WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

TIROLER REGIONALPOLITISCHE STUDIEN Nr. 31

Unternehmensgründungen: Motive und Herausforderungen

Dr. Norbert Beyer

Volkswirtschaftliche Abteilung

Innsbruck, März 2006

Vorwort

Unter dem Motto „Zukunft Gewerbe und Handwerk“ legt die Wirtschaftskammer Tirol derzeit einen besonderen Schwerpunkt ihrer Arbeit auf die „Future Fitness“ der Gewerbe- und Handwerksbetriebe.

Wer sich mit der Zukunft unserer Wirtschaft beschäftigt, muss ein besonderes Augenmerk auf das Thema Betriebsgründungen legen. Die Statistik zeigt, dass seit dem Beitritt Österreichs zur EU die Zahl der „echten“ Unternehmensgründungen stark zugenommen hat. Vergleicht man das Jahr 2005 mit dem Jahr 1995 so gab es zuletzt in Tirol um rund 1.000 echte Unternehmensgründungen mehr als noch vor 10 Jahren (1995: 1.138; 2005: 2.142): Für die Wirtschaftspolitik(er) eine erfreuliche Entwicklung, bedeutet dies doch eine gewisse Entlastung für die seit Jahren eher angespannte Situation auf den Arbeitsmärkten. Nicht umsonst werden neue Unternehmen mit neuen Jobs und damit mit mehr Wohlstand für die Gesellschaft assoziiert.

Doch was sind die tatsächlichen Motive für Menschen, die ein neues Unternehmen gründen und mit welchen Problemen bzw. Herausforderungen sehen sich konfrontiert? Eine ganze Menge an Wirtschaftsliteratur und Studien versucht hierauf die richtigen Antworten zu geben. Die vorliegende Regionalpolitische Studie bietet einen kompakten Überblick über den derzeitigen Wissens- und Forschungsstand auf dem Gebiet der Unternehmensgründungen und richtet sich damit vor allem an Entscheider der heimischen Wirtschaftspolitik aber auch an interessierte Unternehmensgründer/-innen.

Last but not least möchte ich Herrn Michael Fedesin, Student der Volkswirtschaftslehre an der WU Wien, für die Unterstützung bei der Erstellung dieser Studie danken.

Dr. Norbert Beyer
Leiter der Volkswirtschaftlichen Abteilung

INHALT

1. MOTIVE FÜR DIE BETRIEBSGRÜNDUNG 4

1.1. Soziales Umfeld 4

1.2. Selbstverwirklichung – Unzufriedenheit in der Anstellung – Marktlücke - Wirtschaftslage 4

1.3. Persönliche Freiheit 5

1.4. Prestige im Umfeld 5

1.5. Steuerliche Anreize 5

1.6. Ausweg aus der Arbeitslosigkeit 5

2. PROBLEME ALLGEMEIN 6

2.1. Finanzierungsmängel 6

2.2. Informationsdefizite 6

2.3. Qualifikationsmängel 7

2.4. Planungsmängel 7

2.5. Familienprobleme 7

2.6. Überschätzung der Betriebsleistung 7

2.7. Äußere Einflüsse 8

2.8. Mängel im Personalbereich 8

3. ZUSAMMENFASSENDE BEMERKUNGEN 8

LITERATURVERZEICHNIS 9

1. Motive für die Betriebsgründung

Je nach Person und deren individueller Situation, gibt es unterschiedlichste Gründe, welche die zukünftigen Unternehmer dazu bewegen, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Hier seien einige dieser Gründe angeführt und näher erklärt.

1.1. Soziales Umfeld[1]

Wächst man in einer Familie auf, in welcher die Elternzeile als Unternehmer erfolgreich tätig sind, werden die Kinder von klein auf in die (speziell Familien-) Unternehmen eingebunden. Sie sehen die Situation als selbstverständlich an und treten oftmals als Nachfolger in das Unternehmen ein oder schlagen ähnliche Berufwege ein.

Aus der Imageanalyse 2003 des Gründerservice ergibt sich, dass 15,5% der Gründungen eigentlich Betriebsübernahmen sind. Im Fall von Übernahme des Familienbetriebes gaben die Gründer mit 95,2% an, dass eine Übernahme nicht selbstverständlich war (76,5% gaben an, dass sie nicht in die Selbständigkeit gedrängt wurden). Die „echten“ Neugründungen überwiegen allerdings mit 81,4%.

1.2. Selbstverwirklichung – Unzufriedenheit in der Anstellung – Marktlücke - Wirtschaftslage

Jeder Mensch möchte sich und seine persönlichen Ideen verwirklicht sehen. Ist dieses im Anstellungsverhältnis nicht möglich, so entscheiden sich einige den Weg der Selbstständigkeit einzuschlagen. Von wirtschaftlichem Vorteil ist die Entscheidung dann, wenn man mit seinen zu verwirklichenden Ideen eine Marktlücke entdeckt hat. Dieser Beschluss wird zusätzlich durch eine gute Wirtschaftslage, Förderungsmaßnahmen und niedrige Kapitalbeschaffungskosten beflügelt.

Nur etwa ein Drittel wollte schon immer selbstständig werden. Ein weiteres Drittel der befragten beantwortete diese Frage neutral. [2]

[1] Vgl. BARANIAK S. 7
[2] s.o.

1.3. Persönliche Freiheit

In einem Arbeitsverhältnis müssen aus Organisations- und Koordinationsgründen gewisse Absprachen bezüglich Arbeitszeit, Urlaub, und der gleichen getroffen werden. Die Möglichkeit der Selbstbestimmung ist oftmals Auslöser für die Selbstständigkeit.

Insgesamt 79,8% (trifft zu: 43,8%; trifft eher zu: 26%) gaben an, dass sie lieber ihr eigener Chef wären, als einen zu haben. Die Selbstständigkeit ist nach der Imageanalyse demnach ausschlaggebend für eine Unternehmensgründung. [3]

1.4. Prestige im Umfeld

Einige Entschlüsse basieren auf Prestigegründen, wobei Selbstständigkeit als „etwas Besseres“ angesehen wird. Verbunden mit dem Wissen, dass man für sich selbst tätig ist und die gesetzten Anstrengungen zu einem höheren Erfolg führen, erfüllt viele mit Selbstzufriedenheit.[4]

1.5. Steuerliche Anreize

Steuerliche Begünstigungen sind mit Sicherheit kein Hauptmotiv zur Unternehmensgründung, aber sie erleichtern den Schritt in die Selbständigkeit, speziell wenn sie Vorteile gegenüber dem Anstellungsverhältnis bieten. Hierbei wird das Gehalt mit dem zu erwartenden Gewinn abzüglich der Markteintrittskosten verglichen.

Als Jungunternehmer bieten sich auch noch steuerliche Vorteile für die ersten 3 Jahre. Nach dieser Zeit lassen sich allerdings Sprünge in den Überlebensquoten herauslesen. Man kann daher darauf schließen, dass die steuerlichen Belastungen, die nach dem 3ten Jahr erheblich zunehmen direkt zur Schließung des Unternehmens führen, da es nicht mehr wirtschaftlich ist.[5]

1.6. Ausweg aus der Arbeitslosigkeit

Ein weiterer Grund, sich für das Unternehmertum zu entscheiden, ist, dass diese Möglichkeiten aus der Arbeitslosigkeit führt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass mit Eintritt in den „Selbstständigen Status“, alle bisher erhaltenen Leistungen erlöschen und diese einen nicht zu unterschätzenden Hinderungsgrund darstellen.

Etwa 56% der Unternehmer gaben an, dass die Selbstständigkeit als Alternative zutrifft, allerdings ist zu bezweifeln, ob die Unternehmer wirklich vor der Wahl standen in die

---

[3] Vgl. BARANIAK S. 7
[4] s.o.
[5] s.o.

Selbstständigkeit überzugehen oder in die Arbeitslosigkeit abzugleiten. Dies bestätigt auch die Imageanalyse, denn dreiviertel der Befragten gaben an, dass sie nicht in die Selbstständigkeit gedrängt wurden.[6]

2. Probleme Allgemein

Manchmal scheitert eine Existenzgründung schon bevor sie begonnen hat. In der Fachliteratur werden acht Ursachen für eine Pleite aufgelistet. Die folgende Aufzählung entspricht der derzeitigen Lehrmeinung. Ich werde weiters versuchen, die Gründe der Scheiterung einer Unternehmungsneugründung mit den Statistiken der Imageanalyse Gründer-Service 2003 zu untermauern.

2.1. Finanzierungsmängel

Der Keim dazu wurde schon am Anfang gelegt: Unterschätzung Ihres kurzfristigen Finanzbedarfs, etwa bei schleppenden Zahlungseingängen.[7]

In der Imageanalyse gaben 74,7% Tiroler Gründer an, dass ihre Unternehmensgründung größtenteils aus Eigenkapital finanziert wurde. Es ist deshalb auch nicht verwunderlich, zumal 40% angaben, dass es überhaupt nicht zutrifft, dass sie ihr Unternehmen aufgrund günstiger Förderungen gründeten. Dies deckt sich mit der Meinung über das Angebot von Förderungen. Nur 27% der befragten Gründer sahen es als begünstigend, 31% blieben neutral.

Auffallend ist auch, dass die Einschätzung eins Vorteils durch Eigenkapitalfinanzierung mit dem Alter abnimmt. Genau umgekehrt stellt sich dies bei der Einschätzung für die Vorraussetzungen zur Kreditvergabe dar. Die älteren Gründer sahen diese eher als begünstigend.

2.2. Informationsdefizite

Zur Pleite trug Unkenntnis von Markt und Rahmenbedingungen bei, was zur Fehleinschätzung von Nachfrage und Konkurrenz führte. Viele Gründungsinteressierte klagten dann über „falsche Information und Beratung“, haben aber oft selbst nicht nach der richtigen Beratung gesucht.[8]

Die Fachmeinung stimmt mit der Tiroler Image Studie in diesem Punkt nicht überein. Denn nur 2,8% hatten überhaupt keinen Kontakt zum Gründungsservice der Wirtschaftskammer bzw. zu anderen Informationsstellen. Mit 76,8% ist das Gründerservice der Wirtschaftskammer die am

meisten kontaktierte Informationsstelle. In Sachen Beratung stehen die Regionalstellen der Wirtschaftskammer mit 39,8% an erster Stelle noch vor Steuerberatern (27,6%) und den eigentlichen Unternehmensberatern (19,4%). Da fast ein Drittel der Unternehmer sich von Steuerbera-

[6] Vgl. BARANIAK S. 7
[7] Vgl. INVESTITIONSBANK SCHLESWIG-HOLSTEIN, S. 8
[8] Vgl. INVESTITIONSBANK SCHLESWIG-HOLSTEIN, S. 8

tern beratschlagen lassen ist anzunehmen, dass in diesem Bereich die meisten Unklarheiten bestehen. Interessant ist auch, dass sich 70% der Befragten nicht mehr an den Namen ihres Beraters erinnern können. Aber im Allgemeinen sind 2/3 der Gründer mit den Dienstleistungen zufrieden. Zu Bedenken geben die 66,3% der Befragten denen andere Serviceangebote der Wirtschafskammer gänzlich unbekannt sind.

2.3. Qualifikationsmängel

An fachlicher Qualifikation fehlte es zwar seltener, doch lassen sich Unbeholfenheit im Kaufmännischen und Unternehmerischen erkennen. Aus der Imageanalyse sind Ausbildungsunterschiede zwar erhoben worden, jedoch ist es nicht möglich daraus Erkenntnisse, wie zum Beispiel über den Informationsstand der Befragten abzuleiten.[9]

2.4. Planungsmängel

Die Planung wurde nicht eingehalten. Zum Teil konnte sie nicht eingehalten werden, weil sie von Anfang an fehlerhaft war.[10]

Aus der Umfrage der Imageanalyse gaben 35,7% der Unternehmer an, dass die Gründungsphase noch nicht abgeschlossen sei. Zur vollständigen Unternehmensgründung fehlten am häufigsten der Vertrag mit dem Partner, sowie die Wahl der Rechtsform und die Finanzierungszusage der Bank. Allerdings gaben zwei Drittel an, dass ihnen „Sonstiges[11]“ zur Unternehmensgründung fehle. Hier müsste man noch genauere Umfragen anstellen. Die Erstellung eines Businessplans, einer detaillierten Kostenplanung und die Auswahl einer Marketingstrategie befanden zwei Drittel der Befragten als begünstigend bzw. eher begünstigend für die Unternehmensgründung. Auffallend ist, dass die begünstigende Einschätzung des Businessplans und der Kostenplanung mit zunehmendem Alter abnimmt. Des Weiteren sind Unterschiede bezüglich der Ausbildung vorhanden. Die Erstellung der Kostenplanung wirkt für eher höher ausgebildete Unternehmer als begünstigend.

2.5. Familienprobleme

Meist wollte der Partner bzw. die Partnerin die unbequemen Anfangsjahre einer Existenzgründung nicht mittragen.[12]

2.6. Überschätzung der Betriebsleistung

---

[9] s.o.
[10] s.o.
[11] gemeint ist, dass die befragten Unternehmer im Fragebogen „Sonstiges“ ankreuzten, da scheinbar nicht ausreichend genaue Optionen zur Wahl standen
[12] Vgl. INVESTITIONSBANK SCHLESWIG-HOLSTEIN, S. 8

Es gab unüberbrückbare Lücken zwischen der Kapazität des Betriebes und dem zu langsam anlaufenden Umsatz, in anderen Fällen waren die Fixkosten zu hoch oder bei den Investitionen wurde inflexibel agiert, weil Maschinen gekauft wurden, anstatt sie erst zu mieten.[13]

2.7. Äußere Einflüsse

Das waren Ursachen, welche die Inhaberin bzw. der Inhaber weder vorhersehen noch beeinflussen konnte: Änderungen des Kundenverhaltens, schwindende Kaufkraft oder teure Maschinen, die wegen plötzlichen technischen Fortschritts wertlos wurden oder auch geänderte kommunale Planungen.[14]

2.8. Mängel im Personalbereich

Ein Mangel an geeignetem Personal oder die Übernahme unzureichend qualifizierten Personals kann für Unternehmensschieflagen ursächlich sein.[15]

3. Zusammenfassende Bemerkungen

Die meisten der oben genannten Mängel sind im Gegensatz zu den Motiven einer Betriebsgründung statistisch schwer fassbar. Meist lassen sich die Gründe für ein Scheitern erst im Nachhinein ermitteln. Aus diesen Daten kann man dann Maßnahme bzw. Richtlinien für eine Erfolgreiche Unternehmung ableiten.

Die Wirtschaftskammer als Informationspool und Serviceeinrichtung hat die Möglichkeit Informations- und Planungsmängel bei den Unternehmensgründungen zu minimieren. Die Imageanalyse ergab, dass zwei Drittel der Gründer außer dem Gründungsservice gar keine anderen Dienstleistungen der WKT kennen. Auch ist die zweit häufigste konsultierte Person bei Neugründungen der Steuerberater. Die Wirtschaftskammer könnte diese Leistungen integrieren und dem Gründer ein umfassendes Informationspaket bieten.

---

[13] s.o.
[14] Vgl. INVESTITIONSBANK SCHLESWIG-HOLSTEIN, S. 8
[15] s.o.

Literaturverzeichnis

BARANIAK, Anna Maria:
Unternehmensgründung unter spezieller Berücksichtigung steuerlicher Gesichtspunkte / Baraniak Anna Maria , 2004 . - III, 191 Bl. Wien, Wirtschaftsuniv., Dipl.-Arb., 2004.

DE, Dennis A.: Entrepreneurship : Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen / Dennis A. De . - 1. [Dr.] . - München [u.a.] : Pearson Studium , 2005.

DOWLING, Michael J.:
Gründungsmanagement : vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum ; mit 3 Tabellen / Michael Dowling ... Hrsg. . - 2., neu bearb. u. erw. Aufl. . - Berlin [u.a.] : Springer , 2003.

INVESTITIONSBANK SCHLESWIG-HOLSTEIN:
Selbstständig werden: Informationen für Existenzgründerinnen und Existenzgründer in Schleswig-Holstein
http://www.wir-helfen-gruenden.de/doc/planung.pdf
01. März 2006

VOLHARD, Ewald:
Die schlimmsten Fehler bei der Unternehmensgründung und -führung aus rechtlicher Sicht
http://www.hhl.de/fileadmin/LS/Finance/Download/vortrag_volhard_fehler.pdf
01. März 2006

WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL:
Imageanalyse Gründerservice 2003, Tabellenband Tirol, o.O., (2003).

WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL:
Imageanalyse Gründerservice 2003, Grafikband Tirol, o.O., (2003).

REGIONALPOLITISCHE STUDIEN

1. Regionalpolitische Konzepte und Analysen:

Nr.1/2001:
Walter Hämmerle: „Großzählungsrunde Mai 2001 – erste Ergebnisse und Befunde für Tirol"; 26 Seiten.

Nr.3/2001:
Stefan Garbislander: „Tirol und die New Economy – Grundlagen, Erfolgsfaktoren, Schlüsseltechnologien"; 24 Seiten.

Nr.5/2002:
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander:
„Tirols Wirtschaft 2001-2002 – Konjunkturausblick und wirtschaftspolitische Empfehlungen"; 35 Seiten.

Nr.7/2002:
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander:
„Der Geburtenrückgang in Tirol – Konsequenzen des demografischen Umbruchs für Wirtschaft und Politik"; 30 Seiten.

Nr.11/2002:
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander:
„Tirols Wirtschaft 2002-2003 – Konjunkturausblick und wirtschaftspolitische Empfehlungen"; 51 Seiten.

Nr.15/2003:
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander (wissenschaftl. Begleitung: Richard Hammer)
„Initiativen für eine moderne KMU-Politik in Tirol "; 78 Seiten.

Nr.17/2004:
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander:
„Tirols Wirtschaft 2003-2004 – Konjunkturausblick und wirtschaftspolitische Empfehlungen"; 33 Seiten.

Nr.19/2004:
Walter Hämmerle, Stefan Garbislander: „Wo Tirol wirklich steht! – Die erste integrative Gesamtdarstellung von Sozial- und Wirtschafts-Eckdaten zum Wohlstand und zur Wirtschaftsleistung Tirols"; 24 Seiten

Nr.21/2004:
Walter Hämmerle:
„Regionalwirtschaft Tirol 1995-2003 Ergebnisse und Schätzwerte zur Regionalen Gesamtrechnung"; 46 Seiten

Nr.23/2004:
Norbert Beyer: „Nachhaltigkeit und Wirtschaft aus regionalwirtschaftlicher Sicht"; 34 Seiten

Nr.25/2004:
Walter Hämmerle:
„Die Tiroler Wirtschaft 2004-2005 – Erste Ergebnisse und Konjunkturausblick 2005"; 24 Seiten

Nr.27/2005:
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander:
„Ein-Personen-Unternehmen in Tirol - Situation und Zukunftsperspektiven"; 22 Seiten

Nr.30/2005
Norbert Beyer, Walter Hämmerle, Stefan Garbislander:
„Die Tiroler Wirtschaft 2005 -2006". Erste Ergebnisse und Konjunkturausblick 2006; XX Seiten

2. „TOP100" das Konjunkturmonitoring bei Tiroler Spitzenbetrieben

Nr.26/2005:
Walter Hämmerle: „Konjunkturumfrage Top 100 – Ergebnisse Frühjahr 2005"; 17 Seiten

Nr.28/2005:
Walter Hämmerle: „Konjunkturumfrage Top 100 – Ergebnisse Sommer 2005"; 17 Seiten

Nr.29/2005:
Walter Hämmerle: „Konjunkturumfrage Top 100 – Ergebnisse Herbst 2005"; 17 Seiten

Frühere Folgen der Konjunkturtests „TOP 100" auf Anfrage erhältlich !

Preise der Druckversionen: für WK-Mitglieder: 10 Euro , für Nichtmitglieder : 15 Euro

Die Tiroler Regionalpolitische Studien:
Analysen und Konzepte zur Gegenwart und Zukunft der Tiroler Wirtschaft!

Neben der Erfassung und Dokumentation der regionalwirtschaftlichen Entwicklung soll die Schriftenreihe vor allem als Unterstützung für Führungskräfte in Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Universität dienen.

Die Volkswirtschaftliche Abteilung mit der Wirtschaftsstatistik der Wirtschaftskammer Tirol wollen damit sachbezogene und konstruktive Beiträge zu Gegenwarts- und Zukunftsfragen der Sozial- und Wirtschaftsentwicklung im Lande leisten.

Redaktion und Leitung:

Dr. Norbert Beyer, Dr. Walter Hämmerle, Mag. Stefan Garbislander

Tel.: 0590905-1228
E-Mail: volkswirtschaft@wktirol.at
statistik@wktirol.at
Web: http://wko.at/tirol/

Impressum:

Medieninhaber (Verleger) und Herausgeber:

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE ABTEILUNG der WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL
Für den Inhalt verantwortlich: Dr. Norbert Beyer, Dr. Walter Hämmerle, Mag. Stefan Garbislander

alle: 6020 Innsbruck, Meinhardstraße 14
Verlag und Herstellungsort: 6020 Innsbruck, ZLU: 13508 I 47U

Alle Rechte vorbehalten, eine auch nur auszugsweise Wiedergabe ist nur mit
genauer Quellenangabe gestattet!