

Gründungsbereitschaft junger Menschen in Deutschland

gen *now*

empowering youth for
a sustainable future





© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

2024

Herausgeber

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256, 33311 Gütersloh
bertelsmann-stiftung.de

Autoren

Dr. Tobias Bürger, Bertelsmann Stiftung
Theresa Neto Romeira, Bertelsmann Stiftung
Dr. Jens Schüler, Universität Bayreuth
Ivo Andrade, Bertelsmann Stiftung

Zitationshinweis

Bürger, T., Neto Romeira, T., Schüler, J., & Andrade, I. (2024). Gründungsbereitschaft junger Menschen in Deutschland. Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). Gütersloh.

Layout und Datenvisualisierung

Paul Feldkamp

Bildnachweis

© Paul Feldkamp

DOI 10.11586/2024086

Inhaltsverzeichnis

Das Wichtigste in Kürze	3
1. Die eigene Zukunft gestalten	4
2. Wer sich in Deutschland vorstellen kann zu gründen	6
3. Junge Menschen sehen große Gründungsbarrieren	8
4. Das Gründungsinteresse junger Menschen fördern	11
4.1 Gründungsrelevante Kompetenzen vermitteln	12
Drei Beispiele für Gründernetzwerke	12
4.2 Gründungsfreundliche Kultur schaffen	13
4.3 Gründungsfördernde Strukturen etablieren	14
Methodik	15
Literatur	15

Das Wichtigste in Kürze

- 40 Prozent der befragten jungen Menschen zwischen 14 und 25 Jahren können sich vorstellen zu gründen. Von ihnen haben 25 Prozent eine Gründung fest eingeplant, die übrigen 75 Prozent sind sich noch unsicher.
- Ob sich jemand eine Gründung vorstellen kann, ist auch entlang von sozialen Merkmalen strukturiert, z. B. Geschlecht, Migrationshintergrund, Alter oder Wohnort.
- Die wichtigsten Barrieren, die junge Menschen von einer Gründung abhalten, sind Unsicherheit, zu wenig Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten, Stress und fehlendes Wissen.
- Unsere Vorschläge zielen darauf ab auf, die für junge Menschen gründungsrelevanten Kompetenzen zu stärken sowie eine gründungsfreundlichere Kultur und entsprechende Rahmenbedingungen zu etablieren.

1. Die eigene Zukunft gestalten

Nicht nur durch weltweite Proteste gegen den Klimawandel, sondern auch durch ein stärkeres Engagement für Nachhaltigkeit haben junge Menschen in den vergangenen Jahren auf sich aufmerksam gemacht. Junge Menschen haben den Anspruch, ihre eigene Zukunft aktiv mitzugestalten. Future Skills, also Zukunftskompetenzen, wie etwa die Fähigkeit, komplexe Probleme zu lösen, Innovationen zu generieren oder Zusammenarbeit, bilden dabei die Kompetenzgrundlage für viele Lösungsansätze – sowohl bei der Lösung gesellschaftlicher als auch unternehmerischer Herausforderungen.

Die Verbindung dieser Zukunftskompetenzen mit unternehmerischem Denken hin zu einem sogenannten Entrepreneurial Mindset kommt nicht nur denjenigen zugute, die eigene Unternehmen aufbauen wollen. Denn diese Kompetenzen helfen auch dabei, Chancen wahrzunehmen, Kreativität oder die Kooperations- und Risikobereitschaft zu stärken. Sie unterstützen somit zentrale Kompetenzen zur Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft (Ebeling et al. 2022; Birk, Markscheffel und Zivanovic 2023).

Endlich sein eigener Chef bzw. seine eigene Chefin sein

Für viele junge Menschen auf der ganzen Welt ist dieser Gedanke die Hauptmotivation für die Gründung eines eigenen Unternehmens (OECD/European Commission 2023). Was vor allem in jüngeren Jahren als ein Karriereweg gesehen wird, verliert über die Zeit allerdings häufig an Interesse. Dabei sind die Möglichkeiten, mit innovativen Geschäftsideen ein erfolgreiches Unternehmen zu gründen, vielfältig, und auch aus gesamtwirtschaftlicher Sicht langfristig ein wichtiger Faktor (Gottschalk und Hottenrott 2024). Hier stimmt es positiv, dass zunehmend Neugründungen in Deutschland beobachtet werden können. 2023 waren es in Deutschland etwa 568.000 Existenzgründungen, ein Plus von 3 Prozent bzw. 18.000 Gründungen gegenüber dem Vorjahr (KfW Bankengruppe 2024).

Ob eine Unternehmensgründung in Betracht gezogen wird, hängt von verschiedenen individuellen und strukturellen Faktoren ab, wie z. B. Alter und Geschlecht oder dem finanziellen Risiko. Würden in den OECD-Ländern ebenso viele der 18- bis 30-Jährigen ein Unternehmen gründen, wie es Personen aus der Gruppe der 30- bis 49-jährigen Männer tun, dann müsste die Anzahl der Gründungen um 821.000 junge Gründer:innen höher ausfallen (OECD/European Commission 2023). Auch gründen Frauen seltener als Männer. Die Gründungsquote der Frauen liegt mit 7,1 Prozent trotz eines historischen Höchststandes deutlich unter der Gründungsquote der Männer von 11 Prozent (GEM 2023b).

Insgesamt ist Europa hinsichtlich der unternehmerischen Aktivität im internationalen Vergleich abgeschlagen. Für zuletzt teilweise positive Entwicklung sind solide unternehmerische Rahmenbedingungen, wie etwa ein attraktives Marktumfeld und ein effektiver Patent- und Markenschutz, verantwortlich, denn die unternehmerische Ausbildung sowie eine digitale Infrastruktur sind nach wie vor unzureichend (GEM 2023a).

Entrepreneure leisten einen wichtigen Beitrag zur sozioökonomischen Entwicklung. In den vergangenen Jahrzehnten revolutionierten sie Wirtschaft und Gesellschaft durch die Entwicklung und Einführung innovativer Technologien und Geschäftsmodelle. Insbesondere junge Gründer:innen entwickeln und integrieren dabei als Impulsgeber:innen frühzeitig technologische Entwicklungen (Schüler et al. 2023; Redford et al. 2023). Zunehmend nehmen sie eine Langzeitperspektive ein und wollen durch die Gründung nachhaltiger Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Transformation der Wirtschaft leisten (Schneekloth et al. 2022).

Youth Entrepreneurship und Social Entrepreneurship

Vor dem Hintergrund ökologischer, ökonomischer und sozialer Herausforderungen kommt Youth Social Entrepreneurship international eine herausragende Rolle zu. Denn nach Schätzungen der Vereinten Nationen (United Nations 2020) fehlen für Jugendliche weltweit in den kommenden 15 Jahren rund 600 Millionen Arbeitsplätze. Allein im Jahr 2020 waren weltweit 282 Millionen Jugendliche nicht in einer Ausbildung, Weiterbildung oder Beschäftigung (Not in Education, Employment or Training, NEET) – und somit jede:r fünfte Jugendliche (ILO 2022).

Junge Unternehmer:innen – sogenannte Youth Entrepreneurs – sind unter 30 Jahre alt und identifizieren und ergreifen unternehmerische Gelegenheiten (Schüler et al. 2023). Impact Entrepreneurs, auch Social Entrepreneurs genannt, widmen sich insbesondere der Unterstützung der Ziele für eine nachhaltige Entwicklung – den Sustainable Development Goals (SDGs) – die unternehmerische Mittel im Kampf gegen Armut, Hunger und unzureichender Bildung einsetzen (United Nations 2023). Impact Entrepreneurs achten darauf, dass die von ihnen geschaffenen Produkte und Dienstleistungen soziale oder ökologische Rahmenbedingungen verbessern und sie damit einen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Mehrwert erbringen. In Deutschland richten sich Angebote von Social Entrepreneurs häufig an Personengruppen, die von sozialen Missständen betroffen sind, wie etwa Kinder und Jugendliche oder Menschen mit Migrations- oder Fluchthintergrund (SEND e.V. 2022).

Gründungsinteresse in Deutschland

Rund 40 Prozent der 14- bis 25-Jährigen kann sich laut unserer Umfrage vorstellen, ein Unternehmen zu gründen.¹ Umgerechnet auf die durchschnittliche Klassengröße an integrierten Gesamtschulen in Deutschland können sich von 24 Schüler:innen also zumindest neun bis zehn (37,5 Prozent) vorstellen zu gründen, auch wenn dies bei dem größeren Teil noch mit Unsicherheiten verbunden ist.

Nur neun der von uns insgesamt 1.662 befragten Jugendlichen haben sich nach der Schule selbstständig gemacht, was einem Anteil von lediglich 0,5 Prozent entspricht. Dass in Deutschland laut dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2023b) dann nur knapp jede:r Sechste (15,2 Prozent) der 18- bis 24-Jährigen tatsächlich ein:e Gründer:in ist – Daten für Gründer:innen unter 18 Jahren werden bisher nicht erhoben –, verwundert beim eigentlich sehr großen Interesse der hier befragten 14- bis 25-jährigen Jugendlichen. Warum setzen so viele gründungsinteressierte junge Menschen in Deutschland ihre Gründungspläne offenbar nicht um? Fehlen ihnen die notwendigen Gründungskompetenzen oder scheitern sie in der Gründungsplanung an bürokratischen oder finanziellen Hürden?

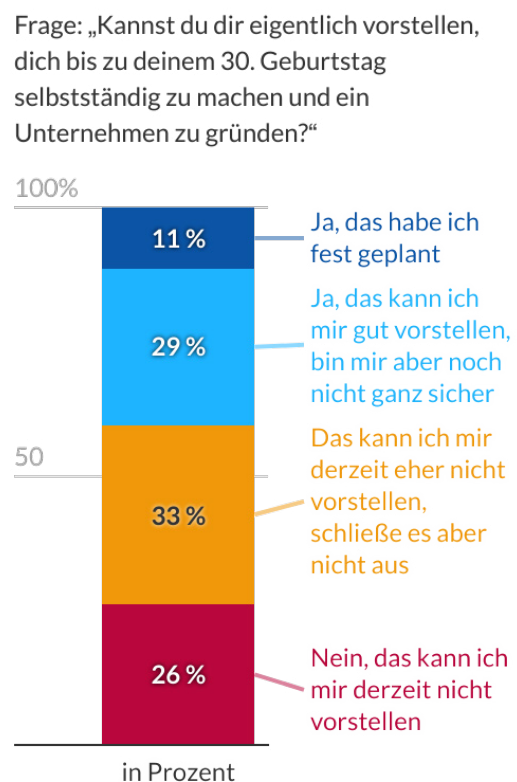
¹ Bei einer erneuten, bisher unveröffentlichten, Erhebung dieser Frage mittels einer repräsentativen Befragung im April 2024 bekundeten auch in diesem Jahr rund 40 Prozent der 14- bis 25-Jährigen ein Gründungsinteresse.

2. Wer sich in Deutschland vorstellen kann zu gründen

Bei der Gründungsintention zeigen sich auch zwischen den Befragten Unterschiede. Bei männlichen Jugendlichen, die sich häufiger vorstellen können zu gründen, ist der Pfad als Unternehmer eher eingeplant (14 Prozent) als bei weiblichen Jugendlichen (9 Prozent).² Das Alter macht bei denen, die sich eine Gründung nicht vorstellen können, einen Unterschied. Ältere Befragte schließen eine Gründung häufiger aus als Jüngere. Auch der Migrationshintergrund³ der Befragten hat einen Einfluss auf das Gründungsverhalten. Jugendliche, die nicht in Deutschland geboren wurden, können sich eine Gründung etwas eher vorstellen als in Deutschland Geborene. In allen Antwortkategorien zeigen sich Unterschiede von etwa 5 Prozent. Fest geplant zu gründen haben beispielsweise 15 Prozent der Befragten mit Migrationshintergrund, während dies nur auf 10 Prozent der Befragten ohne Migrationshintergrund zutrifft. Bei Schüler:innen fallen die Unterschiede mit jeweils rund 2 Prozent deutlich geringer aus.

Doch wo wohnen junge Menschen, die sich vorstellen können zu gründen? In Orten (unter 5.000 Einwohner:innen) ist der Anteil gründungsinteressierter junger Menschen besonders gering. Zwar können sich hier 39 Prozent aller Befragten vorstellen zu gründen, in Kleinstädten (über 5.000 Einwohner:innen) liegt der Anteil dagegen bereits 5 Prozent höher. In Großstädten mit einer Größe über 500.000 Einwohner:innen ist es bereits knapp die Hälfte der Befragten, die sich eine Gründung vorstellen kann.

ABBILDUNG 1
Gründungsbereitschaft bei 14- bis 25- Jährigen



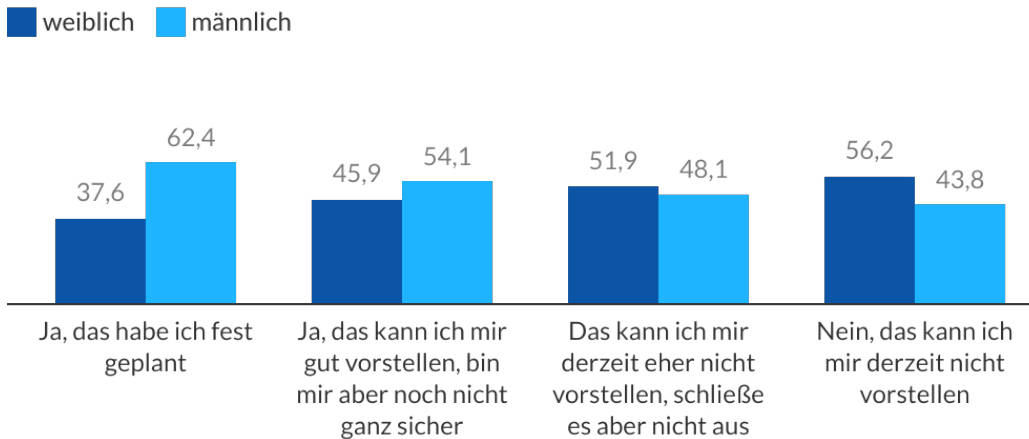
Quelle: Eigene Berechnung

- 2 Von den befragten 1.694 Personen wurden 1.662 Personen in die Analyse einbezogen, welche die Frage zur Selbstständigkeit beantworteten. In der Befragung liegt der Altersdurchschnitt bei 20 Jahren. Dabei ist rund ein Viertel der Befragten unter 18 Jahren, knapp drei Viertel sind älter als 18 Jahre. Weibliche und männliche Personen sind in der Stichprobe mit 49,4 Prozent weiblichen sowie mit 50,6 Prozent männlichen Personen annähernd wie in der Grundgesamtheit repräsentiert. Die Anzahl der Befragten, die als Geschlecht divers angaben, war zu gering für eine aussagekräftige statistische Analyse und konnte deshalb nicht berücksichtigt werden. Jede:r Dritte der Befragten ist nicht in Deutschland geboren (28,10 Prozent), womit der Anteil der Befragten mit Migrationshintergrund etwas geringer als der Bundesdurchschnitt ist, was anteilig auf unterschiedliche Definitionen des Migrationshintergrunds zurückzuführen sein kann (BIBB 2023). Fast die Hälfte der Befragten (44,65 Prozent) gibt an, Schüler:in zu sein, wovon die meisten ein Gymnasium besuchen, gefolgt von beruflichen Schulen, Realschule und Hauptschule. Diese Verteilung spiegelt sich in etwa auch in der Rangfolge des höchsten angestrebten Abschlusses wider: Abitur, Realschule, Hauptschule, Studium. Wer von den Befragten nicht mehr zur Schule geht, studiert zum Zeitpunkt der Befragung (18,23 Prozent), befindet sich in einer dualen Ausbildung (15,88 Prozent) oder in einer schulischen Ausbildung (11,55 Prozent).
- 3 In der Befragung wird der Migrationshintergrund anteilig durch den Geburtsort definiert.

ABBILDUNG 2

Gründungsbereitschaft bei 14- bis 25-Jährigen nach Geschlecht (in %)

Frage: „Kannst du dir eigentlich vorstellen, dich bis zu deinem 30. Geburtstag selbstständig zu machen und ein Unternehmen zu gründen?“



Quelle: Eigene Berechnung

Blicken wir auf die Gruppe der Schüler:innen, vergrößern sich die Unterschiede zusätzlich. In einem Ort mit unter 5.000 Einwohner:innen können sich nur 36 Prozent der Schüler:innen eine Gründung vorstellen, in Kleinstädten ist dies bereits mehr als jede:r Zweite (54 Prozent). In Großstädten sind es sogar fast 60 Prozent der Schüler:innen.

Wer sich den Schritt in die Selbstständigkeit vorstellen kann, hat unterschiedliche Vorstellungen davon, wann dafür der beste Zeitpunkt ist und welche Kriterien für diese Wahl entscheidend sind. 7,71 Prozent wollen vor der Gründung erst die Schule, das Studium (17,47 Prozent) oder eine Ausbildung (11,81 Prozent) abschließen. Knapp zwei Drittel (63 Prozent) gibt an, vor der Gründung erst einmal Berufserfahrung sammeln zu wollen. Dies deutet darauf hin, dass ein wahrgenommener Erfahrungs- oder Kompetenzmangel für diese Entscheidung ausschlaggebend sein könnte.

Junge Menschen in Deutschland zeigen großes Interesse an einer Gründung, doch zu selten können sie dieses Potenzial wirklich umsetzen. Jugendliche, die männlich sind, in städtischen Gebieten leben oder einen Migrationshintergrund haben, zeigen mehr Interesse als Jugendliche, die weiblich sind, in ländlichen Gebieten leben und keinen Migrationshintergrund haben. Hinsichtlich der demografischen Merkmale lassen sich auf den ersten Blick Treiber und Barrieren identifizieren, die die Gründungsvorstellungen der befragten jungen Menschen beeinflussen. Doch welche individuellen und strukturellen Barrieren führen dazu, dass junge Menschen sich nicht vorstellen können zu gründen?

3. Junge Menschen sehen große Gründungsbarrieren

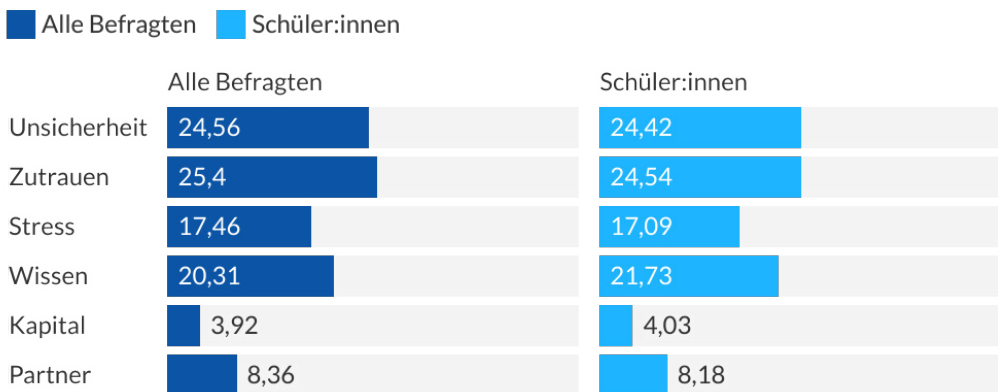
Die Frage, ob jemand sich vorstellen kann zu gründen oder nicht, muss differenziert betrachtet werden. Mit Merkmalen wie Geschlecht, Alter und Migrationshintergrund gehen unterschiedlich hohe Gründungsbereitschaften einher. Daneben gibt es Barrieren⁴ auf individueller oder struktureller Ebene (Schüler et al. 2023).

Von den Befragten, die sich nicht vorstellen können zu gründen, führt dies etwa jede:r Vierte auf fehlendes Zutrauen in die eigenen Kompetenzen, eine damit verbundene Unsicherheit oder fehlende Erfahrung und Wissen zurück. Etwa jede:r Sechste führt jedoch auch Stress an (17,46 Prozent).

Eine Gründung wird als zu stressig empfunden und der damit einhergehende Zeitaufwand als zu hoch bewertet. Weitere Barrieren sind z. B. fehlendes Wissen (20,31 Prozent) und fehlendes Kapital (3,92 Prozent), das jedoch seltener als Hinderungsgrund gesehen wird. Somit sind die Barrieren für die Vorstellungskraft bezüglich einer Gründung: Unsicherheit, fehlendes Zutrauen, Wissen und Stress. Über die deskriptive Betrachtung wurden Gründungsbarrieren identifiziert, im nächsten Schritt soll nun mittels einer linearen Regression überprüfen werden, wie stark sich diese Barrieren auf die Gründungsabsicht der jungen Menschen auswirken.

ABBILDUNG 3
Gründungsbarrieren

Frage: „Und warum kannst du dir eher nicht vorstellen, dich selbstständig zu machen bzw. ein Unternehmen zu gründen?“ (Mehrfachauswahl möglich; in %)



Quelle: Eigene Berechnung

4 Erläuterung der Variablen: Im Rahmen der Befragung wurden Barrieren zur Gründung mit sechs Antwortkategorien sowie einem offenen Antwortfeld abgefragt. Barriere Unsicherheit: „eine Selbstständigkeit ist mir zu unsicher, ich strebe lieber ein sicheres Angestelltenverhältnis an“; Barriere Zutrauen: „ich habe zwar eine gute Geschäftsidee, ich traue mir aber eine erfolgreiche Selbstständigkeit ehrlich gesagt nicht zu“; Barriere Stress: „die Gründung einer Selbstständigkeit bzw. eines Unternehmens ist mir zu stressig“; Barriere Wissen: „ich weiß noch zu wenig darüber, was bei der Gründung einer Selbstständigkeit bzw. eines Unternehmens zu beachten ist“; Barriere Kapital: „ich habe zwar eine gute Geschäftsidee, weiß aber nicht, wie oder wo ich das Startkapital dafür erhalten könnte“; Barriere Partner: „zur Gründung einer Selbstständigkeit bzw. eines Unternehmens fehlt mir ein guter Geschäftspartner“. Offene Nennungen wurden in einer Konsolidierung den sechs Standardantworten zugeordnet: Unsicherheit (Selbstständigkeit zu unsicher, schlechte Erfahrung, Angst zu scheitern, fehlende Sicherheit, Beruf erlaubt keine Selbstständigkeit, kein Bedürfnis nach Selbstständigkeit, ich bin mir noch nicht sicher); Stress (zu stressig, ständiges Auf und Ab, fehlende Freizeit, benötigt viel Zeit, Freizeit wird von Arbeit dominiert, keine Zeit, sehr anstrengend); Wissen (man weiß zu wenig, negative Informationsquellen); Partner (es fehlt ein Geschäftspartner); Kapital (zu wenig Startkapital, finanzielle Aspekte, zu kostenintensiv); Zutrauen (zu wenig Zutrauen, fehlende Erfahrung, nicht sicher genug, bürokratische Hürden, fehlende berufliche Eignung, fehlende Motivation, keine gute Geschäftsidee).

Die Altersspanne der Befragten reicht von 14 bis 25 Jahren und deckt somit verschiedene Bildungsphasen ab, weshalb separat sowohl alle Befragten (Abbildung 4) als auch ausschließlich Schüler:innen (Abbildung 5) betrachtet werden. Auch die Regressionsanalyse zeigt, dass demografische Faktoren ebenfalls eine Rolle spielen. So sinkt etwa mit jedem Lebensjahr die Gründungsabsicht.

Männliche Jugendliche haben eine Gründung häufiger fest eingeplant. Männlich zu sein, zählt als Faktor ebenfalls leicht positiv auf die Gründungswahrscheinlichkeit ein (Abbildung 4). Auch ein höherer angestrebter Schulabschluss wirkt sich leicht positiv auf die Gründungsbereitschaft aus. Ob jemand in Deutschland geboren ist, hat keinen signifikanten Effekt, das deskriptive Ergebnis lässt sich also nicht auf alle jungen Menschen in Deutschland übertragen (vgl. Kapitel 2). Während eine höhere soziale Schicht der Familie einen leicht positiven Effekt auf die Vorstellung zu gründen hat, geht der Effekt für die finanzielle Schicht in die entgegengesetzte Richtung.⁵ Neben den demografischen Faktoren haben fünf Barrieren einen teils erheblichen Einfluss auf die Gründungsbereitschaft. Dabei ist für alle Befragten die mit einer Selbstständigkeit einhergehende Jobunsicherheit die größte Hür-

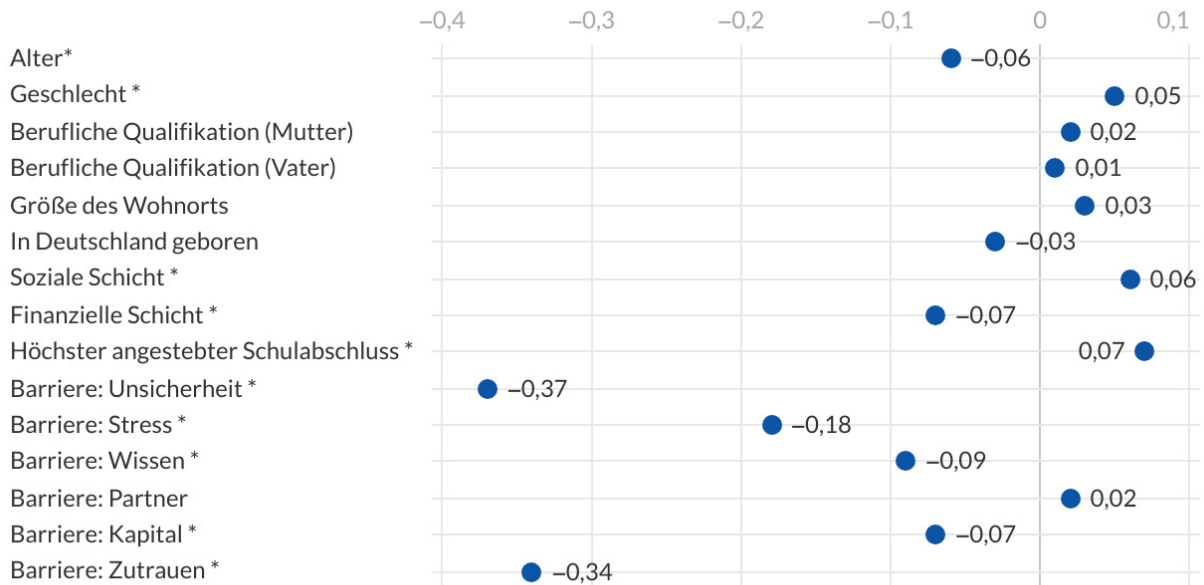
de, dicht gefolgt von dem fehlenden Zutrauen in die eigenen dafür benötigten Kompetenzen. Antizipierter Stress, mangelndes Wissen und fehlendes Startkapital haben ebenfalls einen negativen Einfluss darauf, ob sich eine Person vorstellen kann, ein Unternehmen zu gründen.

In einem zweiten Modell wurden ausschließlich Schüler:innen analysiert (Abbildung 5). In diesem Modell sind das Alter und Geschlecht nicht mehr signifikant. Der angestrebte Bildungsabschluss hat für die Gruppe der Schüler:innen einen etwas höheren Einfluss darauf, ob sie sich vorstellen können zu gründen. Ein erneuter Blick auf die Barrieren zeigt, dass auch für Schüler:innen Unsicherheit in Bezug auf die Realität als Gründer:in und fehlendes Zutrauen in die eigenen Kompetenzen die größten Gründungsbarrieren sind. Wie in Modell 1, das sich auf alle Befragten bezieht, stellt der vermutete Stress, der mit einer Unternehmensgründung verbunden ist, eine Barriere dar. Fehlendes Wissen ist hier zwar etwas relevanter, behindert aber auch Schüler:innen weniger stark als die anderen Barrieren. Die Frage danach, ob Startkapital fehlen könnte, ist für Schüler:innen keine signifikante Barriere.

5 Die Variablen soziale Schicht und finanzielle Schicht der Familie wurden durch Selbsteinschätzung der Befragten erhoben. Dies setzt voraus, dass Befragte z. B. den sozialen Status der Berufe der Eltern sowie das Familieneinkommen kennen. Es wird angenommen, dass dies nicht immer der Fall ist und die Variablen deshalb ungenau sind.

ABBILDUNG 4
Gründungsbarrieren (Modell 1)

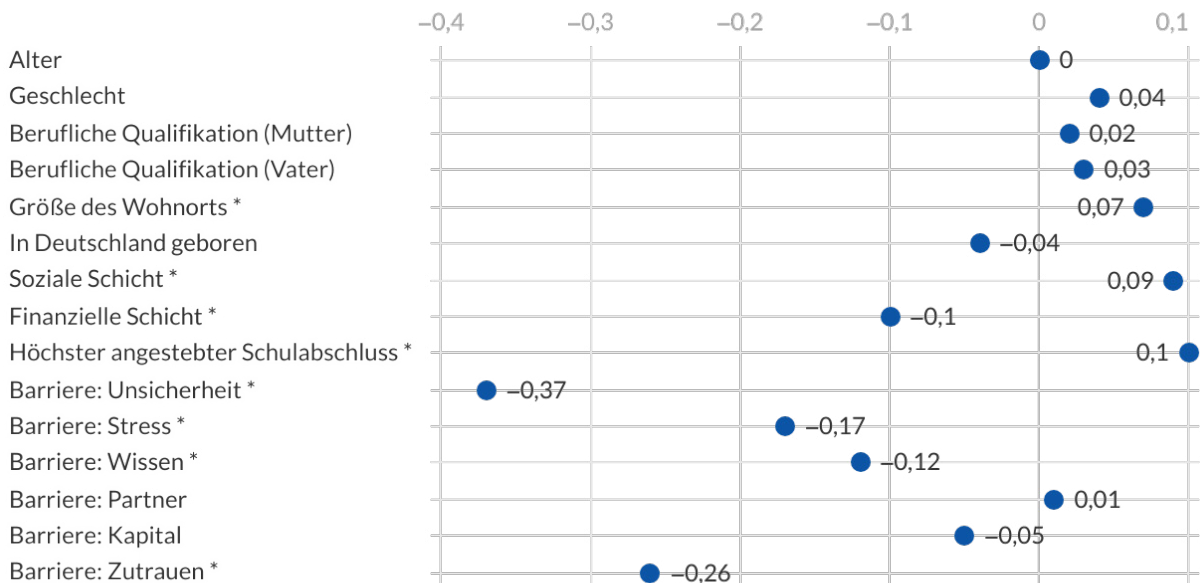
Das Regressionsmodell 1 (abhängige Variable: „kannst du dir vorstellen zu gründen?“) besitzt eine Erklärungskraft von 54 Prozent. In der Variablen sind signifikante Faktoren mit einem Signifikanzniveau von 0,05 gekennzeichnet (*). Es werden standardisierte Effekte berichtet. In das Modell wurden alle Befragten einbezogen (N = 1.310).



Eine Zuordnung der Variablen zu den Fragestellungen befindet sich in Fußnote 3.

ABBILDUNG 5
Gründungsbarrieren (Modell 2)

Das Regressionsmodell 2 (abhängige Variable: „kannst du dir vorstellen zu gründen?“) besitzt eine Erklärungskraft von 55 Prozent. In der Variablen sind signifikante Faktoren mit einem Signifikanzniveau von 0,05 gekennzeichnet (*). Es werden standardisierte Effekte berichtet. In das Modell wurden nur Schüler:innen einbezogen (N = 546).



Eine Zuordnung der Variablen zu den Fragestellungen befindet sich in Fußnote 3.

4. Das Gründungsinteresse junger Menschen fördern

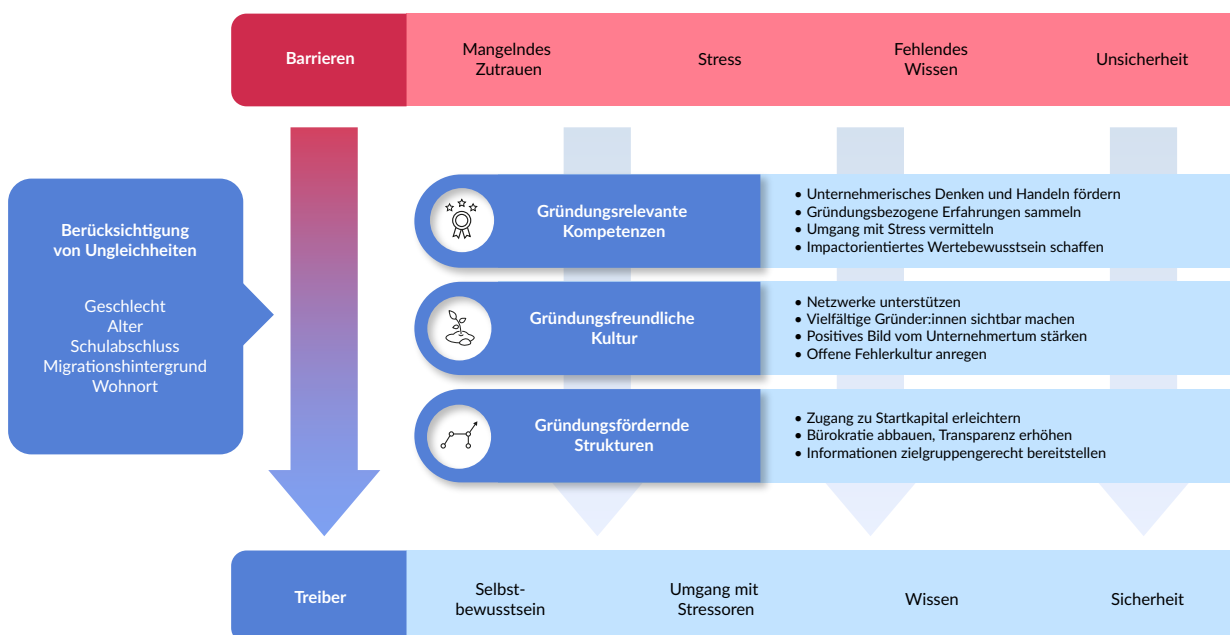
Obwohl viele junge Menschen sich eine Gründung vorstellen können, ist die Anzahl der Unternehmensgründungen in Deutschland seit Jahren niedrig und eine Trendwende in dieser Entwicklung nicht absehbar. Junge Menschen trauen sich eine Gründung oftmals nicht zu, etwa weil sie der Ansicht sind, nicht über die notwendige berufliche Erfahrung zu verfügen. Ebenfalls schätzen sie ihr eigenes Wissen um Gründungen und Unternehmensalltag als zu niedrig ein. Sie können sich eine Gründung auch nicht vorstellen, weil ihnen eine Selbstständigkeit zu unsicher erscheint und sie Angst haben zu scheitern. Ein starker Arbeitsmarkt bindet Fachkräfte und reduziert somit auch die Notwendigkeit für junge Menschen, sich selbstständig zu machen. Schließlich verbinden sie mit der Unternehmensgründung ein hohes Maß an Stress und befürchten z. B. mangelnde Kontinuität, weniger Freizeit und eine hohe Arbeitsbelastung.

Demografische Faktoren wie Alter oder Wohnort stellen ebenfalls strukturelle Hürden dar. Je älter Menschen werden, desto weniger können sie sich

prinzipiell eine Gründung vorstellen. Junge Menschen in größeren Städten können sich eine Gründung hingegen eher vorstellen. Doch obwohl die Unterschiede in der Gründungsintention teilweise gar nicht stark ausgeprägt sind, gründen weniger Frauen als Männer oder junge Menschen mit Migrationshintergrund. Für unsere Ergebnisse bedeutet das, dass die Zahl gründungsinteressierter junger Menschen sich letztlich stark verringert, sobald es um die tatsächliche Umsetzung einer Gründung geht.

Aus unseren Ergebnissen ergeben sich deshalb zwei Fragen: Wie können wir mehr junge Menschen dazu motivieren, dass sie sich eine Gründung vorstellen können? Und wie können wir sie besser dabei unterstützen, diesen Weg auch langfristig als legitimen Erwerbsweg neben Ausbildung und Studium weiterzuverfolgen? Dazu müssen die dargestellten Hürden abgebaut und in Treiber umgewandelt werden: Kompetenzen, Kultur und gründungsrelevante Strukturen sollten überprüft und an den Bedarfen junger Gründer:innen ausgerichtet werden.

ABBILDUNG 6
Treiber und Barrieren von Gründungsinteresse





4.1 Gründungsrelevante Kompetenzen vermitteln

Junge Menschen sind nicht ausreichend auf eine mögliche Selbstständigkeit als Berufsweg vorbereitet. Sie benötigen individuelle Unterstützungsangebote, um Kompetenzen zu entwickeln und Wissen und Praxis im Kontext von unternehmerischem Denken und Handeln aufzubauen. Gleichzeitig muss impactorientiertes Handeln gefördert und zu möglichen Stressoren aufgeklärt werden.

Zukunftsorientiertes unternehmerisches Denken und Handeln fördern

Viele Schüler:innen fühlen sich durch die Schule nur unzureichend auf das Berufsleben vorbereitet (Knoke und Wieland 2023). Damit Schüler:innen unternehmerische Ambitionen zukünftig besser umsetzen können, sollten unternehmerisches Denken und Handeln stärker gefördert und relevante Kompetenzen und Wissen Schüler:innen als Vertiefung zur Lösung ökologischer und sozialer Herausforderungen stärker vermittelt werden (Koch, Braukmann und Bartsch 2021). Hierzu sollten für junge Menschen mehr Raum zum Experimentieren und bedarfsorientierte, aktionsbasierte Bildungs- und Trainingsangebote geschaffen werden

(Birk, Markscheffel und Zivanovic 2023). Angebote außerhalb der Schule, Workshops oder Schülerfirmen, verschiedene Formate, bei denen Schüler:innen Erfahrungen sammeln und Selbstwirksamkeit erfahren können, bieten sich zu diesem Zweck an. Mit dieser Perspektive können gründungsrelevante Kompetenzen, die an den Bedarfen von Jugendlichen zur Gestaltung der nachhaltigen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft ausgerichtet sind, mittel- bis langfristig wichtige Ansatzpunkte für eine gesamtgesellschaftliche Transformationsbewegung sein.

Stressresistenz stärken

Junge Menschen haben in den vergangenen Jahren insbesondere durch die Coronakrise eine hohe psychische Belastung erfahren. Der Aufbau von Resilienz und Selbstvertrauen ist für Schüler:innen auch deshalb eine besonders relevante Kompetenz. Der von jungen Menschen in Zusammenhang mit einer Gründung antizipierte Stress stellt für viele eine wesentliche Hürde dar. Stressreduzierende Unterstützungsangebote sowie der Aufbau von Problemlösungskompetenzen sollten deshalb für Schüler:innen angeboten werden.

Drei Beispiele für Gründernetzwerke



Das Young Founders Network (YFN) zielt auf junge Menschen mit Gründungsinteresse ab und entstand, weil ein Angebot für junge Gründer:innen und Gründungsinteressierte fehlte.



SIE GRÜNDET bringt internationale Gründerinnen in Deutschland zusammen und füllt damit eine Lücke in der flächendeckenden Begleitung von Migrantinnen, die gründen möchten oder bereits gegründet haben.



Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) fokussiert auf soziale Unternehmer:innen und ermöglicht u.a. eine Vernetzung auf regionaler Ebene sowie die Etablierung von Rahmenbedingungen.



4.2 Gründungsfreundliche Kultur schaffen

Damit sich mehr junge Menschen vorstellen können zu gründen, braucht es eine gründungsfreundliche Kultur. Diese besteht aus Netzwerken für verschiedene Zielgruppen sowie aus vielfältigen Vorbildern für junge Menschen. Sie besteht aus gesellschaftlichen Normen und Werten, die offen für Fehler und Erfahrungen des Scheiterns sind, sowie einem Unternehmerbild, das positiv besetzt und mit ökologischen und sozialen Aspekten verbunden ist.

Netzwerke unterstützen

Der erste Bestandteil einer gründungsfreundlichen Kultur ist eine Vielfalt an Netzwerken, in denen Menschen mit verschiedenen Hintergründen und Herausforderungen sich gut aufgehoben fühlen. Damit das funktioniert, braucht es u. a. Netzwerke in verschiedenen Regionen, insbesondere in kleineren Orten, für Frauen, für Menschen mit Migrationsgeschichte und besonders für junge Menschen. Der Kontakt mit anderen Gründer:innen oder Gründungsinteressierten kann jungen Menschen ein besseres Verständnis davon vermitteln, was es eigentlich bedeutet, Gründer:in zu sein, und so mehr Sicherheit vermitteln. Der Austausch mit Gleichgesinnten kann das Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten durch Unterstützer:innen stärken und durch den engen Austausch und Akzeptanz einen Vertrauensraum für das Zulassen von Ängsten schaffen.

Vielfältige Gründer:innen sichtbar machen

Für eine gründungsfreundliche Kultur ist es essenziell, verschiedene Arten von Gründer:innen sichtbar zu machen, um das Stereotyp des männlichen, weißen Gründers mittleren Alters aufzuweichen und durch neue Perspektiven zu erweitern. Das bedeutet, Menschen medial darzustellen, die in unterschiedlichen Situationen (z. B. nebenberuflich) und mit unterschiedlichen Hintergründen (z. B. als Minderjährige) ein Unternehmen gegründet haben. So haben mehr Menschen die Chance, Vorbilder zu finden, die zu ihnen und ihrer Lebensrealität passen, was eine wichtige Voraussetzung ist, um sich selbst als Gründer:in zu sehen (Raible und Williams-Middleton 2021). Dies kann das Selbstvertrauen stärken, Sicherheit geben und Stress als wahrgenommener Barriere entgegenwirken, indem z. B. deut-

lich wird, dass Gründungskarrieren möglich sind, die an die eigenen Bedürfnisse angepasst werden können.

Positives Bild vom Unternehmertum stärken

Eng damit verbunden ist die Herstellung eines Unternehmerbildes, das sich mit positiven Werten wie z. B. ökologischem und sozialem Handeln verknüpfen lässt. Unternehmertum scheint aktuell gesellschaftlich eher negativ besetzt zu sein. Zudem wird es oft im Widerspruch zu sozialen und ökologischen Aspekten gesehen, obwohl es viele Beispiele für innovative Unternehmen gibt, die sich mit ebendiesen Themen beschäftigen und in diesen innovieren. Beispielsweise verfolgen in Bielefeld zwei Unternehmer das Ziel, die Inanspruchnahme von Leistungen des Bildungs- und Teilhabepaketes zu erhöhen, und arbeiten zu diesem Zweck an einer Plattform, welche die Beantragung und Auswahl von Nachhilfeleistungen vereinfacht.

Offene Fehlerkultur anregen

Die Entwicklung hin zu einer gründungsfreundlichen Kultur setzt zuletzt die Transformation gesellschaftlicher Werte voraus, darunter ist eine offene Fehlerkultur der wichtigste Punkt für junge Menschen mit Gründungsinteresse. Die negative Konnotation von Fehlern und Erfahrungen des Scheiterns hindert junge Menschen eher an Gründungen, da sie z. B. das eigene Zutrauen schwächen und ein zusätzlicher Stressfaktor sein können. Besonders im Gründungsalltag ist Scheitern jedoch eine gängige Erfahrung, welche unter Gründer:innen z. B. in Form von sogenannten „Fuckup-Nights“ teilweise enttabuisiert wird. Darüber hinaus können es aber auch institutionelle Rahmenbedingungen sein, die junge Menschen mehr dazu ermuntern, sich gegen eine Gründung zu entscheiden.



4.3 Gründungsfördernde Strukturen etablieren

Um die festgestellten Barrieren zu überwinden, braucht es gründungsfreundliche Rahmenbedingungen und eine ausreichende institutionelle Unterstützung bei Gründungsvorhaben junger Menschen. Auf Policy-Ebene sollten deshalb insbesondere drei Faktoren berücksichtigt werden: Zugang zu Startkapital erleichtern, Bürokratie abbauen und Transparenz steigern sowie zielgruppengerechte Informationen bereitstellen.

Zugang zu Startkapital erleichtern

Das Angebot von Gründungsstipendien sollte ausgeweitet, Kredite und Darlehen zu günstigeren Konditionen angeboten und insbesondere junge Menschen mit Gründerfonds adressiert werden. Denn der fehlende Zugang zu Startkapital hindert junge Menschen daran, sich für eine Unternehmensgründung zu interessieren. Neben der Bereitstellung von Darlehen, Krediten und Beteiligungen könnten auch weitere zielgruppenspezifische staatliche Förderprogramme den Zugang zu Mitteln erleichtern. Hierbei gibt es bereits einige unterstützende Ansätze, wie beispielsweise die EXIST-Gründungsstipendien, ERP-Gründerkredite sowie Gründerfonds wie den High-Tech Gründerfonds (HTGF) oder RegioInnoGrowth. Diese Ansätze sollten allerdings besser auf die Bedarfe für junge Gründer:innen abgestimmt und gestärkt werden.

Bürokratie abbauen, Transparenz erhöhen

Wichtig sind neben einer höheren Transparenz in der Verwaltung und vereinfachten Bewerbungsverfahren für Förderprogramme auch eine schnellere Kommunikation der Verwaltung mit potenziellen Gründer:innen. Denn bürokratische Hürden führen bei jungen Menschen zu Unsicherheit und einem fehlenden Zutrauen in ihre eigenen Kompetenzen, weshalb sie von politischen Maßnahmen adressiert werden sollten. Diese Erkenntnis leitet sich nicht nur aus den Ergebnissen dieser Befragung ab, sondern deckt sich auch u. a. mit den Ergebnissen einer repräsentativen Befragung der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers (PwC), nach der 88,1 Prozent der befragten Gründer:innen beschleunigte und vereinfachte Verwaltungsprozesse befürworteten (Kollmann et al. 2023).

Informationen zielgruppengerecht bereitstellen

Für junge Gründer:innen ist es von grundlegender Bedeutung, Informationsasymmetrien abzubauen und auf zur Gründung benötigte, zielgruppenadäquate Informationen zugreifen zu können. Informationsmaterialien sollten hierzu nicht nur bereitgestellt, sondern auch aktiv an die Zielgruppe herangetragen werden. Ein wichtiger Aspekt kann hierbei die Verwendung zielgruppengerechter Kommunikationskanäle sein – was eine Abkehr von gedruckten Informationsbroschüren und Webseiten und eine Hinwendung zur Bereitstellung von Materialien über Social Media, beispielsweise Discord, WhatsApp oder Instagram, bedeutet. Auch kann die bereits vorhandene analoge Informationsvermittlung durch zentrale Anlaufstellen gebündelt werden. Regionale Gegebenheiten und Bedarfe junger Gründer:innen sollten hierzu aufgegriffen werden: StartHubs in Hamburg oder Hessen beispielsweise bedienen explizit die junge Zielgruppe von Gründer:innen und Gründungsinteressierten und sind Schritte in die richtige Richtung – die Ergebnisse deuten allerdings darauf hin, dass es weiterer Angebote bedarf.

Methodik

Für die Studie wurde in Deutschland zwischen dem 2. und 30. Juni 2023 eine Stichprobe von insgesamt 1.694 14- bis 25-Jährigen befragt und die Probe nach dem Alter und Schulbesuch bzw. -abschluss gewichtet. Die repräsentative Onlinebefragung (n = 1.532, nach Bereinigung) wurde um Face-to-Face-Interviews bei Hauptschüler:innen (n = 162) mittels standardisiertem Fragebogen ergänzt. Die Repräsentativität der Befragten entspricht einer Wahrscheinlichkeitsstichprobe gleicher Größenordnung, wobei der Vertrauensbereich bei einem Signifikanzniveau von 90 Prozent im ungünstigsten Fall für n = 1.694 ± 2,82 Prozent beträgt. Als Grundgesamtheit gelten alle 14- bis 25-Jährigen in Privathaushalten in Deutschland (9,63 Millionen, davon 8,36 Millionen in den alten und 1,27 Millionen in den neuen Bundesländern).

Literatur

- Birk, Florian, Florian Markscheffel und Sven Zivanovic (2023).** „Der Zukunft gewachsen – Innovationsformate für die Kompetenzen von morgen. Gütersloh.
- BIBB – Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.) (2023).** „Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2023. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung“. Bonn.
- Ebeling, Johanna, Nadine Haibt, Judith Koeritz und Tim Lampe (2022).** „Entrepreneurial Skills Charta. Elf Thesen für erfolgreiche Entrepreneurship Education“. <https://www.stifterverband.org/entrepreneurial-skills-charta> (Download 29.4.2024).
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2023a).** „Global Entrepreneurship Monitor 2021/22 European Regional Report. London. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileid=50900> (Download 22. 1.2024).
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2023b).** „Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich: Länderbericht Deutschland 2022/23. <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fileadmin/media/Produkte/2023/Studie/20230630-Studie-GEM-2023.pdf> (Download 29.4.2024).
- Gottschalk, Sandra, und Hanna Hottenrott (2024).** „Das Gründungsgeschehen in Deutschland. “. *Wirtschaftsdienst* (104) 1. 64–66.
- ILO – International Labour Organization (2022).** „Global Employment Trends for Youth 2022: Investing in transforming futures for young people“. [S.I.], INTL LABOUR OFFICE. <https://www.ilo.org/publications/global-employment-trends-youth-2022-investing-transforming-futures-young> (Download 29.4.2024).
- KfW Bankengruppe (2024).** „KfW-Gründungsmonitor 2024. Der Gründungstätigkeit fehlen die makroökonomischen Impulse – Selbstständige werden als Multi- plikatoren wichtiger“. <https://www.kfw.de/Über-die-KfW/KfW-Research/KfW-Gründungsmonitor.html> (Download 27.6.2024).
- Knocke, Andreas, und Clemens Wieland (2023).** „Optimistisch aber systemkritisch. Der Übergang von der Schule in den Beruf im Stimmungsbild junger Menschen“. Gütersloh und Berlin. www.tag-der-bildung.de/jugendbefragung-2023 (Download 19.1.2024).
- Koch, Lambert T., Ulrich Braukmann und Dominik Bartsch (2021).** „Schulische Entrepreneurship Education – quo vadis Deutschland? Plädoyer für einen Perspektivenwechsel“. *ZfKE – Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship* (69) 1. 37–58.
- Kollmann, Tobias, Alexander Hirschfeld, Jannis Gilde, Vanusch Walk und Anna Pröpper (2023).** „Deutscher Startup Monitor 2023“. Hrsg. Bundesverband Deutsche Startups e.V. Berlin. https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/dsm/dsm_2023.pdf (Download 29.4.2024).
- OECD/European Commission (2023).** *The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. Paris: OECD Publishing.
- Raible, Stephanie E., und Karen Williams-Middleton (2021).** „The relatable entrepreneur: Combating stereotypes in entrepreneurship education. “. *Industry and Higher Education* (35) 4. 293–305.
- Redford, Dana, Karina Cagarman, Laura von Arnim, Tobias Bürger und Jakob Weber (2023).** „Pioneering Gen Z Entrepreneurs: Reflections and Policy Considerations“. Gütersloh. https://gennow.de/wp-content/uploads/sites/28/2024/04/Pioneering_GenZ_Entrepreneurs_Nov2023.pdf (Download 12.12.2013).
- Schneekloth, Ulrich, Anna Rysina, Sabine Wolfert, Anja Langness und Regina von Görtz (2022).** „Jugend und Nachhaltigkeit“. Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/jugend-und-nachhaltigkeit-all> (Download 29.4.2024).
- Schüler, Jens, Nima E. Konari, Eva Jakob, Matthias Baum und Marc Wolinda (2023).** „Youth (Impact) Entrepreneurship in Deutschland. Was junge Menschen an einer Gründung hindert und was sie fördern würde“. Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/YouthEntrepreneurship_in_Deutschland_2023_final.pdf (Download 29.4.2024).
- SEND e.V. (2022).** „Vierter Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2021/22“. Berlin. <https://www.send-ev.de/projekte-items/dsem/> (Download 29.4.2024).
- United Nations (2020).** *Youth social entrepreneurship and the 2030 agenda*. New York, NY: United Nations. <https://www.un.org/development/desa/youth/wp-content/uploads/sites/21/2020/07/2020-World-Youth-Report-FULL-FINAL.pdf> (Download 29.4.2024).
- United Nations (2023).** *The Sustainable Development Goals Report 2023: Special edition*. New York, NY: United Nations. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023.pdf> (Download 29.4.2024).

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0
bertelsmann-stiftung.de

Dr. Tobias Bürger
Project Manager, Bildung und Next Generation
tobias.buerger@bertelsmann-stiftung.de

Ivo Andrade
Project Manager, Bildung und Next Generation
ivo.andrade@bertelsmann-stiftung.de

