



Hohenheim Entrepreneurship Research Brief

Nr. 6 – Februar 2019 – ISSN 2568-4388

Konzeption und Potenziale eines Gründungsklimaindex

Von Andreas Kuckertz

Gründungsaktivität ist nicht allein davon abhängig, ob Unternehmensgründer potenzielle Chancen zur Etablierung neuer Geschäftskonzepte wahrnehmen. Denn genauso bestimmen generell hemmende und fördernde Faktoren des Umfelds, ob eine potenziell interessante Geschäftsidee in die Tat umgesetzt wird. Wie Unternehmensgründer ihr Umfeld bewerten, lässt sich als Gründungsklima bezeichnen. Kenntnis darüber, wie das Gründungsklima konkret ausgeprägt ist, kann nicht nur eine wertvolle Information für angehende Unternehmensgründer sein, sondern auch für politische Entscheidungsträger und die Wissenschaft. Dieser Research Brief stellt daher die Konzeption eines geeigneten Index zur Messung des Gründungsklimas vor.

Unternehmensgründer stehen im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit, der Wissenschaft und nicht zuletzt der Wirtschaftspolitik. Die Anzahl der Unternehmensgründungen in einer Region oder auch einer Volkswirtschaft ist ein Signal für deren potenzielle Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit. Unternehmensgründungen versprechen Innovativität und neue Arbeitsplätze und werden daher als unterstützenswerte Vorhaben gesehen.

Nicht zuletzt aus diesem Grund legt die Politik daher regelmäßig neue Förderprogramme auf und unternimmt vielfältige – stellenweise unüberschaubare – Maßnahmen, um mehr und bessere Unter-

nehmensgründungen in ihrem jeweiligen Einflussbereich zu ermöglichen. Ob derartige Maßnahmen jedoch erfolgreich sind, steht oftmals zur Diskussion. Häufig wird die Evaluation der getroffenen Maßnahmen eher inputorientiert vorgenommen, sodass das Maß des Erfolgs beispielsweise die Anzahl der unterstützten Unternehmer ist oder auch der monetäre Umfang eines Förderprogramms im Vergleich zu konkurrierenden Regionen.

Mitnahmeeffekte sind vor diesem Hintergrund nicht ausgeschlossen und es steht die Frage im Raum, ob die bisherige wirtschaftspolitische Förderung wirklich dazu beigetragen hat, das Umfeld für

Unternehmensgründungen positiv zu gestalten. Gleichzeitig entziehen sich viele, das Gründungsklima beeinflussende Faktoren der politischen Gestaltung. So können beispielsweise kulturelle Faktoren, wie der jeweils dominierende gesellschaftliche Umgang mit Unsicherheit oder auch mit dem Scheitern, durchaus mitbestimmen, ob Unternehmensgründungen in einem eher fördernden oder eher hemmenden Klima stattfinden.

Schritte der Ermittlung eines Gründungsklimaindex

1. Befragung von Unternehmensgründern in einer klar abgegrenzten Region hinsichtlich ihrer Einschätzung des Umfelds für Unternehmensgründungen.
2. Berechnung des Gründungsklimas als Saldo von positiven und negativen Einschätzungen des Umfelds für Unternehmensgründungen.
3. Berechnung des Gründungsklimaindex normiert auf einen fiktiven Basiszeitpunkt mit ausgeglichener Bewertung von positiven und negativen Einschätzungen.

Vor diesem Hintergrund macht es Sinn, das Umfeld für Unternehmensgründungen in eine prägnante Kennzahl zu überführen, die das Gründungsklima einer Region regelmäßig und umfassend abbildet. Diese Kennzahl wäre ein Index, welcher zügig Rückmeldung auf gesellschaftliche Veränderungen und neu eingeführte wirtschaftspolitische Maßnahmen geben kann. Ein positiv ausgeprägtes Gründungsklima verspricht dabei mittelfristig eine erhöhte Gründungsaktivität.

Umsetzung

Die Vorgehensweise des in Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit gut etablierten Ifo-Konjunkturklimaindex kann als Inspiration zur Konzeption eines Gründungsklimaindex dienen. Die Ermittlung eines Gründungsklimaindex erfolgt darauf aufbauend in drei Schritten. Im ersten Schritt gilt es Unternehmensgründer in einer klar abgegrenzten Region, sei es eine Stadt, ein regionales Ökosystem oder ein Bundesland, möglichst repräsentativ um ihre Einschätzung des Umfelds für Unternehmensgründungen zu bitten.

Dazu bietet sich folgende Frage an:

„Ich beurteile das Umfeld für Unternehmensgründungen in [Region xyz] aktuell als gut/befriedigend/schlecht.“

Diese Frage gilt es regelmäßig zu erheben; ein Rhythmus von vier Monaten kann dabei als angemessen angesehen werden. Die Unternehmen der befragten Unternehmer sollten dabei nicht älter als fünf Jahre sein, um immer noch hinreichend gut über die hemmenden und fördernden Faktoren einer Unternehmensgründung informiert zu sein. Der zweite Schritt beschreibt das Gründungsklima als Saldo aus der Differenz der Prozentanteile der Antworten „gut“ und „schlecht“ zur gestellten Frage und ergibt damit die Einschätzung der aktuellen Lage in Bezug auf Unternehmensgründungen durch die Unternehmer:

Gründungsklima(GK)

= Prozentanteil guter Einschätzungen

– Prozentanteil schlechter Einschätzungen

Das Gründungsklima schwankt damit zwischen den Extremwerten +100 für den Fall, dass alle Befragungsteilnehmer das Gründungsumfeld als gut bewerten und -100 für den Fall, dass alle befragten Unternehmensgründer das Umfeld als schlecht einstufen.

Im dritten Schritt wird der Gründungsklimaindex berechnet, indem dieser auf 100 und einen fiktiven Basiszeitpunkt mit ausgeglichener Wahrnehmung normiert wird. Nach dem Rollenmodell des Ifo-Konjunkturklimaindex berechnet sich der Gründungsklimaindex daher wie folgt:

Gründungsklimaindex

$$= \frac{GK \text{ zum Berichtszeitpunkt} + 200}{GK \text{ zum fiktiven Basiszeitpunkt} + 200} \times 100$$

Der Gründungsklimaindex weist damit eine Schwankungsbreite von +50 bis +150 auf, wobei Werte über 100 ein Gründungsklima anzeigen, welches mehrheitlich als gut oder neutral gesehen wird, und Werte unter 100 andeuten, dass Unternehmensgründer ihr Umfeld mehrheitlich neutral oder schlecht einschätzen.

Fazit

Der Gründungsklimaindex stellt ein einfaches Instrument dar, um regelmäßig Feedback von Unternehmensgründern im Hinblick auf ihr Umfeld in einer Region einzuholen. Ein solcher Index birgt nicht nur das Potenzial, wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Förderung der Gründungsaktivität im Hinblick auf ihre Effektivität zu überprüfen. Er kann auch potenziellen Unternehmensgründern Orientierung bieten und – im Falle einer positiven Ausprägung – als Motivator dienen, den ersten Schritt in Richtung einer Unternehmensgründung zu wagen. Für die Wissenschaft stellt sich die Frage, wie das konjunkturelle Umfeld und das Gründungsumfeld zusammenhängen und welche Stellschrauben zukünftig identifiziert werden können, um beispielsweise die Aktivität von Unternehmensgründern von der allgemeinen Konjunktur zu entkoppeln.

Autor



Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz
andreas.kuckertz@uni-hohenheim.de

Impressum

Universität Hohenheim
Fachgebiet Unternehmensgründungen und
Unternehmertum (570c)
Wollgrasweg 49
70599 Stuttgart
Tel.: +49 711 459 24821

Bildmaterial: Universität Hohenheim (Felix Pilz).
V.i.S.d.P.: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz

www.entrepreneurship.uni-hohenheim.de

Bislang erschienen

Das Beste aus zwei Welten – Key Learnings aus dem ACTIVATR-Programm. Leif Brändle, C. Arturo Morales Reyes und Andreas Kuckertz. *Hohenheim Entrepreneurship Research Brief*, Nr. 5, August 2018. Stuttgart: Universität Hohenheim.

What's Hot in Entrepreneurship Research 2018? Andreas Kuckertz und Alicia Prochotta. *Hohenheim Entrepreneurship Research Brief*, Nr. 4, Februar 2018. Stuttgart: Universität Hohenheim.

Kreative Gründungsförderung – wo Startups die Politik in der Pflicht sehen. Andreas Kuckertz und Alicia Prochotta. *Hohenheim Entrepreneurship Research Brief*, Nr. 3, September 2017. Stuttgart: Universität Hohenheim.

Jeder für sich oder alle zusammen? Das Stuttgarter Startup Ökosystem. Andreas Kuckertz, Elisabeth S.C. Berger und Tobias Pommer. *Hohenheim Entrepreneurship Research Brief*, Nr. 2, Juni 2017. Stuttgart: Universität Hohenheim.

Den „Generationenkonflikt“ durch richtige Kooperation überwinden – was Startups von Großunternehmen erwarten. Andreas Kuckertz und Martin Allmendinger. *Hohenheim Entrepreneurship Research Brief*, Nr. 1, Januar 2017. Stuttgart: Universität Hohenheim.

Alle bislang erschienenen Hohenheim Entrepreneurship Research Briefs sind auf der Internetpräsenz des Hohenheimer Fachgebiets Unternehmensgründungen und Unternehmertum verfügbar:

<https://entrepreneurship.uni-hohenheim.de/researchbrief>