Bestreben motiviert zu sein, Arbeitslosigkeit zu verhindern und mit einem Hobby den Lebensunterhalt zu verdienen als die über 30jährigen. Für die 30-39jährigen ist die Arbeitszufriedenheit wichtiger (45%) als für die beiden übrigen Gruppen.

Abb. 6: Gründe für die Unternehmensgründung nach Altersgruppen, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Abb. 7: Unternehmenswachstum (Zahl der Beschäftigten, 2002 gegenüber 2004) nach Altersgruppen, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Die Unternehmensgröße entwickelt sich bei jüngeren Unternehmern anscheinend schneller als bei älteren. In Abbildung 7 wird das Wachstum der Beschäftigtenzahl in Unternehmen zwischen dem Gründungsjahr (2002) und dem Jahr 2004 und nach den drei Altersgruppen der Unternehmer verglichen. Zu erkennen ist, dass die Wachstumsraten, die für die jüngste Altersgruppe bei 200% liegen, für die mittlere Altersgruppe auf 150% und für die älteste Gruppe auf 131% fallen.

Hinter diesem Länderdurchschnitt verbergen sich jedoch enorme Unterschiede in den einzelnen Ländern (Tabelle 1). Die Gesamtwachstumsrate liegt zwischen 22% für Portugal und 192% für die Tschechische Republik und Litauen. Mit Ausnahme Lettlands weisen die EU-15 Mitgliedstaaten Wachstumsraten unter 100% und die neuen Mitgliedstaaten über 100% auf. Für die einzelnen Altersgruppen schwanken die Wachstumsraten zwischen 19% für Portugal (über 40jährige) und 407% für die Tschechische Republik (unter 30jährige).

Ausnahmen von dieser Entsprechung bilden Lettland, Litauen und Rumänien, wo die höchsten Wachstumsraten bei den 30-39jährigen festzustellen sind, und Dänemark, wo die Unternehmen der über 40jährigen am schnellsten wachsen.

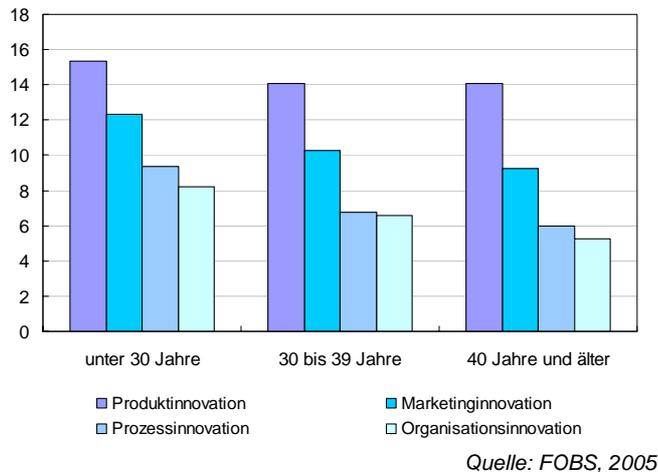
Tabelle 1: Unternehmenswachstum nach Ländern (Zahl der Beschäftigten, Gründungsjahr gegenüber Fortbestand des Unternehmens) nach Altersgruppen, in %

	Durchschnitt*	CZ	DK	EE	IT	LV	LT	LU	AT	PT	SI	SK	SE	BG	RO
Insgesamt	141,0	192,2	72,4	165,3	184,3	31,5	192,4	64,8	54,2	21,9	142,3	171,2	54,5	139,1	131,3
unter 30 Jahre	203,3	406,9	35,9	248,9	250,2	23,4	166,2	187,4	132,6	28,3	170,4	316,8	103,2	394,8	113,8
30 bis 39 Jahre	150,0	205,1	50,1	193,5	192,9	39,3	207,9	110,0	41,4	26,9	126,8	168,8	79,1	151,6	158,7
40 Jahre und älter	130,6	159,6	86,0	135,4	173,0	27,7	186,0	37,9	55,8	19,0	132,5	154,3	34,6	119,2	125,5

* Der Durchschnittswert beruht auf den Daten von 10 Ländern (CZ, DK, IT, LT, LU, AT, SK, SE, BG und RO).

Quelle: FOBS, 2005

Abb. 8: Beurteilung der Innovationsfähigkeit des eigenen Unternehmens durch die Unternehmer, nach Altersgruppe, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Die Beurteilung der Innovationsfähigkeit des eigenen Unternehmens durch die Unternehmer wird in Abbildung 8 gezeigt, aufgeschlüsselt nach vier verschiedenen Innovationstypen: eine neue oder verbesserte Ware oder Dienstleistung (Produktinnovation), die Nutzung einer neuen oder besseren Technologie (Prozessinnovation), eine neue oder verbesserte Marketingstrategie (Marketinginnovation) und/oder eine neue oder bessere Organisation des Unternehmens (Organisationsinnovation).

In der Regel verbinden die meisten der wenigen Unternehmer, die ihr Unternehmen oder einen Teil davon als innovativ beurteilen, dies mit Produktinnovation. An zweiter Stelle liegt die Marketinginnovation gefolgt von der Prozessinnovation. Nur sehr wenige Unternehmer (5% bis 8%) geben Organisationsinnovation an. Die Rangfolge ist in allen Altersgruppen gleich.

Obwohl die Unterschiede relativ gering sind, halten die jüngsten Unternehmer ihre Unternehmen augenscheinlich für innovativer als die Angehörigen der älteren Altersgruppen, wo überdies die Unterschiede zwischen den Gruppen nicht groß waren. So entschieden sich beispielsweise 15,3% der jüngsten Unternehmer für Produktinnovation, gegenüber 14,1% der beiden älteren Gruppen.

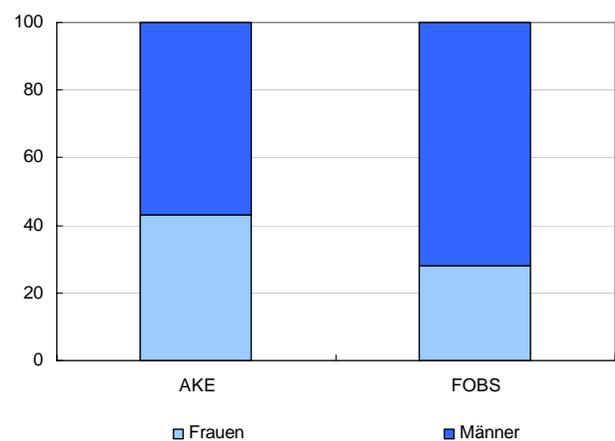
Geschlecht

Geht es den Unternehmen unter männlicher Leitung besser als unter weiblicher oder umgekehrt? Um das Geschlecht als möglichen Schlüsselfaktor des Unternehmenserfolgs näher zu beleuchten, werden die Motivation für die Unternehmensgründung, die aufgetretenen Startschwierigkeiten und die Beurteilung der Rentabilität genauer untersucht. Die Gründe für Neugründungen werden für den Durchschnitt der verfügbaren Länder und die einzelnen Länder untersucht.

Es sei darauf hingewiesen, dass in der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ 28% der Unternehmer Frauen waren und 72% Männer. Um festzustellen, inwiefern diese Erhebung die Erwerbsbevölkerung widerspiegelt, wird in Abbildung 9 der Anteil der Frauen in der Erhebung mit ihrem Anteil an der Erwerbsbevölkerung verglichen.

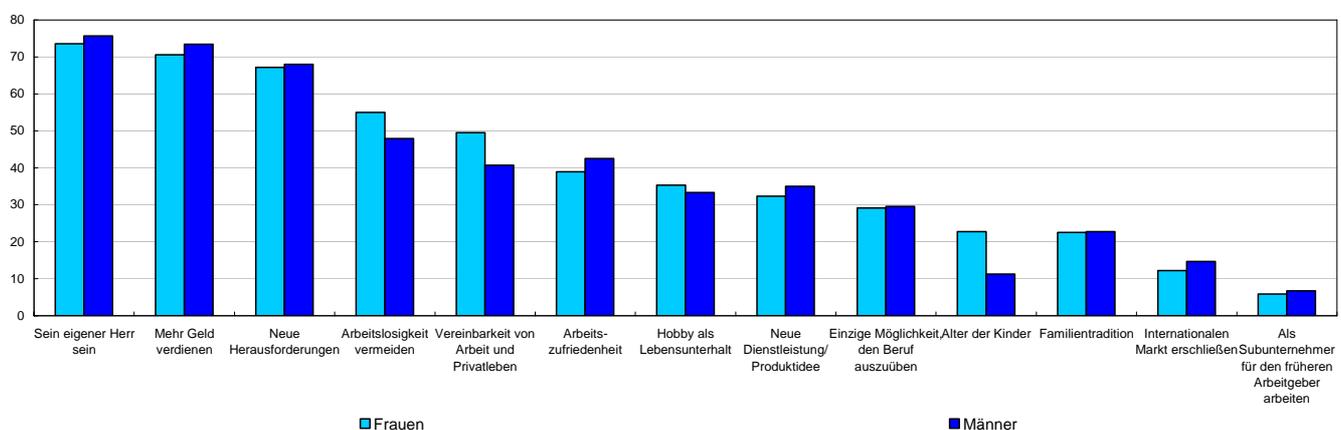
Beim Vergleich der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ mit der Arbeitskräfteerhebung (AKE) ist zu beachten, dass die Erhebungen auf unterschiedlichen Grundgesamtheiten basieren. Während in der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ Unternehmen befragt werden, bezieht die AKE ihre Daten von den Haushalten. Darüber hinaus waren in der AKE 43% der Befragten Frauen, in der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ dagegen nur 28%.

Abb. 9: Anteil der Frauen an den Unternehmern gegenüber Anteil an der Erwerbsbevölkerung nach Geschlecht, in %



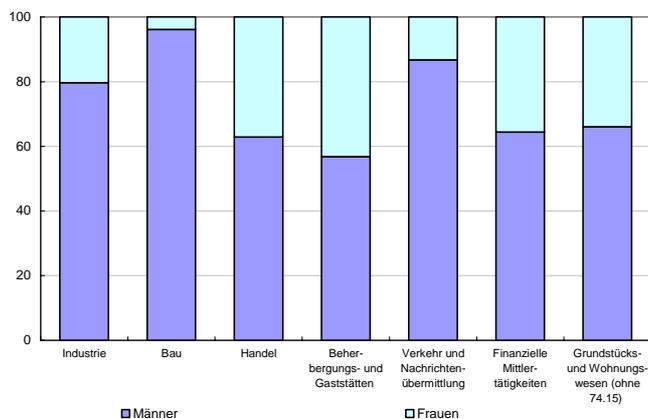
Quelle: Arbeitskräfteerhebung, 2002 und FOBS, 2005

Abb. 10: Gründe für die Unternehmensgründung nach Geschlecht, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Abb. 11: Erfolgreiche Unternehmer (von 2002 gegründeten Unternehmen, die 2004 fortbestanden), nach Geschlecht, in unterschiedlichen Wirtschaftszweigen (NACE Abschnitte), Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Wie aus Abbildung 11 hervorgeht, sind die Anteile von Männern und Frauen je nach NACE-Wirtschaftszweig unterschiedlich. Während es sich bei NACE Abschnitt F „Bau“ eindeutig um eine Männerdomäne handelt (96,1%), gründen Frauen augenscheinlich bevorzugt Unternehmen im Sektor „Beherbergungs- und Gaststätten“ (NACE Abschnitt H, 43,2%), wo sie allerdings ebenfalls in der Minderheit sind.

Die drei wichtigsten Gründe für alle drei Gruppen sind „Der Wunsch, mein eigener Herr zu sein“ (F: 73,6%, M: 75,7%), „Die Aussicht, mehr Geld zu verdienen“ (F: 70,6%, M: 73,4%) und „Der Wunsch nach neuen Herausforderungen“ (F: 67,2%, M: 68,0%).

Betrachtet man einige der übrigen Gründe, so scheinen für die Frauen die Gründe „Vermeidung von Arbeitslosigkeit“, „Verinbarkeit von Arbeit und Privatleben“ und „Alter der Kinder“ wichtiger zu sein als für die Männer. Für die Männer dagegen ist „Aus einer unbefriedigenden Arbeitssituation herauskommen“ wichtiger als die „Verinbarkeit von Arbeit und Privatleben“. Während das „Alter der Kinder“ an zehnter Stelle (von 13) steht, steht dieser Grund bei den Männern an vorletzter Stelle.

Tabelle 2: Die Beurteilung der Innovation in ihrem eigenen Unternehmen durch die Unternehmer, nach Geschlecht, in %

		Durchschnitt*	CZ	DK	EE	IT	LV	LT	LU	AT	PT	SI	SK	SE	BG	RO
Frauen	Produkt	13,6	17,1	15,6	15,3	11,2	23,9	20,3	23,4	20,9	15,0	24,4	27,5	41,5	8,3	5,9
	Prozess	4,1	5,4	7,3	5,7	3,1	10,7	8,5	7,1	3,5	7,4	13,5	11,2	9,3	1,8	2,0
	Organisation	5,2	6,6	3,2	10,7	5,5	9,9	6,4	14,2	5,8	14,2	12,9	8,5	12,3	2,2	2,4
	Marketing	9,1	12,6	13,0	8,8	6,9	14,5	17,9	18,4	16,7	21,2	20,9	17,4	24,4	7,2	3,3
Männer	Produkt	14,5	20,6	16,5	18,2	8,2	28,0	25,3	26,1	24,2	18,2	31,9	33,7	39,4	10,5	7,1
	Prozess	7,8	14,3	9,3	7,2	4,2	13,1	13,6	4,0	6,5	15,2	21,1	22,8	13,7	3,0	3,0
	Organisation	6,5	8,5	4,6	7,9	5,8	9,3	10,6	10,1	7,2	15,3	15,8	12,2	12,5	3,0	2,5
	Marketing	10,4	18,3	8,7	9,4	5,9	15,7	18,1	14,4	15,7	20,8	20,0	23,1	23,2	6,3	3,8

* Der Durchschnittswert beruht auf den Daten von 10 Ländern (CZ, DK, IT, LT, LU, AT, SK, SE, BG und RO).

Quelle: FOBS, 2005

Im Durchschnitt ist „Mein eigener Herr sein“ für die meisten Unternehmer der wichtigste Grund, während an zweiter Stelle „Mehr Geld verdienen“ steht. Hinter diesem Länderdurchschnitt verbirgt sich jedoch, dass „Mein eigener Herr sein“ in der Tschechischen Republik, Estland, Frankreich, Italien, Lettland und Litauen der wichtigste Grund war, während in Portugal, Slowenien, der Slowakei, Bulgarien und Rumänien „Mehr Geld verdienen“ am wichtigsten war. In Luxemburg nannten die Unternehmer jedoch „Als Subunternehmer für meinen früheren Arbeitgeber arbeiten“ als wichtigsten Grund.

Beim zweitwichtigsten Grund war die Wahl der Unternehmer etwas unterschiedlicher. „Mehr Geld verdienen“ (Estland, Italien, Lettland und Litauen), „Mein eigener Herr sein“ (Dänemark, Österreich und die Slowakei), „Neue Herausforderungen“ (Tschechische Republik, Finnland, Portugal Schweden und Slowenien). Ausnahmen waren Luxemburg mit dem „Alter der Kinder“ und Bulgarien mit „Vermeidung der Arbeitslosigkeit“.

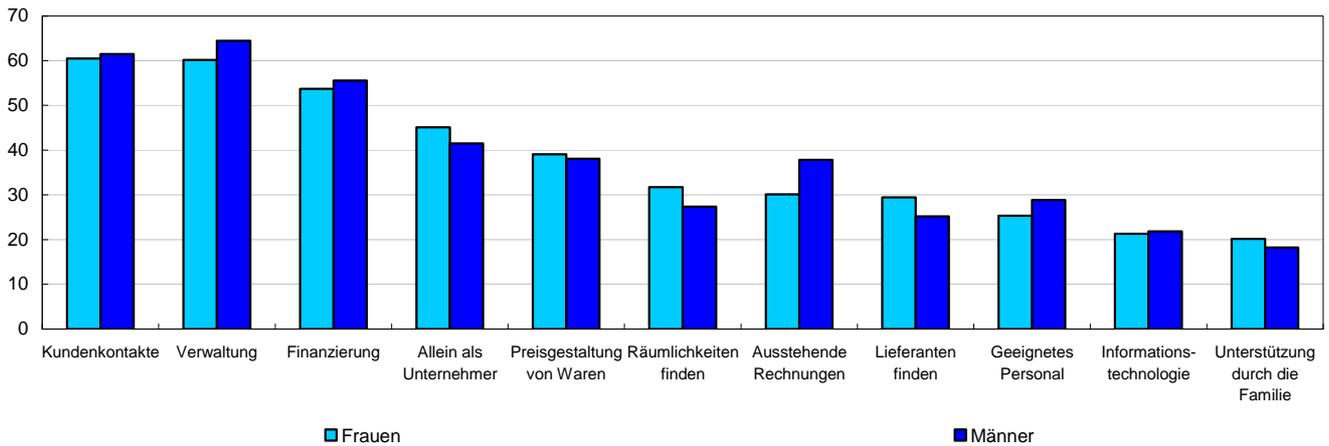
Während bei den Gründen „Neue Herausforderungen“ und „Mein eigener Herr sein“ die Prozentsätze bei den männlichen und weiblichen Unternehmensgründern ähnlich sind, bestehen bei dem Grund „Mehr Geld verdienen“ in vielen Ländern deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen. In 11 von 15 Ländern ist der Anteil der Frauen geringer als der der Männer.

Aus Tabelle 2 geht hervor, dass mehr Männer als Frauen ihre Unternehmen als innovativ beurteilen, ausgenommen in Italien, Luxemburg und Schweden. In den Fällen, wo mehr Frauen als Männer ihre Unternehmen als innovativ beurteilen, hängen die Innovationen meist mit dem Marketingbereich zusammen (Dänemark, Italien, Luxemburg, Österreich, Portugal, Slowenien, Schweden und Bulgarien). Mit Ausnahme Luxemburgs herrschen die Männer in der Prozessinnovation vor; sie betrifft den technischen Aspekt von Innovation.

Nennen Männer und Frauen eine Schwierigkeit bei Neugründungen häufiger als andere? Wie aus Abbildung 12 hervorgeht sind für Frauen „Kundenkontakte“ die größte Schwierigkeit (60,5%) und „Verwaltungsangelegenheiten“ liegen an zweiter Stelle (60,2%), während bei den Männern „Verwaltungsangelegenheiten“ (64,4%) an erster Stelle liegen, gefolgt von „Kundenkontakte“ (61,5%).

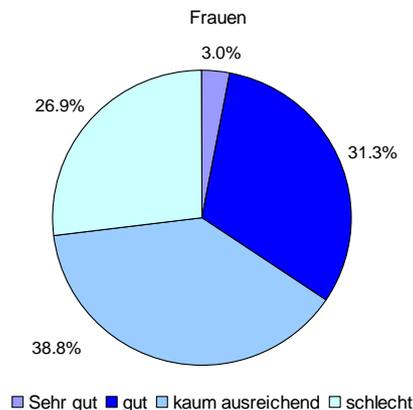
Die Unterschiede zwischen den beiden Gruppen sind recht gering, aber Männer nennen häufiger „Ausstehende Rechnungen“, „Geeignetes Personal finden“ und „Informationstechnologie“ als Startschwierigkeiten. „Allein als Unternehmer“, „Preisgestaltung“, „Räumlichkeiten finden“, „Lieferanten finden“ und „Unterstützung durch die Familie“ wurden von Frauen etwas häufiger genannt.

Abb. 12: Startschwierigkeiten nach Geschlecht, in %



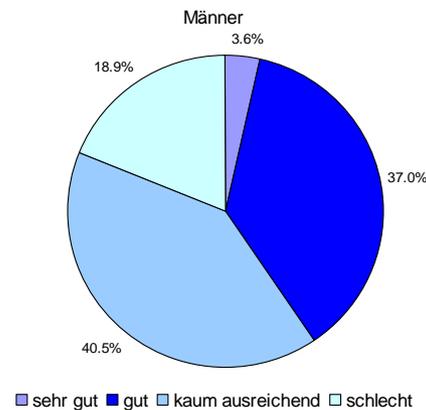
Quelle: FOBS, 2005

Abbildung 13a: Beurteilung der Rentabilität durch Unternehmerinnen, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Abbildung 13b: Beurteilung der Rentabilität durch Unternehmer, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Beurteilen Männer und Frauen die derzeitige Rentabilität ihres Unternehmens unterschiedlich? Augenscheinlich sind Männer etwas positiver eingestellt (Abbildungen 13a und 13b). Nach der Rentabilität ihres Unternehmens befragt waren 31,3% der Frauen der Ansicht, sie sei „gut“; dieser Anteil lag unter dem der Männer (37%).

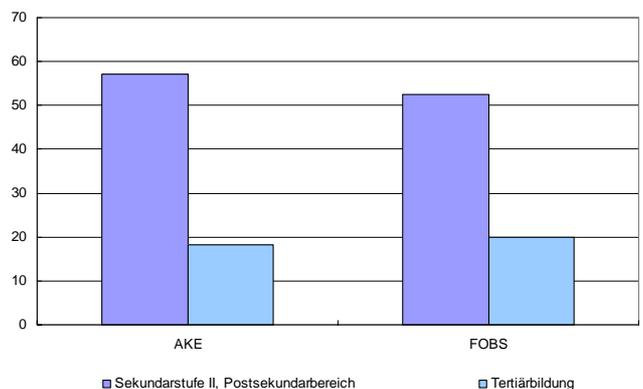
Dagegen hielten mehr Frauen die Rentabilität für „schlecht“ (26,9%; Männer: 18,9%). Auch wenn bei beiden Geschlechtern der Anteil der Unternehmer, die die Rentabilität entweder als „kaum ausreichend“ oder „schlecht“ beurteilen höher ist als der Anteile derer, die sie als „sehr gut“ oder „gut“ bewerten, scheinen Männer doch optimistischer zu sein.

Bildung

Die Gründung eines Unternehmens erfordert nicht unbedingt ein entsprechendes Bildungsniveau, aber Bildung kann ein Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg sein. Um diesen Faktor zu beurteilen, werden Startschwierigkeiten und die Beurteilung von Innovation im Unternehmen im Zusammenhang mit dem Bildungsniveau untersucht.

Zu ihrem Bildungsniveau befragt - auf der Grundlage der Internationalen Standardklassifikation des Bildungswesens (ISCED) – gaben 28% der Unternehmer das Bildungsniveau Primar- und Sekundarbereich I an (ISCED 1 und 2), 42% das Bildungsniveau Sekundarstufe II (ISCED 3), 11% den Post-Sekundarbereich (nicht-tertiär) (ISCED 4) und 20% den Tertiärbereich (ISCED 5 und 6).

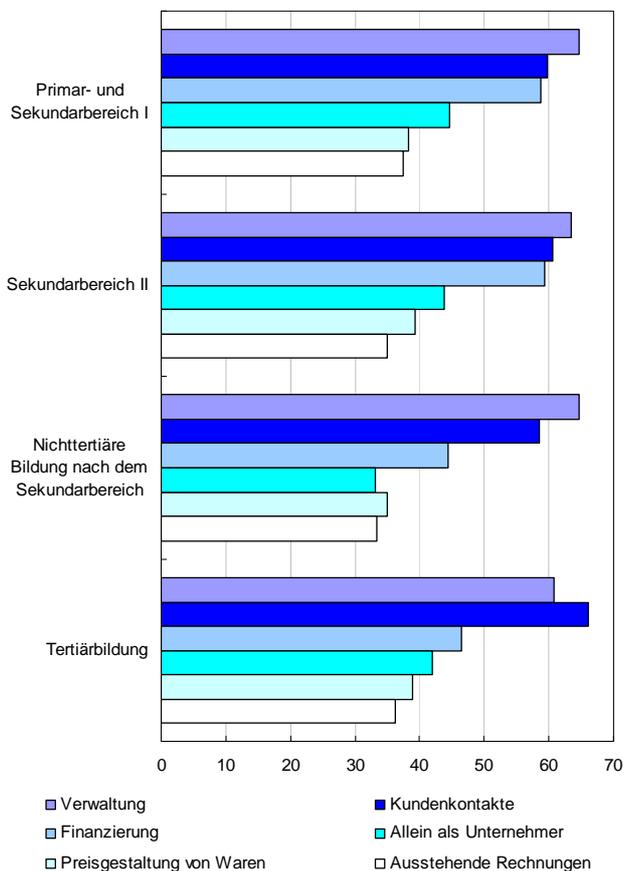
Abb. 14: Bildungsniveau der Unternehmer verglichen mit dem Bildungsniveau der Erwerbsbevölkerung, in %



Quelle: Arbeitskräfteerhebung, 2002 und FOBS, 2005

Die Anteile der Unternehmer mit Bildungsniveau Sekundarstufe II oder Postsekundarbereich sind in der AKE und der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ fast gleich (etwa 55%). Und es gibt auch keine großen Unterschiede bei der Tertiärbildung: in der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ wiesen 20% der Unternehmer eine Tertiärbildung auf, während dieser Anteil sich in der AKE auf 18% belief.

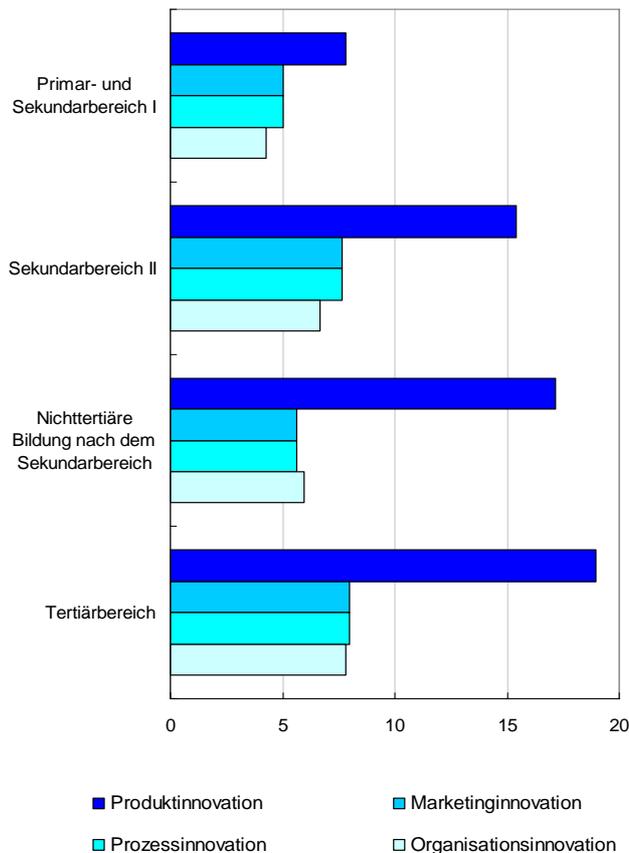
Abb. 15: Startschwierigkeiten nach Bildungsniveau, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Bei den sechs wichtigsten Startschwierigkeiten wird „Verwaltung“ von den Unternehmern mit drei von vier Bildungsniveaus am häufigsten genannt. Bei den Unternehmern mit Tertiärbildung ist diese Schwierigkeit allerdings nach den „Kundenkontakten“ zu finden, die das zweitwichtigste Problem der drei niedrigeren Bildungsniveaus sind. Die drittwichtigste Schwierigkeit aller Bildungsniveaus war „Finanzierung“. Interessanterweise ist „Allein als Unternehmer“ auf dem postsekundären nicht-tertiären Bildungsniveau erheblich weniger wichtig als bei den drei übrigen Bildungsniveaus.

Abb. 16: Beurteilung der Innovationsfähigkeit des eigenen Unternehmens durch die Unternehmer, nach Bildungsniveau, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Befragte man die Unternehmer, die ihr Unternehmen für innovativ halten (Abbildung 16), nach der Beurteilung des Innovationstyps, dann wählten die meisten Unternehmer aller Bildungsniveaus „Produktinnovation“ (zwischen 7,8% und 19,0%). „Marketinginnovation“ steht bei allen Bildungsniveaus an zweiter Stelle, mit Anteilen zwischen 6,1% und 11,9% der Unternehmer. Generell hängt die Beurteilung von Innovation mit dem Bildungsniveau zusammen. Auf dem niedrigsten Bildungsniveau sind die Prozentsätze der Innovationsbeurteilung auch am niedrigsten.

Auch in den einzelnen Ländern war dieses Muster festzustellen, mit einer einzigen wichtigen Ausnahme, nämlich Portugal, wo „Marketinginnovation“ von den Unternehmern am häufigsten genannt wurde. Aus dem Vergleich von Länderdaten geht hervor, dass die Bedeutung der Innovation in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich ist. In Schweden liegen die Anteile der Unternehmer, die einen der vier Innovationstypen wählen, zwischen 12,4% und 39,9%, in Rumänien dagegen zwischen 2,5% und 6,8%.

Bei genauerer Betrachtung der Beurteilung der Produktinnovation durch Unternehmer nach Bildungsniveau ist ein Zusammenhang festzustellen. In den meisten Ländern steigt der Prozentsatz derer, die „Produktinnovation“ wählen, mit dem Bildungsniveau.

Tabelle 3: Beurteilung der Innovationsfähigkeit des eigenen Unternehmens durch die Unternehmer, nach Land und Bildungsniveau, in %

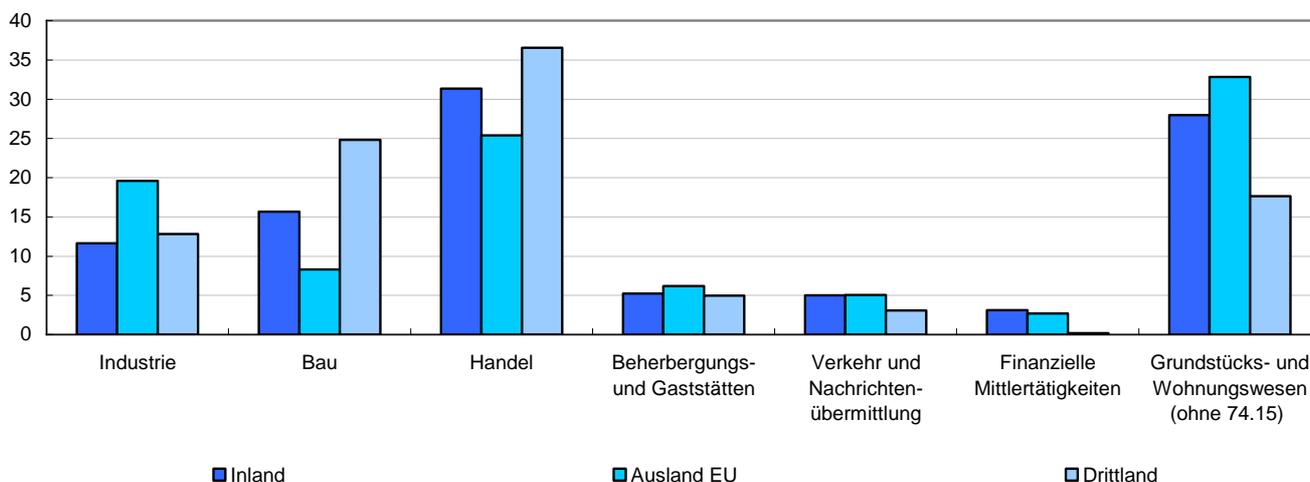
	Durchschnitt	CZ	DK	EE	IT	LV	LT	LU	AT	PT	SI	SK	SE	BG	RO
<i>Insgesamt</i>	14,2	19,6	16,3	17,5	9,0	26,6	24,0	25,8	23,3	17,8	30,0	31,8	39,9	9,6	6,8
Primar- und Sekundarbereich I	7,8	12,7	10,8	10,9	5,2	22,7	37,5	20,2	14,9	11,1	19,0	28,7	33,9	2,3	3,7
Sekundarbereich II	15,4	19,7	9,0	18,4	10,5	23,3	18,7	16,9	20,0	18,8	30,3	32,3	38,1	6,8	6,9
Nichttertiäre Bildung nach dem Sekundarbereich	17,2	21,1	18,7	12,6	14,6	25,8	15,2	27,8	24,4	31,9	26,7	38,8	42,7	9,6	11,4
Tertiärbildung	19,0	23,2	22,6	19,3	10,9	29,4	27,0	33,2	27,3	31,5	33,6	33,5	43,3	14,8	8,3

* Der Durchschnittswert beruht auf den Daten von 10 Ländern (CZ, DK, IT, LT, LU, AT, SK, SE, BG und RO).

Quelle: FOBS, 2005

Staatsangehörigkeit

Abb. 17: Verteilung der Wirtschaftstätigkeiten der Unternehmer nach Staatsangehörigkeit, Durchschnitt der verfügbaren Länder, in %



Quelle: FOBS, 2005

Inwiefern ist die Staatsangehörigkeit der Unternehmer ein Faktor für den Unternehmenserfolg? Gibt es Unterschiede bei den Wirtschaftszweigen (NACE Abschnitte), in denen Unternehmer unterschiedlicher Staatsangehörigkeit sich hervortun? 96,7% der Unternehmer sind Staatsangehörige des Landes, in dem sie ihr Unternehmen gegründet haben, während die restlichen 3,3% ausländische Unternehmer sind, davon 1,4% EU-Staatsangehörige und 1,9% aus Drittländern. Die Zahl der ausländischen Unternehmer in der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ war jedoch relativ gering, wodurch ein verzerrtes Bild entstehen kann.

Die meisten Unternehmer, die Staatsangehörige des Landes waren, in dem sie ihr Unternehmen gründeten, arbeiteten in den Sektoren „Handel“ / NACE Abschnitt G (31,3%), „Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen“ / Abschnitt K (28,0%) und „Bau“ / Abschnitt F (15,7%).

Im Gegensatz dazu waren die meisten ausländischen EU-Unternehmer in den Sektoren „Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen“ / Abschnitt K (32,8%) und „Handel“ / Abschnitt G (25,4%) tätig - zwei Wirtschaftszweige, deren Bedeutung bei den Staatsangehörigen des jeweiligen Landes umgekehrt war – und „Industrie“ / Abschnitte C bis E (19,6%).

Mehr als ein Drittel aller Unternehmer aus Drittländern ist im „Handel“ (36,6%) tätig, fast ein Viertel im „Bau“ (24,8%) und 17,6% im „Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen“ tätig.

Nicht mehr als 10% der Angehörigen aller Staatsangehörigkeitsformen waren in einem der anderen Wirtschaftszweige tätig (NACE Abschnitt).

➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

ERFASSUNGSBEREICH

Die Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ wurde von 13 Mitgliedstaaten (CZ, DK, EE, FR, IT, LV, LT, LU, AT, PT, SI, SK und SE) sowie den Beitrittsländern (BG und RO) durchgeführt.

Die Ergebnisse dieser Erhebung vermitteln Erkenntnisse über die Faktoren, die für den Erfolg und das Wachstum neu gegründeter Unternehmen maßgebend sind, wobei insbesondere die Motivation für die Gründung eines eigenen Unternehmens, die Hindernisse und Risiken, mit denen die Unternehmen in den ersten Jahren ihres Bestehens konfrontiert sind, die aktuelle Situation des Unternehmens und die Pläne des Unternehmens für die künftige Entwicklung betrachtet werden.

MITTELWERT

Im gesamten verbreiteten Datensatz setzt sich der gewogene Mittelwert aus zehn Ländern zusammen, deren Daten am systematischsten zur Verfügung stehen. Es handelt sich um CZ, DK, IT, LT, LU, AT, SK, SE, BG und RO. EE, PT, LV und SI sind nicht enthalten, weil die Daten zum Teil vertraulich sind und daher viele Aggregate verborgen werden müssten. Französische Daten sind nicht enthalten, weil sie einer ähnlichen Erhebung entnommen wurden, die unabhängig durchgeführt wurde (SINE) und sich nur teilweise mit der Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“ überschneidet.

MERKMALE

Der Datensatz bezieht sich auf folgende Aspekte im Zusammenhang mit neu gegründeten Unternehmen:

- die Startbedingungen des Unternehmens, z.B. die Finanzierung, Unterstützung und Schwierigkeiten, die in der Anlaufphase aufgetreten sind;
- das Profil des Unternehmers, der das Unternehmen gegründet hat, beispielsweise Alter, Geschlecht, Bildungsstand, frühere Erfahrungen und Motivation für die Unternehmensgründung;
- die aktuelle Situation des Unternehmens, z.B. Marktposition, Wachstumspotenzial, Beschäftigtenzahl und Umsatz;
- die Zukunftsaussichten des Unternehmens aus der Sicht des Unternehmers.

ZIELGRUPPEN

Die Zielgesamtheit der Erhebung wurde gemäß der Konzepte der Erhebung von Daten für die Unternehmensdemografie definiert als die 2002 gegründeten Unternehmen, die 2005 fortbestanden und noch von dem ursprünglichen Unternehmer oder Gründer geleitet wurden.

STATISTISCHE EINHEITEN:

Die statistische Einheit ist das Unternehmen. In der Praxis beziehen sich die Daten vieler Länder auf rechtliche Einheiten, die in den meisten Fällen dem Unternehmen gleichzusetzen sind.

DATENQUELLE

Die Daten wurden in der Regel von den nationalen statistischen Ämtern (NSÄ) im Rahmen einer Erhebung bei den Unternehmen erhoben. Die Stichprobengröße betrug in den meisten Ländern 2 000 bis 4 000 Unternehmen.

Zwischen den einzelnen Ländern kann es Unterschiede im Hinblick auf den Erfassungsbereich geben. Zur Aktualisierung der Unternehmensregister werden je nach den nationalen Rechtsvorschriften verschiedene administrative Quellen herangezogen und es wird auch von verschiedenen Erhebungen Gebrauch gemacht.

DEFINITIONEN

Unternehmensgründungen

Eine Unternehmensgründung ist mit der Schaffung einer Kombination von Produktionsfaktoren gleichzusetzen, mit der Einschränkung, dass keine anderen Unternehmen an diesem Ereignis beteiligt sind.

Unternehmensfortbestand

Ein Unternehmen besteht fort, wenn es gemessen an der Beschäftigung und/oder dem Umsatz im Jahr seiner Gründung und im (in den) folgenden Jahr(en) noch aktiv ist.

Produktinnovation

Einführung von Waren und/oder Dienstleistungen, die in ihren grundlegenden Merkmalen, ihren technischen Spezifikationen, ihrer integrierten Software oder ihrer anderen immateriellen Komponenten, ihrem vorgesehenen Verwendungszweck oder ihrer Benutzerfreundlichkeit neu oder merklich verbessert wurden.

Prozessinnovation

Umsetzung neuer und merklich verbesserter Produktionstechnologien oder neuer und merklich verbesserter Verfahren zur Bereitstellung von Dienstleistungen und zur Lieferung von Produkten.

Organisationsinnovation

Einführung neuer und merklich verbesserter Managementmethoden.

Marketinginnovation

Einführung neuer und merklich verbesserter Verkaufsmethoden für Waren oder Dienstleistungen.

Internationale Standardklassifikation für das Bildungswesen - ISCED

- ISCED 1-2: Primar- und Sekundarbereich I
- ISCED 3: Sekundarbereich II
- ISCED 4: Nichttertiäre Bildung nach dem Sekundarbereich
- ISCED 5-6: Erste und zweite Stufe der Tertiärbildung

WIRTSCHAFTSZWEIGE - NACE

Die Datensätze werden nach neun Aggregaten entsprechend den Wirtschaftszweigen der NACE Rev. 1.1 aufgeschlüsselt

C bis E	Industrie
C bis K ohne 74.15	Industrie und Dienstleistungen ohne öffentliche Verwaltung und Tätigkeiten von Holdinggesellschaften
F	Bau
G	Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern
G bis K ohne 74.15	Dienstleistungen ohne öffentliche Verwaltung und Tätigkeiten von Holdinggesellschaften
H	Beherbergungs- und Gaststätten
I	Verkehr und Nachrichtenübermittlung
J	Finanzielle Mittlertätigkeiten
K ohne 74.15	Grundstücks- und Wohnungswesen ohne Tätigkeiten von Holdinggesellschaften

ABKÜRZUNGEN

AKE	Arbeitskräfteerhebung
FOBS	Erhebung „Faktoren für den Unternehmenserfolg“

Weitere Informationsquellen:

Daten: [EUROSTAT Webseite/Leitseite/Industrie, Handel und Dienstleistungen/Daten](#)

Industrie, Handel und Dienstleistungen

Industrie, Handel und Dienstleistungen - horizontale Ansicht

Kurzfristige Unternehmensstatistik - Monatliche und vierteljährliche

 Konjunkturstatistiken (Industrie, Baugewerbe, Einzelhandel und andere Dienstleistungen)

 Strukturelle Unternehmensstatistik (Industrie, Baugewerbe, Handel und Dienstleistungen)

Besondere Themen der strukturellen Unternehmensstatistik

 Unternehmensdemographie

 **Faktoren des Unternehmenserfolgs**

Journalisten können den Media Support Service kontaktieren:

BECH Gebäude Büro A4/125
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408
Fax (352) 4301 35349

E-mail: eurostat-mediasupport@ec.europa.eu

European Statistical Data Support:

Eurostat hat zusammen mit den anderen Mitgliedern des „Europäischen Statistischen Systems“ ein Netz von Unterstützungszentren eingerichtet; diese Unterstützungszentren gibt es in fast allen Mitgliedstaaten der EU und in einigen EFTA-Ländern.

Sie sollen die Internetnutzer europäischer statistischer Daten beraten und unterstützen.

Kontakt Informationen für dieses Unterstützungsnetz finden Sie auf unserer Webseite:
<http://ec.europa.eu/eurostat/>

Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim:

Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften

2, rue Mercier
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.europa.eu>
E-mail: info-info-opoce@ec.europa.eu
