

Die Zukunft der Wirtschaftsförderung: Zum Re-Design von Gründungsförderung

Fabian Beckmann und Anna-Lena Schönauer¹

Auf einen Blick

Die Gründungsdynamik hat in Deutschland in den letzten Jahren deutlich abgenommen. So mangelt es insbesondere an technologiebasierten und kreativen Ausgründungen aus dem Wissenschafts- und Hochschulbereich. Gerade diese Start-ups bergen große Potenziale für Beschäftigung, Innovation und Wertschöpfung, die es im Rahmen neuer Förderangebote und Förderinstrumente zukünftig stärker zu nutzen gilt. Zeitgleich hat sich in den letzten Jahren eine Vielzahl an neuen Beratungs- und Finanzierungsinstrumenten abseits klassischer Förderangebote entwickelt. Diese tragen den besonderen Bedarfen technologiebasierter und kreativer Start-ups nach schneller und unbürokratischer Förderung Rechnung. Diese Instrumente in bestehende Fördermaßnahmen zu integrieren und die Vielzahl an Akteuren und Angeboten zu strukturieren, ist eine zentrale Herausforderung für die künftige Ausgestaltung öffentlicher Wirtschaftsförderung.²

Unternehmensgründungen sind ein essentieller Bestandteil von modernen Volkswirtschaften. So kann der Gang in die Selbstständigkeit nicht nur einen Zugewinn an persönlicher und unternehmerischer Autonomie bedeuten, sondern auch Impulse für Beschäftigung und Innovationen für die ganze Volkswirtschaft setzen. Insbesondere Deutschland ist als rohstoffarmes Land auf neue, innovative Unternehmensgründungen angewiesen, um Wohlstand und Lebensqualität zu sichern und auszubauen.

Schwache Gründungsdynamik in Deutschland

Empirische Daten weisen jedoch darauf hin, dass die Gründungsdynamik in Deutschland im internationalen Vergleich eher schwach ausgeprägt ist. Während die Gründerquote, also der Anteil der Gründer an allen Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren, im Jahr 2001 deutschlandweit noch bei rund 2,9 Prozent lag, sank dieser Anteil fast kontinuierlich auf 1,5 Prozent im Jahr 2012. Hierbei zeigen sich mit Ausnahme der Stadtstaaten in allen Bundesländern ähnliche Tendenzen. Branchenspezifisch dominieren insbesondere Existenzgründungen im Feld der wirtschaftlichen und persönlichen Dienstleistungen sowie im Handel. Dagegen sind die Gründerquoten im verarbeitenden Gewerbe und bei Finanzdienstleistungen eher unterdurchschnittlich.³

Insbesondere die Ausgründungsquote aus der Wissenschaft und aus Hochschulen ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen in anderen Ländern kritisch zu beurteilen. So streben rund 78 Prozent der Studierenden in Deutschland nach Abschluss ihres Studiums eine abhängige Beschäftigung an. Lediglich sechs Prozent planen, in einem selbst gegründeten Unternehmen zu arbeiten. Einer der Gründe hierfür liegt in den nur schwach verbreiteten Informations- und Beratungsangeboten an den Hochschulen.

Internationale Vergleiche zeigen, dass es insbesondere hinsichtlich der konkreten Hilfe- und Beratungsleistungen Schwächen gibt. So mangelt es vor allem an Seminaren zur Unternehmensplanung, dem Kontakt zu potenziellen Investoren sowie an der finanziellen Unterstützung durch Universitätsstellen. Insgesamt zeigt sich daher, dass die Bedeutung innovativer Ausgründungen aus Hochschulen und die erwarteten positiven Effekte (Start-ups als Beschäftigungsmotor und Innovationsinkubator) zwar stets betont werden, die konkreten Unterstützungsleistungen an deutschen Universitäten diesem Anspruch jedoch häufig noch nicht gerecht werden.⁴

Der digitale Wandel schafft eigene Förderinstrumente

Die voranschreitende Digitalisierung hat in der heutigen Gründerszene eine Dynamisierung und die Entgrenzung von Ausgründungsprozessen und Förderinstrumenten bewirkt.⁵ Wenngleich diese Entwicklungen nicht alle Gründerinnen und Gründer gleichermaßen treffen, sind insbesondere technologie- und internetbasierte Start-ups im Feld der IT- und Software-Entwicklung sowie an der Schnittstelle zur Kultur- und Kreativwirtschaft von einer zunehmenden Beschleunigung betroffen. Gründerinnen und Gründer müssen den Weg von der Produktidee über die Entwicklungsphase hin zum Markteintritt schneller bewältigen, denn es handelt sich um digitale Märkte, auf denen innovative Ideen räumlich entgrenzt gehandelt werden. Der Faktor Zeit wird somit zum zentralen Gut erfolgreicher Ausgründungsprozesse. Denn Innovationszyklen und Markteintritte müssen beschleunigt werden und die potenziellen Gründer stehen mit ihren Ideen im globalen digitalisierten Wettbewerb.

Der vermehrt zu beobachtende Trend hin zu Lean Start-ups trägt diesen Entwicklungen Rechnung. Diese „schlanken“ Gründungen fußen auf hoher Experimentierfreude, einer starken Einbindung des Kunden-Feedbacks zu einem frühen Zeitpunkt im Ausgründungsprozess und kleinteiligen, schrittweisen Produktentwicklungen. Sie verändern dadurch in der Tendenz die traditionelle Logik von Existenzgründungen, da sie die herkömmliche Vorgehensweise bei Gründungsprozessen hinterfragen. Idee- und Produktentwicklung werden hier zu einem ergebnisoffenen Prozess.⁶

Diese Entwicklungen werfen die Frage auf, inwieweit klassische Förderinstrumente und -modelle, wie beispielsweise Business-Pläne und Bankkredite, diesen neuen Entwicklungen gewachsen sind oder ob diese an die veränderten Rahmenbedingungen angepasst werden müssen.⁷ Derweil schafft die Start-up-Szene neue Fakten. Parallel zu den etablierten Förderstrukturen greifen Gründerinnen und Gründer zunehmend auf alternative Beratungs- und Finanzierungsinstrumente wie Crowdfunding und -investing, Venture Capital und das Modell der Business Angels zurück. Diese stellen zumeist einen Mix aus Beratungs- und/ oder Finanzierungsunterstützung dar:

- Das Modell der Business Angels ist sowohl ein Beratungs- als auch ein Finanzierungsinstrument, bei dem erfolgreiche Gründerinnen und Gründer ihr Know-how an neue Gründerinnen und Gründer weitergeben und diese in der Startphase der Gründung finanziell unterstützen;
- Venture Capital stellt eine zumeist finanzielle Unterstützungsleistung dar, bei welcher Venture-Capital-Gesellschaften Risikokapital in junge, meist technologiebasierte Unternehmen investieren;⁸
- Crowdfunding und -investing sind Finanzierungsinstrumente, bei denen einzelne Projekte (Crowdfunding) oder junge Start-ups (Crowdinvesting) durch die Unterstützung von Internetnutzern finanziert werden.⁹

Im Unterschied zu den klassischen Förderangeboten ist der Zugang zu diesen neuen Beratungs- und Finanzierungsinstrumenten deutlich unbürokratischer. Junge technologie- und internetbasierte Start-ups erhalten einen schnelleren und flexibleren Zugang zu finanziellen Ressourcen

und fachlicher Expertise. Diese alternativen Förderinstrumente kommen den Ansprüchen der zunehmenden Dynamisierung auf digitalen Märkten nach. Sie bieten insbesondere jenen Gründerinnen und Gründern ohne ausreichende Sicherheiten und Zugang zu herkömmlichen Finanzierungshilfen (z.B. Bankdarlehen- und -kredite) die Möglichkeit, ihre Ideen zu entwickeln und als Produkt oder Dienstleistung an den Markt zu bringen.

Interessant sind diese Instrumente deshalb, da sie in mehrerlei Hinsicht zu einer Risikominimierung beitragen können. So externalisiert die Risikokapitalfinanzierung oder das Crowdfunding und -investing zu einem gewissen Maß die finanzielle Unsicherheit bei Existenzgründungen. Oft entstehen keine finanziellen Rückforderungsansprüche für den Fall eines Scheiterns des Start-ups. Darüber hinaus bietet der Transfer von Know-how durch Business Angels oder Venture Capital Gesellschaften bzw. das Feedback der Crowd beim Crowdfunding und -investing die Möglichkeit, das eigene Geschäftsmodell bereits zu einem frühen Zeitpunkt zu testen, weiterzuentwickeln und an Kundenansprüche anzupassen. Dies steht im Gegensatz zu klassischen Förderinstrumenten, bei denen die Rückkopplung an das Know-how von Experten und das Feedback potenzieller Kundinnen und Kunden eine eher untergeordnete Rolle spielt.

Von der klassischen Wirtschaftsförderung zum „Gründungsmanager“

Die hier skizzierten Wandlungsprozesse in Teilen der Gründungslandschaft werfen die Frage auf, welche Konsequenzen und Handlungsanforderungen sich hieraus für die Wirtschaftsförderung ergeben. Wenngleich davor gewarnt werden muss, die Reichweite der hier beschriebenen neuen „Phänomene“ zu überhöhen und diese zu dem zentralen Trend auszurufen, muss eine erfolgreiche und zukunftsorientierte Wirtschaftsförderung diesen Entwicklungen insofern Rechnung tragen, als dass neue Strategien und Förderangebote in bereits bestehende Maßnahmen eingebunden werden müssen.

(1) Die Wirtschaftsförderung als Kommunikator: Eine zentrale Herausforderung für die Wirtschaftsförderung besteht hierbei primär in verbesserten Kommunikationsstrategien. Sie muss darauf abzielen, als Mediator zwischen bestehen-

den Institutionen, Akteuren und Förderangeboten zu wirken. Konkret könnte eine solche Strategie darauf abzielen, digitale Orientierungskarten für an Ausgründungen Interessierte anzubieten. Diese Orientierungshilfen könnten für eine bestimmte Stadt oder Region einen schnellen, einfachen und transparenten Überblick über relevante Akteure, Förderangebote und Anlaufstellen für Existenzgründungen geben. Somit erhielten potenzielle Gründerinnen und Gründer eine Orientierung im Dickicht der Förderlandschaft. Eine solche digitale Start-up-Karte kann als Informationsplattform fungieren, die sowohl die Orientierung erleichtert als auch prägnant aufzeigt, welche Finanzierungsinstrumente von welchen Akteuren angeboten werden, wie diese mit anderen Finanzierungsstrategien (z.B. Crowdfunding) kombiniert werden können und welche Anlaufstellen sich für die spezielle fachliche Beratung anbieten.

(2) Alternative Instrumente einbinden: Der Zugang zu öffentlichen Fördergeldern bzw. Bankkrediten könnte künftig an ein erfolgreiches Crowdfunding gekoppelt werden, um den Business-Plan als klassisches Skalierungsinstrument zu ersetzen. Wenngleich diese Neukombination nur für ganz bestimmte Unternehmungen geeignet ist, böte sie bei Bedarf eine hilfreiche Form flexibler Förderung, welche bürokratische Hürden abbauen und hierdurch Gründungsprozesse stärker bedarfsorientiert unterstützen könnte.

(3) Die Wirtschaftsförderung als Mediator: Die Wirtschaftsförderung muss sich als Bindeglied zwischen den relevanten Akteuren und Institutionen definieren und stärker als bislang als „Vermittlungsagent“ auftreten. So ist insbesondere für potenzielle Gründerinnen und Gründer im Feld der IT- und Software-Entwicklung sowie an der Schnittstelle zur Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nur der Kontakt zu potenziellen Investoren, sondern auch zu Mentoren wie etwa Business Angels, von großer Bedeutung. Sicherlich entsteht hieraus nicht automatisch eine endgültige Sicherheit, dass potenzielle Gründungen erfolgreicher verlaufen. Dennoch kann ein solcher Ansatz dazu beitragen, die Informationsverbreitung für potenzielle Gründerinnen und Gründer zu verbessern, Fehler und Risiken im Ausgründungsprozess frühzeitig zu minimieren und zu einer schnelleren und im besten Falle unbürokratischeren Beratung beizutragen.

(4) Schaffung von Vernetzungsforen: Als erfolgsversprechend könnte sich zudem erweisen, neue virtuelle und physische Foren zu schaffen, um die Vernetzung aller relevanten Akteure, wie etwa potenzielle Gründerinnen und Gründer, Unternehmen und Industrie- und Handelskammern, zu initiieren und auszubauen. Insbesondere die stärkere Einbindung von Hochschulen in einen interdisziplinären und sektorenübergreifenden Vernetzungsprozess sollte zukünftig im Mittelpunkt von mediativen Wirtschaftsförderstrategien stehen. Sie muss darauf abzielen, die relevanten Akteure zusammenzuführen und dadurch Gründungsprozesse anzustoßen.

Realismus statt Hype

Auch in der politischen Diskussion scheint die Förderung innovativer Start-ups in den letzten Jahren stärker in den Fokus gerückt zu sein. Auf Bundesebene wird mittlerweile gefordert, dass Gründungen in High-Tech-Branchen eine spezielle Förderung erhalten und die Attraktivität und internationale Wettbewerbsfähigkeit junger Start-ups durch die vermehrte Nutzung von Beteiligungsinvestitionen gesteigert werden müssen. Folgerichtig finden diese Themen auch vermehrt einen Platz auf der aktuellen politischen Agenda. So sieht der derzeitige Koalitionsvertrag von SPD und CDU/CSU eine Verbesserung steuerrechtlicher Rahmenbedingungen für Wagniskapital und eine stärkere Profilierung Deutschlands als Fondsstandort vor. Abzuwarten bleibt

jedoch, inwieweit und in welcher Form diese Forderungen die politische Praxis tatsächlich beeinflussen und die Wirtschafts- und Gründungsförderung verändern werden.

Insgesamt erscheint es jedoch wichtig, darauf hinzuweisen, dass bei all dem Hype um die Förderung kreativer und innovativer Start-ups diese auch mittelfristig nur einen Bruchteil aller Existenzgründungen ausmachen werden. Auch in Zukunft gehören „klassische“ Existenzgründungen in eher technologie- und kreativfernen Branchen zum Kerngeschäft der Wirtschaftsförderung. Die Wirtschaftsförderung scheint daher gut beraten, die Förderung innovativer Start-ups nicht auf Kosten „klassischer“ Existenzgründungen auszubauen; vielmehr muss sie einen Spagat wagen, der es ermöglicht, Vermittlungs- und Förderangebote auf individuelle Bedarfe zuzuschneiden. Hierzu gehört auch, die Förderung potenzieller Gründerinnen und Gründer in technologie- und kreativaffinen Branchen an die skizzierten Trends anzupassen. Sie muss schneller und flexibler sein, um den Weg zu potenziellen Lean Start-ups zu ebnen. Dennoch liegt für solche Wirtschaftsförderstrategien kein allgemeingültiges Drehbuch vor. Jedwede Ansätze müssen den endogenen Potenzialen vor Ort Rechnung tragen. Wichtig erscheint daher, jenseits des Hypes in Teilen der Gründerszene, die Neuerungen offen zur Kenntnis zu nehmen und kritisch-reflektierend zu prüfen, welche Handlungsanforderungen sich hieraus für die Arbeit der jeweiligen Wirtschaftsförderung ergeben.

- 1 Fabian Beckmann und Anna-Lena Schönauer sind wissenschaftliche Mitarbeiter am Lehrstuhl für Allgemeine Soziologie, Arbeit und Wirtschaft an der Fakultät für Sozialwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum.
- 2 Die hier präsentierten Ausführungen basieren auf den Inhalten und Diskussionen im Rahmen des Kongresses „Trends, Thesen oder Träumereien? Kreativlabor zum Re-Design von Gründungs- und Clusterförderung“, der am 20. November 2013 in Hannover von hannoverimpuls und dem krelHtiv Netzwerk Hannover durchgeführt wurde.
- 3 KfW Bankengruppe: KfW-Gründungsmonitor 2013. Gründungsgeschehen auf dem Tiefpunkt – kein Anstieg in Sicht, Frankfurt/Main 2013.
- 4 Center for Family Business der Universität St. Gallen/Ernst & Young: Karriereabsichten von Studenten weltweit. Selbständigkeit und Unternehmertum im Fokus – Befragung von 93.000 Studenten, 2012, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Karriereabsichten_von_Studenten_weltweit/\\$FILE/Karriereabsichten%20Studenten%20Ernst_Young_Oesterreich.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Karriereabsichten_von_Studenten_weltweit/$FILE/Karriereabsichten%20Studenten%20Ernst_Young_Oesterreich.pdf) (5.12.2013).
- 5 Unter Entgrenzung verstehen wir im Folgenden den tendenziellen Bedeutungsverlust räumlicher Grenzen, der durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien verstärkt wird, wohingegen sich der Begriff Dynamisierung auf die zu beobachtende Beschleunigung von Ausgründungsprozessen bezieht.
- 6 Steve Blank: Why the Lean Start-Up Changes Everything, in: Harvard Business Review May 2013, S. 1-9.
- 7 Friedrich von Collrepp: Handbuch Existenzgründung – Sicher in die dauerhaft erfolgreiche Selbstständigkeit, Stuttgart 2011.
- 8 Hendrik Braun: Venture-Capital Fonds und Business Angels – Entstehung und Effekte von Kooperationen, Wiesbaden 2013.
- 9 Marc Stahlmann: Crowdinvesting als Finanzierungsalternative für deutsche Startups. Die Mehrwerte im Vergleich zu herkömmlichen Finanzierungsinstrumenten, Hamburg 2013.