

los geht's*

* GRÜNDER &
UNTERNEHMER
GEIS T

Gründerwoche 2018

Machen Sie mit! 12. bis 18. November 2018



Alle Informationen:
Bundesweite Koordinierungsstelle
im RKW Kompetenzzentrum,
Birgitta Ratazzi-Förster
+49 6196 495 3263,
kontakt@gruenderwoche.de



**Gründerwoche
Deutschland**
www.gruenderwoche.de

Gefördert durch:
 Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Liebe Leserin, lieber Leser,

gerade haben viele von Ihnen einen hoffentlich schönen Sommerurlaub verbracht oder vielleicht wird der eine oder andere auch erst noch eine Reise unternehmen. Ja, in der deutschen Sprache ist die Reise in gewissem Sinne eine Unternehmung. Das ist nur folgerichtig: Die Reise folgt einem gewissen Plan, der Betriebsmitteleinsatz ist sorgfältig bedacht, nicht selten werden Meilensteine festgelegt, Risiken werden eingegangen und am Ende sollte ein Erfolg stehen, ein Mehrwert, in der Regel die Erholung oder die Erweiterung des eigenen Horizonts.

Ein Urlaub ist so betrachtet ein Unternehmen auf Zeit; jedem Reisenden wohnt – mehr oder weniger – Unternehmergeist inne. Und die Deutschen zählen zu den TOP 3 der Reisenationen auf der Welt. Anders bei Unternehmensgründungen. Unsere Daten zeigen: In Deutschland entstehen vergleichsweise wenige neue Unternehmen. Und darüber hinaus: Viele Unternehmerinnen und Unternehmer suchen händierend und doch oft erfolglos nach Unternehmensnachfolgern.

Mit der vorliegenden Ausgabe des RKW Magazins richten wir unseren Blick deshalb auf den Gründer- und Unternehmergeist. Sie finden in diesem Heft eine Analyse der deutschen Gründungsaktivitäten und Gründungseinstellungen im Ländervergleich auf der Grundlage des Global Entrepreneurship Monitors. Wir verharren aber nicht bei der Analyse. Wir werden selbst aktiv. Wir wollen Gründer- und Unternehmergeist in Deutschland voranbringen, die Gründungskultur stärken und Gründerökosysteme unterstützen. Auch dazu finden Sie mehr in diesem Magazin.

Ich hoffe, Sie haben Freude an der Lektüre. Lassen Sie sich ein auf eine Reise durch die Welt des Unternehmertums, an deren Ende Sie hoffentlich Anregungen finden, wie Sie selbst Gründergeist und Gründungskultur in Deutschland mitgestalten können.

Herzliche Grüße

Ihre

Dr. Mandy Pastohr
Geschäftsführerin



Impressum

Chefredaktion: Julia Niles (V.i.S.d.P.)
Redaktionelle Unterstützung: Christel Lehn
Lektorat: Die Zeichen | Manufaktur
Artredaktion: Claudia Weinhold
Gestalterische Unterstützung: Katja Hoffmann
Druck: Bonifatius GmbH

Herausgeber: Dr. Mandy Pastohr, Geschäftsführerin,
RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der
Deutschen Wirtschaft e. V., RKW Kompetenzzentrum,
Düsseldorfer Straße 40 A, 65760 Eschborn,

www.rkw-kompetenzzentrum.de

Kontakt zur Redaktion:

magazin@rkw.de, 06196-495 0, www.rkw-magazin.de

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit behalten wir uns vor, das generische Maskulinum zu verwenden. Diese Formulierungen umfassen gleichermaßen weibliche und männliche Personen; alle sind damit selbstverständlich gleichberechtigt angesprochen.

Erscheinungsweise: 4 x jährlich;
Auflage dieser Ausgabe: 7.500

Bildnachweise:

iStock: UD10671 (Cover, S. 4 ff.), Sintez (S. 4, S. 10), FrankRamsrott (S. 4, S. 12), enterphoto (S. 14 ff.), thawats (S. 4, S. 15 ff.), stockce (S. 14), ewg3D (S. 20), Lukas Kurka (S. 21, S. 28), mikered (S. 5, S. 22), Luhuanfeng (S. 23), VvoeVale (S. 4, S. 24, S. 29), PongMojji (S. 24), nilsz (S. 26), Max2611 (S. 5, S. 27), kaarsten (S. 28), Lukas Kurka (S. 28), amedeeso (S. 5, S. 28), g-stockstudio (S. 4, S. 30 ff.), brunohaver (S. 4, S. 34), macrovector (S. 36, S. 39), Tatiana Mezhenina (S. 36), 4x6 (S. 36), BrianSM (S. 4, S. 37, S. 38, S. 39), Ljupco (S. 38), rassetto (S. 39), JoKMedia (S. 39), shapecharge (S. 42, S. 43), technotr (S. 44), Ibusca (S. 44), C-You (S. 44, S. 47), DuxX (S. 45, S. 47), Michael Burrell (S. 46), nerudoi (S. 48), borchee (S. 60)



los geht's*

* GRÜNDER &
UNTERNEHMER
GEIST

Inhalt

- 6 Leitartikel
Gründergeist wecken – Unternehmergeist fördern ...
- 10 RKW Studie
Fehlt uns Deutschen Unternehmergeist?
- 14 Interview
Zurück zu den Wurzeln des Unternehmergeists
- 20 Wir haben nachgefragt
Was bedeutet für Sie Unternehmergeist?
- 22 Kolumne
Der Unternehmer war's!
- 24 Gastbeitrag
Deutsche gründen anders – und das ist gut so!
- 30 Portraits
Unternehmergeist braucht mehr als Mut & Geld
- 34 Projektportrait
Mit guten Beispielen Klischees durchbrechen
- 36 Interview
Junge Menschen brauchen Chancen, um sich auszuprobieren
- 40 Interview
Erfolgserebnisse und Scheitern inklusive
- 42 Neue RKW Studie
Gründung ist (doch) eine Frage des Alters!
- 44 Exkurs
Sportgeist meets Unternehmergeist
- 48 Veranstaltungsreport
Mittelstand vs. Startup – Modell mit Zukunft

- 52 Aus dem RKW
- 55 RKW News
- 56 RKW Termine
- 59 RKW vor Ort



GRÜNDERGEIST | S T wecken UNTERNEHMERGEIST | S T fördern ...

... das ist leicht gesagt und schnell geschrieben. Gründergeist, Unternehmergeist – das sind positiv besetzte Worte und Themen, mit denen man sich in der Regel gerne befasst. Diese Begriffe verbinden sich in den Gedanken mit positiv wahrgenommenen Eigenschaften wie Aktivität, Neuerung, Verbesserung, Mut, Leidenschaft, Erfolg, Freude und vielen mehr. Bezogen auf den einzelnen Menschen stehen sie als Attribute für eine zielgerichtete Geisteshaltung (Entrepreneurial Mindset), die es dem Unternehmensgründer ebenso wie dem gestandenen Unternehmer ermöglicht, immer neue Ideen in marktfähige Produkte oder Dienstleistungen hinein zu entwickeln. Welche Möglichkeiten gibt es nun, einen derartigen Unternehmergeist zu fördern und welchen Zielen dient dies?

Kreativität und Tatendrang früh fördern

Schon bei Kindern und Jugendlichen eröffnen deren natürliche Kreativität und Offenheit vielfältige Möglichkeiten, Ideen in die Tat umzusetzen und daraus viel Selbstvertrauen, Mut und Freude zu entwickeln. Diese Chancen möchten wir mit dem von der Karl Schlecht Stiftung unterstützten Projekt „Unternehmergeist erleben“ fördern, indem wir an Schulen und pädagogischen Hochschulen in Baden-Württemberg Workshops anbieten und gleichzeitig die bundesweite BMWi-Initiative „Unternehmergeist in Schulen“ aktiv unterstützen. Auch Auszubildende nehmen wir unter einem ähnlichen Fokus in den Blick: In unserem Projekt „Digiscouts“ entwickeln Azubis für Digitalisierungspotenziale in ihrem Betrieb Lösungen und setzen diese in eigenen Projekten um. Sie erleben so ihre Wirksamkeit innerhalb ihres Betriebes. Jungen Menschen die vielfältigen Möglichkeiten anzubieten, ein eigenes Unternehmen aufzubauen oder sich in einem bestehenden Betrieb zu engagieren, ist ein wichtiger Baustein für mehr Gründungen und um den Fachkräftebedarf in einer digitalisierten Unternehmenswelt der Zukunft zu decken. Auf unserer Website informieren wir regelmäßig über die Fortschritte und Erkenntnisse aus unseren Aktivitäten für und mit jungen „Unternehmertypen“ in Schule und Ausbildung.

Inspiration aus anderen Ländern?

Gründer- und Unternehmergeist lässt sich auch in größeren Kontexten, beispielsweise in einem Umfeld mit vielen hoch innovativen und schnell wachsenden Startups wie dem Silicon Valley betrachten. Generationen von Forschern, Wirtschaftsförderern und Startups aus aller Welt besuchen immer wieder diesen inspirierenden Ort der amerikanischen Gründerszene, konnten den Entrepreneurial Spirit vor Ort regelrecht einatmen – wir haben in dieser Ausgabe unseres RKW Magazins Dr. Andrea M. Herrmann gebeten, aus der Perspektive der Innovationsforschung auf das Silicon Valley zu blicken – mit spannenden Einblicken in unser eigenes Gründungsgeschehen in Deutschland.

Ein Blick auf die Zahlen des weltweiten Gründungsgeschehens lässt uns – wissenschaftlich fundiert – ratlos zurück. Ein Ausschnitt aus dem Global Entrepreneurship Monitor, in dieser Ausgabe des RKW Magazins mit dem Fokus auf die Gründungskultur, erklärt die faktisch geringen Gründungszahlen in Deutschland. Demnach werden die positiv bewerteten harten Kriterien wie die physische Gründungsinfrastruktur oder der gute Schutz des geistigen Eigentums durch die gesellschaftlich langfristig etablierten Werte und Normen überlagert. Kurz gefasst: Wir Deutschen finden, dass die eigene Unternehmensgründung keine gute Wahl bei der Gestaltung unseres Erwerbslebens ist – und handeln entsprechend. Aber lesen Sie am besten die detaillierten Ausführungen hierzu von Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer: „Fehlt uns Deutschen Unternehmergeist?“

Fakten annehmen – Entrepreneurial Mindset stärken

Verzweiflung mit Blick auf die Förderung des Unternehmergeistes ist nun aber auch keine günstige Lösung. Es gilt, die Fakten zur Kenntnis zu nehmen: Ja, wir Deutschen sind im Durchschnitt sicherheitsorientiert und nicht besonders risikofreudig, und wir haben offenbar mehr Angst vor dem Scheitern als Menschen in anderen Ländern. Und gleichzeitig gibt es an vielen Orten in Deutschland, von Berlin über Leipzig, Dortmund und sogar in der Schwarzwaldgemeinde Neckar-Eschach, sehr erfolgreiche Initiativen und Netzwerke, denen es gelingt, den vorhandenen Entrepreneurial Mindset so zu unterstützen, dass Unternehmensgründungen gewagt und realisiert werden. Besonders nachhaltig erscheint dies im Verbund aller relevanten Unterstützer zu gelingen, die sich als Gründerökosystem verstehen und folglich Hand in Hand im Sinne des Gründers/der Gründerin handeln.

Regionale Unterstützung wirkt am besten

Die regionale Verankerung erscheint uns bei der Förderung von Gründer- und Unternehmergeist als ganz wesentliches Erfolgsmerkmal. In den vielen Jahren, in denen wir die gemeinsam mit mehr als 1.000 Förderern und Partnern fest etablierte Gründerwoche Deutschland für das Bundeswirtschaftsministerium koordinieren, haben wir einen Überblick über die vielfältigen Unterstützungsformate regionaler Akteure in ganz Deutschland gewinnen können – und die Einsicht, dass die Angebote vor Ort den Menschen mit Gründungsabsichten Sicherheit, Verlässlichkeit und wirksame Unterstützung bieten. In jährlich bis zu 2.000 Workshops, Seminaren, Planspielen, Wettbewerben und vielen weiteren Veranstaltungen im Zeitraum der Gründerwoche Deutschland wird das Thema berufliche Selbstständigkeit bundesweit in all seinen Facetten thematisiert. Auch deshalb bildet die Plattform Gründerwoche eine starke Klammer um die Themen, die wir zur Gründungsförderung im RKW Kompetenzzentrum aufgreifen und über die Sie in diesem RKW Magazin lesen werden.

www.gruenderwoche.de

Weiter Impulse setzen

Im Laufe dieses Jahres wollen wir mit unseren Partnern in den gründungsbezogenen Projekten gemeinsam eine „Charta zur Förderung der Gründungskultur“ entwickeln und so die Plattform zur Gründungsförderung aktivieren – damit Unternehmensgründungen und Unternehmertum in Deutschland immer wieder neue Impulse erhalten. ■

Autorin:

Stefanie Bechert ist stellvertretende Leiterin des Fachbereichs „Gründung und Innovation“ beim RKW Kompetenzzentrum. bechert@rkw.de





FEHLT UNS DEUTSCHEN UNTERNEHMER GEIST?

Gründungskultur im Fokus des Global Entrepreneurship Monitors

Warum entstehen in Deutschland vergleichsweise wenige neue Unternehmen? Haben wir zu wenige Gründer ausschließlich aufgrund der guten Arbeitsmarktsituation und des demografischen Wandels? Oder fehlt den Deutschen vielleicht die Begeisterung für die Selbstständigkeit?

Kultur der Selbstständigkeit in Deutschland

Möglicherweise drückt der Schuh zusätzlich auch noch woanders: Es fehlen in Deutschland mehr Menschen, die den Schritt in die Selbstständigkeit wagen und ein eigenes Unternehmen tatsächlich als Alternative zur abhängigen Beschäftigung verstehen. Der Grund dafür ist offensichtlich das Fehlen eines Klimas für eine ausgeprägte Gründer- und Unternehmerkultur, die unser Land dringend braucht, wenn es auf Dauer weltweit zu den wirtschaftlich erfolgreichen Industrieländern zählen will.

Betrachtet man die Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitors (GEM), dem weltweit bedeutendsten Forschungsprojekt zur Analyse von Gründungsaktivitäten und zu Gründungseinstellungen in mehr als 50 Ländern, so zeigt sich, dass die gründungsbezogenen Rahmenbedingungen in Deutschland unterschiedlich bewertet werden. So steht beispielsweise Deutschland in Sachen physische Infrastruktur, Wertschätzung von Innovationen oder Schutz des geistigen Eigentums sehr gut da. Schwächen zeigen sich dagegen in den Bereichen schulische und außerschulische Gründungsausbildung oder die Belastung durch Steuern und Regulierungen.

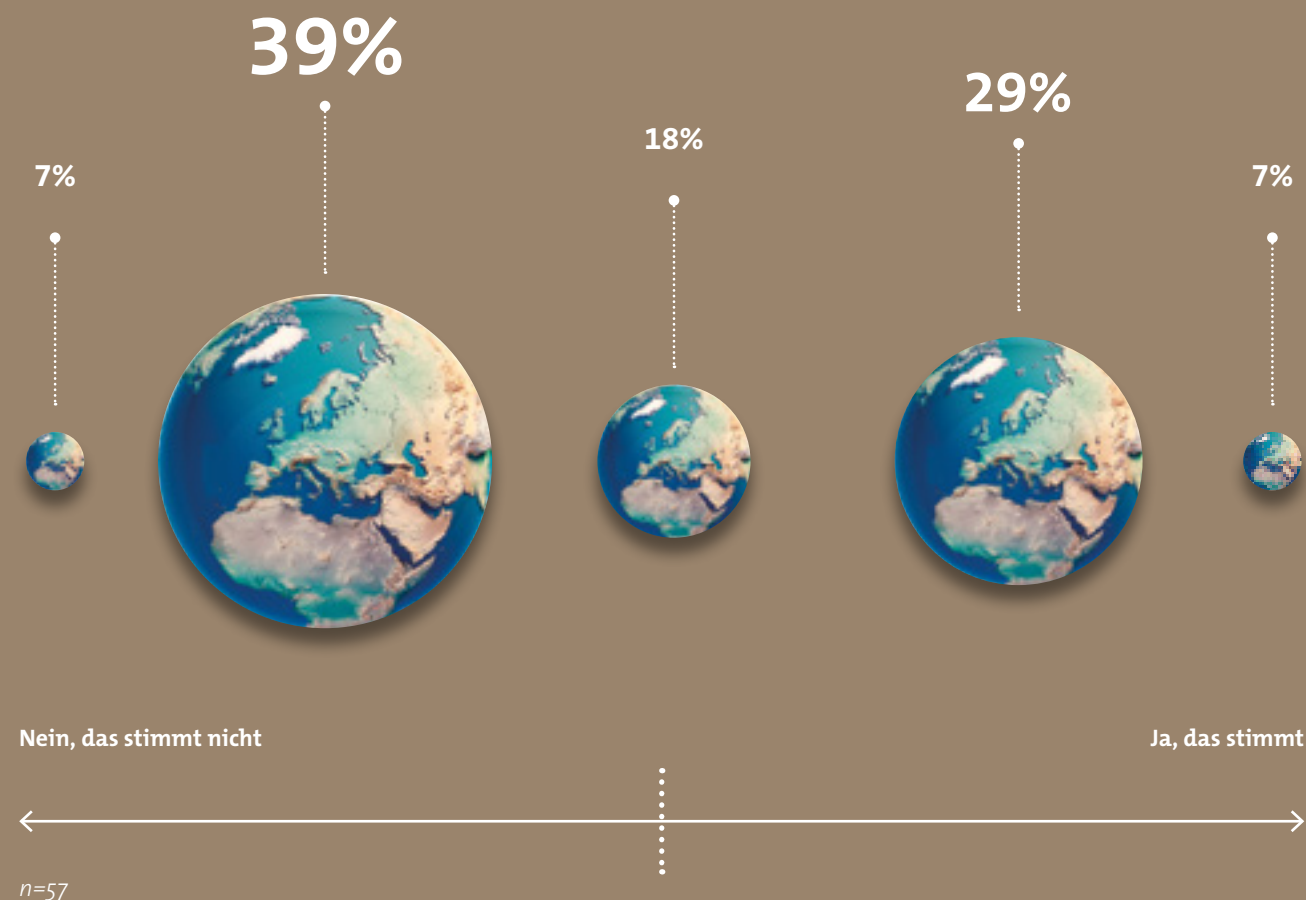
Ohne Zweifel ebenfalls im Bereich Werte und Normen hinsichtlich der unternehmerischen Selbstständigkeit – mit einer eher sicherheits- als chancenorientierten Bevölkerung besteht Handlungsbedarf in Deutschland. Diese Meinung teilen nicht nur die befragten (tatsächliche und potenzielle) Gründer, sondern auch ausgewählte Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, die sich an der GEM-Studie beteiligt haben. Somit ergibt sich für Deutschland ein zweigeteiltes Bild bezüglich gründungsbezogener Rahmenbedingungen.

Einfluss gesellschaftlicher Werte und Normen

Die Rahmenbedingung „Gesellschaftliche Werte und Normen“ des GEM-Berichts umfasst den Einfluss der landesweiten Kultur auf die Wahrnehmung und Ausübung eigener unternehmerischer Aktivitäten (vgl. Sternberg/Wallisch et al., 2018). Insgesamt wird die Kultur in Deutschland im Hinblick auf eine eigene unternehmerische Tätigkeit als wenig förderlich eingestuft. Dies trifft auch auf alle Einzelaussagen zum Thema Kultur und Selbstständigkeit in Deutschland zu, welche die Experten im Rahmen der Befragung bewertet haben. Beispielsweise ist der größere Anteil der Experten der Meinung, dass die landesweite Kultur die Verantwortung des Einzelnen zur eigenen Lebensgestaltung nur wenig betont (vgl. Abb. 1).

Abbildung 1

Die landesweite Kultur betont die Verantwortung, die der Einzelne hat, sein eigenes Leben zu gestalten.



Am wenigsten Zustimmung finden die Aussagen, dass die landesweite Kultur die Bereitschaft zur Übernahme unternehmerischen Risikos fördert oder Selbstständigkeit, Autonomie und Eigeninitiative betont. Etwas besser wird die landesweite Kultur als fördernder Aspekt der Kreativität und Innovation gesehen. Ähnlich bewertet ist der Aspekt, dass kulturelle Einflüsse das Erreichen individuellen Erfolgs durch eigene, persönliche Anstrengungen begünstigen.

Soziale und gesellschaftliche Werte in Deutschland werden ebenfalls im Vergleich zu anderen Industrieländern bezüglich der „Gründungskultur“ – der Einstellung

der Bevölkerung hinsichtlich ihrer Werte und Normen bezogen auf die unternehmerische Selbstständigkeit – regelmäßig innerhalb der Referenzländergruppe schlecht bewertet (vgl. Sternberg/von Bloh, 2017). Im Jahr 2017 nahm Deutschland den 37. Platz unter den 54 GEM-Ländern ein und liegt daher im hinteren Teil des Rankings. Israel, die Vereinigten Arabischen Emirate, Kanada oder Holland und Estland aus den europäischen Ländern stehen ganz vorne hinsichtlich soziokultureller Normen. Der Vorteil der genannten Länder hinsichtlich gründungsrelevanter Werte und Einstellungen korrespondiert mit ihren Gründungsquoten, die teilweise etwa doppelt so hoch wie die Deutschlands sind.

Geringes Ansehen und niedrige Fehlertoleranz

Der GEM-Bericht untersucht neben der Expertenbefragung auch die Aussagen zu Gründungsaktivitäten und -einstellungen von tatsächlichen als auch beabsichtigenden Gründern. Unter zahlreichen Fragen wurden auch gesellschaftliche Werte in Hinblick auf unternehmerisches Handeln berücksichtigt. Die Mehrheit der befragten Personen in Deutschland sieht die Unternehmensgründung als keine gute berufliche Wahl im Gegensatz beispielsweise zu Volkswirtschaften in Nordamerika. Nur etwa die Hälfte der Gründer in Deutschland ist der Meinung, dass unternehmerisches Handeln eine gute Karrierewahl ist. Zudem sind das Ansehen von Unternehmern sowie das Medieninteresse, um unternehmerische Aktivität hervorzuheben, in Deutschland relativ gering. So wirkt sich das in einer Gesellschaft vorherrschende Unternehmerbild auch auf die individuelle Gründungsbereitschaft aus.

Weiterhin ist die Angst vor unternehmerischem Scheitern in Deutschland relativ stark ausgeprägt: 42 Prozent der Deutschen würde die Angst vor dem Scheitern von einer Gründung abhalten, so die Ergebnisse aus dem GEM-Bericht. In Deutschland fehlt die Kultur der zweiten Chance: Ein Misserfolg bedeutet in der Regel einen Verlust an sozialem Ansehen. Dagegen wird die Berufstätigkeit in etablierten Beschäftigungsstrukturen mit Sicherheit und Anerkennung in der deutschen Gesellschaft assoziiert. Selbst das vorbildliche duale Ausbildungssystem in Deutschland motiviert junge Absolventen selten dazu, ein eigenes Unternehmen zu gründen, sondern eher Jobs in etablierten Unternehmen und Industrien aufzunehmen.

Gründungskultur in Deutschland – wie geht es weiter?

Für den langfristigen Bestand der mittelständischen Wirtschaft in Deutschland ist von sehr hoher Relevanz, eine Kultur der Selbstständigkeit in der Gesellschaft zu verankern und das Interesse für Unternehmensgründung und -übernahme zu stärken.

Verschiedene Initiativen versuchen bereits, den Unternehmergeist in Deutschland zu stärken und zielen auch darauf ab, unternehmerische Aspekte sozial und kulturell stärker in der Bevölkerung zu verankern. Neben der Verbesserung der Gründungsausbildung im schulischen, aber auch im außerschulischen Bereich schlagen die befragten Experten unter anderem Formate vor, die sowohl den gescheiterten als auch den erfolgreichen Unternehmern die Möglichkeit geben, ihre Erfahrungen mit der Öffentlichkeit zu teilen.

Diese sind weiterzuverfolgen und auszubauen, obwohl ein Wandel der soziokulturellen Normen nicht kurzfristig erfolgen kann. Gemeinsame Anstrengungen der Politik, der Bildungseinrichtungen und der Gesellschaft können hier fördernd einwirken. Allerdings sind die Einstellungen gegenüber unternehmerischer Selbstständigkeit historisch gewachsen und lassen sich oftmals nur mittel- bis langfristig verändern (vgl. Fritsch/Wyrwich 2014, S. 2 f.).

Der aktuelle GEM-Bericht steht unter www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/studie/global-entrepreneurship-monitor-20172018/ zum Download bereit.

Literaturverzeichnis:

Fritsch, M.; Wyrwich, M. (2014): The Effect of Regional Entrepreneurship Culture on Economic Development – Evidence for Germany, in: Jena Economic Research Papers, 2014 - 014, Jena.

Sternberg, R.; von Bloh, J. (2017): Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2016, Hannover.

Sternberg, R.; Wallisch, M.; Gorynia-Pfeffer, N.; von Bloh, J.; Baharian, A. (2018): Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2017/18, Eschborn.

GEM Konsortium: Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018, Global Entrepreneurship Research Association (GERA).



Autorin:

Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer arbeitet im Fachbereich „Gründung und Innovation“ im RKW Kompetenzzentrum. gorynia@rkw.de

ZURÜCK ZU DEN WURZELN DES UNTERNEHMER GEISTS



Welche Rolle spielen Social Startups bei der Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen?

Social Startups sprießen aus dem Boden wie Pilze und man kann es eigentlich auch nur für gut und sinnvoll halten, was die meisten beabsichtigen und bewirken. Und nicht selten sehnt sich so mancher danach, selber mal wirklich was „Sinnvolles“ oder gar „Gutes“ zu tun oder die Welt zu retten. Damit auch noch Geld zu verdienen und ein richtiges Business-Modell auf die Beine zu stellen, erscheint einem dann doch eher als unrealistisch oder mindestens als ziemlich riskant. Warum es aber für unsere Gesellschaft so wichtig ist, dass sich viele soziale Entrepreneurure auf den Weg machen und wie sich unsere öffentliche Förderlandschaft für Social Startups ändern muss, haben wir Markus Sauerhammer gefragt. Er ist unter anderem Vorstand bei SEND e.V. und bloggt für eine enkeltaugliche Zukunft.

„Social Entrepreneurship“ ist in aller Munde – was bedeutet das und warum brauchen wir mehr soziale Unternehmer in Deutschland?

Mit der Digitalisierung sind wir in einen Epochenwandel eingetreten. Beim letzten großen Umbruch durch die Industrialisierung haben wir uns zu Beginn auch auf die wirtschaftlichen Mehrwerte fokussiert und diesen mit einer Reihe sozialer/gesellschaftlicher Innovationen flankiert: Krankenkassen, Rentensystem, Unfallversicherung, Arbeitslosenversicherung, Genossenschaften oder Gewerkschaften sind nur einige der Errungenschaften dieser Zeit. In der aktuellen Transformationsphase werden bahnbrechende Innovationen zumeist von Startups realisiert. Also von Akteuren außerhalb bestehender Strukturen. Analog nutzen Social Entrepreneurs Innovation und Unternehmergeist für eine nachhaltige und zeitgemäße Lösung unserer gesellschaftlichen Herausforderungen. Die Studie „The best Country to be a Social Entrepreneur“¹ hat ermittelt,

„Unter Social Entrepreneurship versteht man unternehmerisches Denken und Handeln zum Wohle der Gesellschaft und zur Lösung oder Verbesserung gesellschaftlicher Missstände.“

– Gabler Wirtschaftslexikon –

dass Deutschland unter den 45 wirtschaftlich stärksten Nationen insgesamt Rang 12 belegt – bei dem Punkt „Unterstützung durch die Politik der Regierung“ aber nur noch auf Rang 34 landet. Umso wichtiger ist das klare Bekenntnis der Regierung im Koalitionsvertrag auf bessere Rahmenbedingungen hinzuwirken.

Unser Schwerpunktthema ist „Unternehmergeist“. Gibt es einen besonderen Geist, der allen oder zumindest vielen sozialen Unternehmern innewohnt?

Ich sehe es eher, dass wir wieder zurück zu den Wurzeln von Unternehmergeist kommen. Unternehmertum kommt von unternehmen. Die heutige Bedeutung ist erst im 18. Jahrhundert – also zu Zeiten der Industrialisierung – entstanden. Die Stärke unserer Wirtschaft beruht auf den Werten einer sozialen Marktwirtschaft und denen des ehrbaren Kaufmanns. Sieht man sich die Entwicklung der letzten Jahre an, hat die Orientierung an diesen Werten nachgelassen. Nehmen wir die großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit ernst, so brauchen wir dringend mehr Unternehmergeist für deren Bewältigung und damit eine Rückkehr zu den gewachsenen Werten unseres Landes! Viele der Social Entrepreneure leben genau das!

¹ <http://poll2016.trust.org/methodology/>



Ab wann bin ich keine gemeinnützige Organisation mehr, sondern ein soziales Unternehmen? Wo liegen die Unterschiede?

So klar ist die Abgrenzung nicht zu treffen. In dem Zusammenhang erzähle ich gerne drei Erlebnisse, wie wir von unterschiedlichen Akteuren wahrgenommen werden:

Die Vertreterin eines großen Wirtschaftsverbandes sieht in Social Entrepreneurship eine Fortschreibung unserer Werte des ehrbaren Kaufmanns. Somit knüpft der Sektor an die Tradition des deutschen Mittelstandes an.

Der Vertreter eines Wohlfahrtsverbandes verglich uns mit der Entstehung neuer Wohlfahrtsorganisationen, die Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden. Nur stehen bei uns Innovation und unternehmerische Instrumente im Mittelpunkt.

Bei der Diskussionsrunde mit Vertretern einer Partei sagte jemand aus der Runde: „Eigentlich ist es mit den Social Entrepreneurs ähnlich wie bei der Gründung der Grünen: Ihr nehmt Euch der Probleme an, die die bestehende Parteienlandschaft nicht zufriedenstellend löst. Aber anstatt eine neue Partei zu gründen, macht Ihr euch direkt an die Lösungen.“

Je nach Blickwinkel stimme ich allen Akteuren zu. Im Kern geht es Social Entrepreneurs darum ganzheitliche Lösungen unserer gesellschaftlichen Herausforderungen zu realisieren.

„Social Entrepreneurship spielt bei der Lösung aktueller gesellschaftlicher und sozialer Herausforderungen eine zunehmend wichtige Rolle. Social Entrepreneurship wollen wir noch stärker als bisher fördern und unterstützen.“

– Koalitionsvertrag der Bundesregierung 2018 –



In Deutschland hat der Sektor gerade wegen seiner Hybridstruktur zu kämpfen. Viele der Akteure passen in keine traditionelle Schublade. Eine Erhebung der Europäischen Kommission von 2014 macht den Nachholbedarf deutlich: 20 der 29 Akteure haben bereits eine nationale Definition. Deutschland nicht. Immer mehr Länder haben inzwischen eigene Rechtsformen und nationale Strategien für soziale Innovationen. Deutschland bislang nicht. Umso mehr freuen wir uns über das klare Statement der Bundesregierung im Koalitionsvertrag, sich dieser Herausforderung zu stellen.



Auch soziale Unternehmen können nicht von Luft und Liebe leben.

Wie finanzieren sich beispielsweise die Mitglieder von SEND?

Dies variiert stark. Wir haben Mitglieder, die sich komplett aus den Umsätzen finanzieren und teilweise sogar an der Rentabilität klassischer Unternehmen vorbeiziehen. Schwieriger ist es in Bereichen, die traditionell in der Hand von Wohlfahrt oder öffentlicher Hand sind. Hier gibt es viele Eintrittsbarrieren und wir sind weit von einer Chancengleichheit entfernt. In diesen Feldern unterstützen in der Aufbauphase oft Stiftungen oder die CSR-Abteilungen von Unternehmen.

Für die Gründungsphase nutzen viele Social Entrepreneurs Crowdfunding oder Stiftungsfinanzierung. Zudem entwickelt sich Impact Investing zunehmend als Instrument für die Wachstumsphase. Eine große Herausforderung bleibt, dass es im Gegensatz zu klassischen Startups kaum öffentliche Finanzierungs- und Förderinstrumente gibt. Diesen Änderungsbedarf sieht auch das parteiübergreifende Thesenpapier² vom Progressiven Zentrum und von der Bertelsmann Stiftung für einen Transfer unserer sozialen Marktwirtschaft in die heutige Zeit:

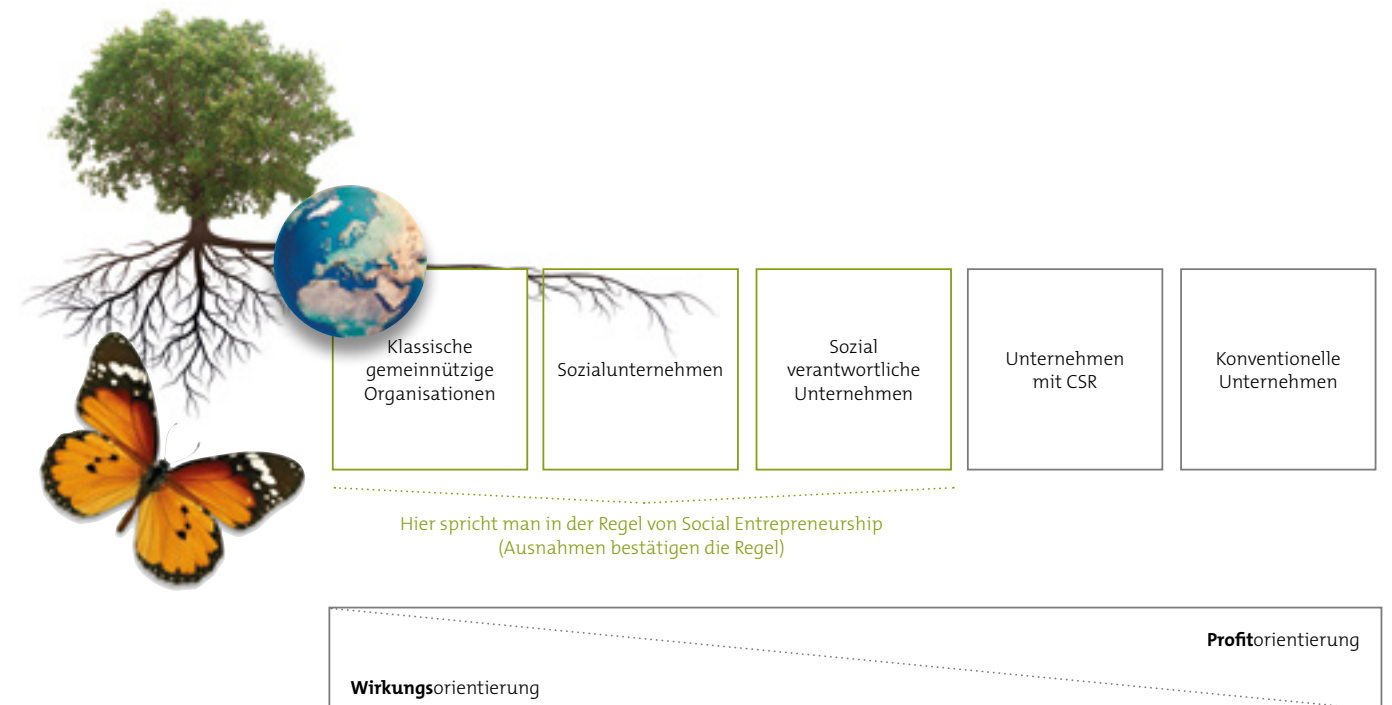
„Viele neue, junge GründerInnen verstehen sich als Social Entrepreneurs und verschieben bewusst die Grenze zwischen Non-Profit und Profit, indem sie die problemlösende, gesellschaftliche Wirkung in den Vordergrund stellen. Eine Öffnung der traditionellen Förderstrukturen für solche Start-Ups würde helfen, dieses unternehmerische und gesellschaftliche Potenzial besser auszuschöpfen.“



In Ihrem Positionspapier sprechen Sie von „... bahnbrechenden Lösungen, die systemische Antworten auf gesamtgesellschaftliche Herausforderungen geben“. Was könnte das sein? Was können Social Startups dazu beitragen?

Bereits heute entstehen viele dieser Lösungen, die bei einer entsprechenden Wirkungsentfaltung enorme Potenziale für einen gesamtgesellschaftlichen Fortschritt haben. Kiron Higher Education revolutioniert digitale Bildung für Geflüchtete mit dem Potenzial dies auf andere Zielgruppen auszuweiten. Mein Grundeinkommen pilotiert das Bedingungslose Grundeinkommen. Mobile Retter nutzt location-based Services für die Rettung von Leben.

² <http://www.progressives-zentrum.org/thesepapier-inklusive-wachstum-fuer-eine-neue-verbundung-von-zukunftsgerichteter-produktivitaet-und-sozialer-teilhabe/>



Auticon und Discovering Hands verwandeln die Behinderung von Menschen in eine Stärke und denken damit Inklusion neu. Einhorn oder Tip.me gestalten globale Wertschöpfungsketten fairer. Africa Greentec oder Conflict Food entwickeln neue Ansätze für die Entwicklungszusammenarbeit. Startnext und Betterplace revolutionieren die Finanzierung von Ideen mit gesellschaftlicher Relevanz. Plattformen wie youvo und voster bieten zeitgemäße Lösungen für ehrenamtliches Engagement. Ich könnte lange weitermachen. Es sind viele unterschiedliche Akteure. Gemeinsam haben alle eines: Sie wollen gesellschaftliche Herausforderungen lösen und setzen sich für einen Fortschritt ein, von dem die Gesellschaft als Ganzes profitiert. ■

Über SEND e.V. – Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland

SEND ist die Dachorganisation für Social Entrepreneurship in Deutschland. Die Kernaufgaben des Netzwerkes liegen in einer Vernetzung der Akteure, einer Stärkung des Sektors sowie der Verbesserung der Sichtbarkeit. Darüber hinaus vertreten wir die Interessen der Social Entrepreneurs gegenüber der Politik. Seit der Gründung im Herbst 2017 sind dem Netzwerk über 250 Akteure beigetreten. Weitere Informationen unter www.send-ev.de



Markus Sauerhammer war Landwirt, Gründer und Gründungsberater. Er hat einen Abschluss als Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH) sowie einen Executive MBA zu Unternehmensgründung und Innovationsmanagement. Bis Februar 2018 war er bei der Crowdfunding-Plattform Startnext für Kooperationen verantwortlich und im Vorstand des European Crowdfunding Network (ECN). Ehrenamtlich engagiert er sich als Koordinator Social Entrepreneurship beim Bundesverband Deutsche Startups (BVDS) und als 1. Vorstand vom Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND). Unter tellerrandspringer.de bloggt er zu Potenzialen der digitalen Transformation für die Gestaltung einer enkeltauglichen Zukunft. markus.sauerhammer@send-ev.de

Die Fragen stellte **Julia Niles**, Chefredakteurin des RKW Magazins. niles@rkw.de

Was bedeutet für Sie Unternehmergeist?



Nadine Ricci ist Geschäftsführerin von Herdling Bedachungen, einem Dachdecker- und Spenglerfachbetrieb in der vierten Generation in Taunusstein.

„Meines Erachtens liegt der Grundstein für den Unternehmergeist im Charakter des Menschen. Komplett erlernen kann man es nicht. Der Charakter ist geprägt von Willensstärke und Durchsetzungsvermögen und sie haben den starken Drang ihre Fähigkeiten unter Beweis zu stellen. Entscheidungsfreiheit und Ungebundenheit sind ihnen wichtig und sie müssen ein hohes Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten haben. Menschen mit Unternehmergeist sind Macher, die es lieben anzupacken. Nicht der kommerzielle Gedanke ist ausschlaggebend, vielmehr der Idealismus. Unternehmergeist bedeutet hinter seiner Idee zu stehen und diese mit viel Leidenschaft umzusetzen.“



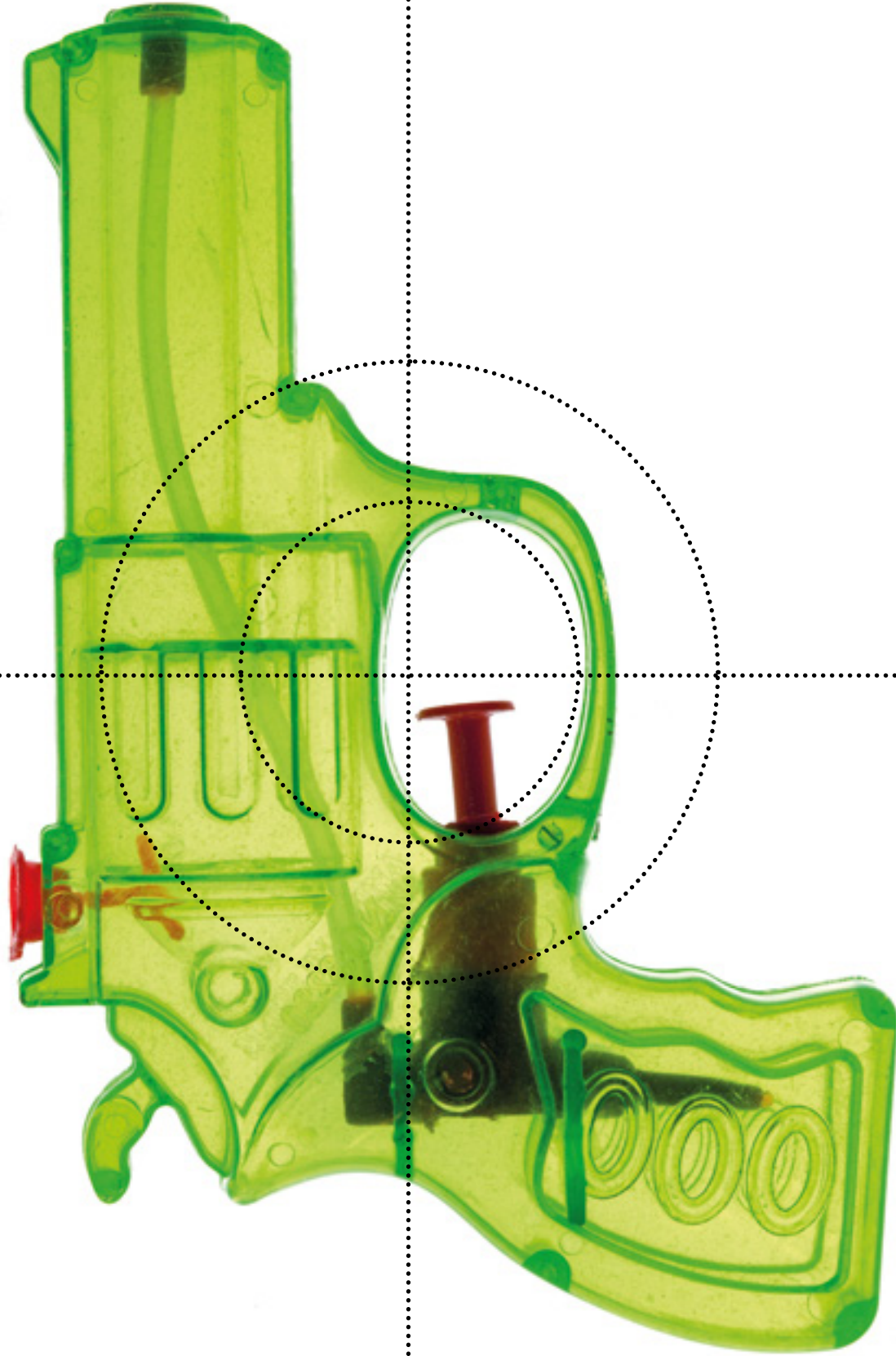
Dirk E.O. Westerheide ist mehrfacher Unternehmer, Investor sowie Past President des Gesamtverbands Kunststoffverarbeitende Industrie (GKV)

„Realistische Chancen leiten den Unternehmer, der Bedenkenträger wird keinen Erfolg haben. Die unternehmerische Sicht muss über 360 Grad von Entwicklung, Vertrieb, Produktion, Logistik bis zur Finanzierung reichen. Nicht Intelligenz ist entscheidend, sondern das systematische, zeitliche sowie inhaltliche Abarbeiten aller Aufgabenbereiche führt zum Erfolg. Unternehmer sollten nicht zu alt sein und nicht mit Konzerndenke Verantwortung wegschieben. Vereinzelt Scheitern und Tiefschläge gehören zum Berufsleben dazu, im Saldo steht aber immer der Erfolg, erarbeitet durch Weitsichtigkeit, Mut, Richtungstreue und Führungsstärke.“

Mike Bertsch ist Geschäftsführer von B&B Technik + Events, Mainz

„Für mich hat Unternehmergeist verschiedene Facetten. Dazu zählen eine gesunde Risikobereitschaft bei Investitionen und neue Ideen, auch wenn nicht alles von Beginn an zu 100 Prozent funktioniert. Chancen erkennen und ergreifen gehört für mich ebenso zum Unternehmensein dazu wie eine intrinsische Motivation, mein Unternehmen voranzubringen und dabei Spaß an den täglichen Herausforderungen und Aufgaben zu haben. Damit einher geht wohl zwangsläufig eine hohe Arbeits- und Einsatzbereitschaft und die Freude am Erfolg.“





Der Unternehmer war's!

Der Mörder ist immer der Gärtner! Von wegen. Betrachte ich mir das Berufsgruppen-Ranking der Mörder in einschlägigen Tatort-Krimis, so steht mitnichten der Gärtner auf Platz eins.* Nein, es ist der Unternehmer, ob aus Bau-, IT- oder sonstiger Branche. Warum eigentlich? Warum der Unternehmer, wahlweise die Unternehmerin?

Keine Statistik der Welt würde dem Unternehmer mehr kriminelle Energie andichten als Vertretern anderer Berufe. Macht die Mordskulisse in der Unternehmervilla im Hamburger Elbvorort einfach optisch mehr her als in einem Brennpunktviertel Berlins? Oder soll ich wirklich glauben, dass Unternehmer grundsätzlich im Geld schwimmen, den Fiskus betrügen, ihre Mitarbeiter ausbeuten und ein leichtes Leben ohne echte Arbeit führen und eigentlich wenig andere Sorgen haben, als Familienmitglieder aus niederen Motiven – vor allem aus Habgier – mit dem Marmor-Briefbeschwerer neben der schneeweissen Sitzgruppe zu erschlagen? Dieses pauschale Bild stimmt genauso wenig wie das des Unternehmers, der einsam alt wird, weil sein Job ihn komplett absorbiert hat, was kein Partner und keine Familie ertragen konnte.

Wenn im Kopf allerdings derlei Assoziationen entstehen, so verwundert die allzu oft negative Besetzung des Unternehmertums nicht. Es verwundert dann auch nicht, dass in Deutschland immer noch viele den Sprung in die unternehmerische Selbstständigkeit nicht wagen. Dabei ist die Realität derjenigen, die den Mut zu gründen aufgebracht haben und „Unternehmer“ sind, so divers wie die fast 3,5 Millionen Unternehmen in Deutschland. Pauschale Aussagen verbieten sich. All diejenigen in diesem Land, die etwas „unternehmen“, tun dies nicht nur für sich selbst, sondern – gewollt oder ungewollt – auch für andere, auch für unsere Gesellschaft. Ob jung, alt, weiblich, männlich, innovativ oder eher klassischer Natur – Unternehmer halten die Wirtschaft und damit auch Gesellschaft lebendig und zukunftsfähig. Sie gehen Risiken ein, schaffen Arbeitsplätze, tragen Verantwortung für ihr eigenes Handeln, aber auch für das ihrer Mitarbeiter. Ihr unternehmerisches Schaffen kann Auswirkungen auf die gesamte Gesellschaft haben.

Natürlich treibt, von wenigen Altruisten abgesehen, erst einmal nicht das Gefühl der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung den Unternehmer an. Vielmehr sind es die Erwartung und Erfahrung, dass es sich in jeder Hinsicht lohnt, Verantwortung zu übernehmen. Dass sich unternehmerischer Mut und die besondere Leistung selbst eines Ein-Mann-Unternehmens lohnen darf, erscheint mir nur plausibel.

Unternehmer sind selten Rockstars – aber in ihrer Gesamtheit müssten sie ähnlich oder noch mehr gefeiert werden als Fußballer, Schauspieler, Musikstars oder auch YouTuber, deren Popularität teils aberwitzige Ausmaße annimmt. Vielleicht denke ich daran beim nächsten Tatort, wenn es wieder die Unternehmerin war, oder bei der nächsten politischen Diskussion, in der „der Unternehmer“ wieder an allem schuld ist. Und ich denke daran, dass man überhaupt kein pauschales Bild von hundertausenden Unternehmern zeichnen kann. ■

* Quelle: Netzieger, statista



Autorin:
Julia Nilles ist Chefredakteurin des RKW Magazins beim
RKW Kompetenzzentrum. nilles@rkw.de

Deutsche gründen anders – und das ist gut so!

Warum Silicon Valley
kein Vorbild für Gründertum in
Deutschland ist



Wenn Sie auf Google nach den *erfolgreichste(n) Gründer(n) weltweit* (bzw. nach *famous entrepreneurs worldwide*) suchen, dann werden die Ergebnislisten angeführt von Bill Gates, Steve Jobs, Mark Zuckerberg und anderen Kollegen aus Silicon Valley. Deutsche Gründer werden kaum genannt.

Einerseits ist das verständlich: Die Häufung besonders erfolgreicher Unternehmer in Silicon Valley, die es in kurzer Zeit vom Garagen-Gründer zum Milliardär geschafft haben, fasziniert uns. Die Presse berichtet häufig über den Gründergeist im Silicon Valley oder vergleicht andere Gründerszenen mit diesem Vorbild. Die Gründungsgeschichten von Facebook und Apple wurden verfilmt. Auch die Wissenschaft zeigt ein besonderes Interesse an radikal innovativen Gründungen, denn Studien belegen, dass diese Unternehmen überdurchschnittlich schnell wachsen und überproportional viele Arbeitsplätze schaffen.

Doch ist dieser Fokus andererseits auch problematisch. Erstens entsteht durch ihn der Eindruck, dass weniger innovative Unternehmen zweitklassig seien. Aber sind sie das? Zweitens wird suggeriert, dass die Vereinigten Staaten im Allgemeinen und Silicon Valley im Besonderen ideale Gründungsvoraussetzungen bieten. Aber ist dem so? Und drittens leitet sich daraus die Handlungsempfehlung an die deutsche Gründungspolitik ab, bessere Bedingungen nach dem Vorbild des Silicon Valley zu schaffen. Aber ist das wirklich wünschenswert?

Um diese drei Fragen zu beantworten, ist zunächst festzustellen, dass es im Wesentlichen drei Gründungstypen gibt (siehe Grafik). Die in Silicon Valley so häufig – ansonsten aber eher selten – vertretenen „radikalen Innovatoren“ zeichnen sich durch die Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen aus, die auf neuartigen Technologien beruhen. Während radikale Innovatoren, denen die Erschließung neuer Märkte gelingt, rasch wachsen und hohe Gewinne erzielen, ist die Wahrscheinlichkeit hierbei zu scheitern hoch. Das Gegenteil trifft auf „Imitatoren“ zu, die altbewährte Produkte oder Dienstleistungen ohne technologische Neuerungen anbieten. Entsprechend sind ein geringes Wachstum, mäßige Gewinne, aber auch ein geringes Risiko zu scheitern charakteristisch für imitative Gründungen, die den Großteil der Gründungen in den westlichen OECD-Ländern ausmachen. Als dritter Gründungstyp bringen inkrementelle Innovatoren mittels verbesserter Technologien qualitativ hochwertige Produkte auf den Markt und erschließen Nischenmärkte. Das Risiko, hierbei zu scheitern, besteht durchaus, ist aber überschaubar, sodass inkrementelle Innovatoren häufig vorkommen.

Sind radikal innovative Gründungen dank ihres hohen Wachstumspotenzials also die besseren Gründungen?

Die „Studie über schnell wachsende Jungunternehmen“ des BMWi (2012) lässt Zweifel daran aufkommen. Denn über einen längeren Betrachtungszeitraum zeigt sich, dass „schnelles Wachstum ein eher temporäres Phänomen innerhalb des Unternehmenslebenszyklus“ ist. (S. 19), sodass rasch wachsende Gründungen „in der Folgezeit durchaus auch wieder schrumpfen.“ Ein rasch wachsendes Unternehmen „ist daher kein Garant für kontinuierliches Beschäftigtenwachstum, sondern stellt vielmehr ein temporäres Phänomen dar“ (S. 40).

Ferner können Unternehmen nicht nur durch die Erschließung neuer Märkte Wettbewerbsfähigkeit erlangen. Gerade deutsche Unternehmer behaupten sich im internationalen Wettbewerb ausgezeichnet durch die Erschließung inkrementell innovativer Nischenmärkte mittels qualitativ hochwertiger Produkte.

Diese Beobachtung führt zur zweiten Frage, ob die USA Unternehmern die besten Gründungsvoraussetzungen bieten.

Dies ist lediglich für radikal innovative Gründungen der Fall, weil diese von einem deregulierten Arbeits- und Finanzmarkt profitieren: Da kurzfristiges ‚hire-and-fire‘ langfristige Arbeitsplatzsicherheit unmöglich macht, sind US-Arbeitnehmer selten bereit, unternehmensspezifische Qualifikationen zu erwerben. Allerdings werden sie durch häufigen Arbeitsplatzwechsel immer wieder mit neuen Ideen konfrontiert, was ihr Vorstellungsvermögen und Innovationspotenzial steigert.

Darüber hinaus führt das Kapitaldeckungsverfahren des US-Rentensystems zu vergleichsweise hohen Investitionen in Venture Capital Fonds, die das starke Wachstum von radikalen Innovatoren finanzieren. Ferner gibt es keine Aufsichtsräte, mit denen Manager sich abstimmen müssten. Manager können unilateral und kurzfristig weitreichende Veränderungen vornehmen, die für radikale Innovationen oft notwendig sind.



Gründungstypen

	Imitatoren	Inkrementelle Innovatoren	Radikale Innovatoren
Technologie	0	+	++
Wachstum	0	+	++
Gewinne	+	++	+++
Risiko	-	--	---
Häufigkeit OECD-Länder	+++	++	+

Gleichzeitig hemmt das deregulierte Umfeld der USA die Gründung von inkrementellen Innovatoren, für die regulierte Arbeits- und Finanzmärkte nach deutschem Vorbild förderlich sind: Dank des Dualen Systems erlernen Arbeitskräfte schon während der Ausbildung unternehmensspezifische Fähigkeiten. Auch fördert ein hoher Arbeitnehmerschutz lange Betriebszugehörigkeiten und den Erwerb von unternehmensspezifischem Detailwissen. Dies befähigt Arbeitnehmer, an technologischen Verbesserungen zu tüfteln und Produkte immer weiter zu verbessern.

Das umlagefinanzierte Rentensystem Deutschlands führt dazu, dass relativ wenig Gelder in Venture Capital Fonds fließen. Andererseits müssen größere Unternehmen einen Aufsichtsrat einrichten, der wichtigen strategischen Entscheidungen des Managements zustimmen muss. Dies macht rasche Veränderungen und den Aufbau radikal neuer Geschäftsbereiche schwierig. Allerdings fördert der Abstimmungsprozess zwischen Management und Aufsichtsrat die Entwicklung inkrementeller Innovationen.

Die USA bieten Unternehmern also keinesfalls die besten Gründungsvoraussetzungen schlechthin, sondern fördern lediglich die Entstehung von – eher selten vorkommenden – radikalen Innovatoren. Die Gründung der – wesentlich häufiger auftretenden – inkrementellen Innovatoren wird hingegen durch die regulierten Arbeits- und Finanzmärkte in Deutschland gefördert.



Bedeutet dies also, dass deutsche Gründungspolitik Arbeits- und Finanzmärkte deregulieren sollte, um radikalen Gründern bessere Chancen zu bieten?

Da radikale und inkrementelle Innovatoren von gegenteiligen Voraussetzungen profitieren, ist eine gleichzeitige Förderung beider Gründungstypen nicht möglich. Um radikal innovative Gründungen zu fördern, müsste der deutsche Staat sich gleichermaßen von Dualem System, Arbeitsplatzsicherheit, dem umlagefinanzierten Rentensystem und der Aufsichtsratspflicht verabschieden. Doch scheint dies keineswegs wünschenswert, da gerade diese Institutionen Grundlage für die Produkt(ions)-Qualität „made in Germany“ sind, die die deutsche Exportindustrie so erfolgreich macht.

Kurz:

Radikal innovative Gründungen sind keinesfalls die besseren Gründungen. Da das Gründungsumfeld in Deutschland inkrementell innovative Gründungen fördert, besteht kein Anlass, sich das Silicon Valley zum Vorbild zu nehmen. Deutsche gründen anders – und das ist

gut so! ■

Autorin:

Dr. Andrea M. Herrmann ist Associate Professor für Innovationsmanagement an der Innovationsforschungsgruppe der Universität Utrecht.
a.m.herrmann@uu.nl





Unternehmergeist braucht mehr als Mut & Geld

Wie innovative
Förderer Gründungen und
Nachfolge stärken

Unternehmergeist ist gefragt, um Innovationen hervorzu bringen, Arbeitsplätze zu schaffen, die Wirtschaft zu stärken und vieles mehr. Doch Unternehmergeist alleine reicht oft nicht, wenn es um die Umsetzung neuer unternehmerischer Ideen oder auch die Entscheidung, ein bestehendes Unternehmen weiterzuführen, geht – und Geld auch nicht. Förderer und Unterstützer können sehr hilfreich sein, um notwendige Weichen zu stellen oder Rahmenbedingungen zu setzen, um eine Geschäftsidee zu verwirklichen, wie auch für die Entstehung und Entwicklung unternehmerischen Denkens in den Köpfen von (jungen) Menschen. Die Europäische Kommission zeichnet seit 2006 innovative Initiativen, die sich um die Förderung von Unternehmertum und Unternehmergeist verdient gemacht haben, mit dem Europäischen Unternehmensförderpreis (European Enterprise Promotion Awards) aus. Folgend stellen wir Ihnen die Sieger des deutschen Vorentscheids 2018 und ihre herausragenden Leistungen vor. Lassen Sie sich von innovativen Unterstützern begeistern!

ProjectTogether – gemeinsam Verantwortung übernehmen

ProjectTogether unterstützt junge Menschen, die die Welt zum Besseren verändern wollen und das Potenzial haben, dies auch zu tun. Kurz gesagt ist es ein digitaler Inkubator für soziale Innovationen der jungen Generation. Was das genau heißt? Menschen im Alter von 15-35 Jahren, die eine Idee zu einer sozialen Innovation haben, können diese zunächst auf der Website (<https://www.projecttogether.org/loslegen/>) eingeben. Die Niedrigschwelligkeit des Prozesses – es dauert nur etwa drei Minuten „loszulegen“ – erleichtert den ersten Schritt von der Idee zur Umsetzung enorm, denn es sind weder Bewerbungsformulare auszufüllen, noch ist ein Business-Plan vorzulegen. Innerhalb von 48 Stunden nach der Eingabe auf der Website wird man mit einem passenden Coach vollautomatisiert „gematcht“ und es geht an die Umsetzung der Idee. Zudem bietet ProjectTogether jedem Ideengeber ein Ökosystem an Tools, um ihm zu helfen, gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern. Es baut Brücken zwischen Wirtschaft, Politik und Innovatoren, um jungen Talenten von morgen Zugang zu Entscheidungen von heute zu verschaffen.

Auf diese Weise wurden seit 2015 bereits 575 soziale Ideen gefördert. Die Skalierbarkeit durch Nutzung digitaler Möglichkeiten ließe sogar eine Betreuung von über 1.000 Projekten jährlich und europaweit zu.

2018 kooperiert ProjectTogether mit MINI Deutschland, um mit der #startup-nextdoor-Kampagne junge Visionäre zu fördern, die die Zukunft des urbanen Lebens verändern und gestalten wollen. Führungskräfte von MINI Deutschland werden 15 Startups als Coaches begleiten, damit diese ihre Ideen verwirklichen können.

Die jungen Sozialunternehmer, die mithilfe von ProjectTogether gründen, bringen etwas Wichtiges und gleichzeitig Besonderes, was einen Unternehmer auszeichnet, bereits mit: Verantwortung!

Nachfolge in Deutschland – Fortsetzung folgt ... jetzt!

„Unternehmergeist“ ist keineswegs nur damit verbunden, die eigene Geschäftsidee zu entwickeln und dann zu verfolgen. Ein Entrepreneur zeichnet sich nicht allein durch Erfindungsreichtum aus, sondern kann beispielsweise auch jemand sein, der ein bestehendes Unternehmen übernehmen und weiterentwickeln möchte. Genau diese Menschen spricht „Nachfolge in Deutschland“ an. Aber bei Weitem nicht nur diese.

„Nachfolge in Deutschland“ ist eine Initiative des Instituts für Entrepreneurship, Mittelstand und Familienunternehmen (EMF) der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, die unabhängige Informationen, praktisches Wissen und interaktive Angebote rund um das Thema Unternehmensnachfolge bietet.

Eine im Rahmen der Initiative aufgebaute Plattform richtet sich gleichermaßen an potenzielle Übergebende und Nachfolgende aus der Familie oder Externe und ist barrierefrei ohne Registrierung zugänglich. Über 1.500 einmalige Besuche pro Woche auf dieser Plattform und über 250.000 Besucher der Website in den letzten Jahren sprechen für die Attraktivität des Portals. Das komplexe Thema „Unternehmensnachfolge“ wird leicht und dabei trotzdem umfassend vermittelt. Dazu dienen das „Nachfolgewiki“ und der „Nachfolgefahrplan“, der wie das Streckennetz eines ÖPNV den typischen Verlauf einer Nachfolge für verschiedene Beteiligte beschreibt, aber auch interaktive Angebote, wie der Nachfolg-O-Mat zur Ermittlung des individuellen Informationsstandes für Menschen, die sich erstmalig mit dem Thema Nachfolge beschäftigen, oder ein YouTube-Film (auf dem eigenen YouTube-Kanal), bei dem man alternative Entwicklungen bestimmen kann und so Entscheidungsalternativen zur Auswahl eines Nachfolgenden vermittelt bekommt.

„Nachfolge in Deutschland“ ist es gelungen, eine innovative und neue Art von Kommunikation zur Unternehmensnachfolge zu schaffen und dabei nicht nur etablierte Unternehmer bei der Übergabe zu unterstützen.

Mehr zu den European Enterprise Promotion Awards 2018

Rund 350 Projekte und Initiativen bewerben sich europaweit jährlich für die nationalen Vorentscheide der European Enterprise Promotion Awards, wobei jedes teilnehmende Land zwei Initiativen ins internationale Rennen schicken darf. Der deutsche Vorentscheid wird seit 2012 im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie durch das RKW Kompetenzzentrum organisiert. Die nationale Expertenjury wählte am 4. Juni nicht nur die beiden vorgestellten Initiativen für den europäischen Wettbewerb aus, sondern kürte außerdem eine TOP 10, die wir im Herbst im Rahmen unserer Best-Practice-Broschüre „Der Europäische Unternehmensförderpreis 2018 – Beispiele guter Praxis aus Deutschland“ sowie auf www.europaeischer-unternehmensfoerderpreis.de präsentieren werden. Ob „ProjectTogether“ und „Nachfolge in Deutschland“ zu den internationalen Siegern gehören, erfahren wir Ende November auf der Preisverleihung im Rahmen der SME Assembly der EU-Kommission in Graz. Wir drücken die Daumen! ■



Autorin:

Juliane Kummer arbeitet im RKW Kompetenzzentrum im Fachbereich „Gründung und Innovation“. kummer@rkw.de

Mit guten Beispielen Klischees durchbrechen

Wie die Gründerplattform beim Start in die Selbstständigkeit hilft



Seit Jahren stagniert die Zahl der Gründungen in Deutschland. Als Hauptursache gilt die gute Arbeitsmarktlage. Das ist richtig, aber es ist nur ein Teil der Wahrheit. Denn ein gutbezahlter Job ist nur einer von vielen Gründen, die Menschen davon abhalten, sich selbstständig zu machen. Andere Gründe können ein falsches Bild vom Unternehmertum oder mangelnde Orientierung bei der Förderung sein – und genau hier setzt www.gruenderplattform.de an.

Was Gründer brauchen: Netzwerke, Feedback und Praxisbeispiele

Die Gründerplattform ist ein digitales Instrument der Gründungsförderung, das Gründen in Deutschland einfacher machen will. Initiiert vom BMWi und der KfW bietet sie Unterstützung in allen Phasen des Gründungsprozesses – von der ersten Idee bis zur Finanzierung.

Dabei werden konsequent die Chancen der Digitalisierung genutzt. Wer sich registriert, kann vernetzt von überall an seinem Vorhaben arbeiten, sich online Feedback holen und Kontakt zu Gründungsförderern aufnehmen. Alles, was Gründerinnen und Gründer brauchen, finden sie hier erstmals aus einer Hand: Gründungsratgeber, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, interaktive Planungstools, automatische Businessplan-Checks und vieles mehr.

Durch Matching inspirierende Vorbilder finden

Die Gründerplattform bietet nicht nur jede Menge Know-how und praktische Hilfen, sie will auch die Angst vor der Selbstständigkeit nehmen und zeigen, dass Unternehmersein auch Leidenschaft und Erfüllung bedeutet.

Viele Menschen trauen sich trotz guter Ideen nicht, mit ihrem Gründungsvorhaben ernst zu machen, weil sie fürchten, den Anforderungen nicht gewachsen zu sein. Jede Woche 60 Stunden im Büro – so stellen sich immer noch viele das Leben als Unternehmer vor. Nur andere Vorbilder können diese Klischees durchbrechen. Die Gründerplattform zeigt in über 40 Videoporträts, wie bunt die Unternehmerwelt in Wahrheit ist. Der Clou: Ein Matchingprozess sortiert vor. Die Nutzerinnen und Nutzer schätzen sich zunächst selbst ein – dann werden ihnen Vorbilder digital vorgestellt, die ticken wie sie selbst und sie bei der Gründung per Videotipps begleiten.

Ideengründungen auf die Werkbank bringen

Große Studien wie der KfW-Gründungsmonitor oder der Global Entrepreneurship Monitor des RKW zeigen, dass die Gründungsdynamik in Deutschland ins Stocken geraten ist. Doch so niederschmetternd, wie es scheint, sind die Zahlen nicht. Denn während vor allem sogenannte Notgründungen, die aus Mangel an Alternativen vollzogen werden, zurückgehen, nimmt die Zahl der ideengetriebenen und innovativen Gründungen zu.

Die Gründerplattform will diesen Trend stärken. So bietet sie ein interaktives Werkzeug, mit dem man ein innovatives Geschäftsmodell erarbeiten und in einen Businessplan übertragen kann. Außerdem lernen die Nutzerinnen und Nutzer moderne Entrepreneurship-Ansätze kennen, wie die Lean-Startup-Methode oder den Effectuation-Ansatz.

Durchblick im Förderdschungel dank Plattformtechnologie

An mangelnder Unterstützung kann es nicht liegen, dass die Gründungszahlen zurückgehen – wohl nirgends auf der Welt findet man

eine vielfältigere Förderlandschaft als in Deutschland. Aber gerade angesichts der Vielzahl an Angeboten verliert so mancher die Orientierung. Hier schafft die Gründerplattform Abhilfe, indem sie die Idee der Plattformökonomie à la Airbnb in die Gründungsförderung übersetzt: Alle Partner pflegen ihre Angebote ein und Gründerinnen und Gründer finden die passenden Fördermöglichkeiten im Prozess dort, wo sie gerade stehen: Arbeiten sie am Geschäftsmodell, finden sie Beratungsangebote genau dazu. Sitzen sie an der Finanzierung, werden ihnen passende Förderprogramme und Banken vorgeschlagen.

Über 35 Partner aus den Wirtschaftsministerien der Länder, Kammern, Bürgschaftsbanken, Landesförderbanken, Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken sowie Privatbanken haben sich schon in der Vorbereitungsphase eingebracht. Heute sind über 300 Akteure auf der Gründerplattform aktiv. Alle eint das Ziel Gründungshürden abzubauen. Daher gilt: Die Nutzerinnen und Nutzer stehen im Mittelpunkt. Die Besucherzahlen zum Start zeigen, dass dies honoriert wird. ■


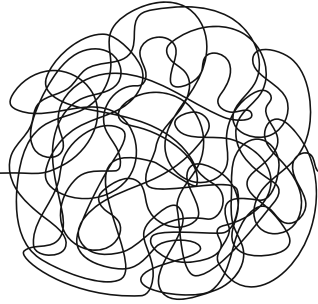



Autor:

Dr. Jan Evers ist Bankbetriebswirt und Geschäftsführer der evers & jung GmbH. Hier entwickelt er digitale Empowerment-Konzepte für Banken und Ministerien. BMWi und KfW sind Initiatoren der Gründerplattform. Entwicklung und Betrieb liegen bei der BusinessPilot GmbH, einer Tochter von evers & jung und ihres Softwarepartners individee GmbH. jan.evers@eversjung.de

Junge Menschen branchen



Chancen, um
sich    auszuprobieren.

Kreativität, Offenheit, Mut und Selbstdisziplin gehören mit Sicherheit zum „Unternehmer sein“ dazu. Was aber braucht es noch, um sich als Unternehmer auf den Weg zu machen? Lässt sich ein „Entrepreneurial Mindset“ bei jungen Menschen fördern? Und warum sind nicht nur Selbstständige „Entrepreneure“? Antworten auf diese Fragen gab uns Dr. Katrin Schlecht, Vorstand der Karl Schlecht Stiftung.

Frau Dr. Schlecht, was bedeutet für Sie Unternehmergeist?

Unternehmergeist bedeutet für mich, aus eigenem Antrieb eine Idee zu verwirklichen. Wer auf dem Weg zu seiner Vision immer wieder über sich hinauswächst – ungeachtet aller Widrigkeiten – und dabei andere mitzieht und inspiriert, der ist ein wahrer Entrepreneur.

Welche Persönlichkeitsmerkmale sind für unternehmerisches Denken und Handeln zentral?

Unserer Auffassung nach sind Kreativität und Offenheit die Voraussetzungen dafür, unternehmerisch zu denken. Wer kreativ und offen ist, kann für sich und andere neues Terrain erschließen und auf Veränderungen flexibel reagieren. Zu unternehmerischem Denken gehört auch, nicht auf der Stelle zu treten, sondern immer in Bewegung zu bleiben.

Damit auf unternehmerisches Denken unternehmerisches Handeln folgen kann, bedarf es in hohem Maße Mut und Selbstdisziplin. Den Schritt hin zur Verwirklichung der eigenen Idee zu wagen ist nicht leicht – und den eingeschlagenen Weg zu verfolgen stellenweise sehr anstrengend. Dann ist es besonders wichtig, an sich und die eigene Idee zu glauben, dranzubleiben, sich nicht entmutigen zu lassen und nicht aufzugeben.

Mit welchen Zielen engagiert sich die Karl Schlecht Stiftung im Bereich Bildung?

Unser Engagement verteilt sich auf drei Handlungsfelder, die durch die wertorientierte Persönlichkeitsbildung von jungen Menschen als zukünftigen Führungskräften alle darauf hinwirken, humanistischen Werten in der Führungskultur von Unternehmen mehr Gewicht zu verleihen.

Bei all unseren Förderaktivitäten ist uns wichtig, dass junge Menschen die Chance haben, sich selbst besser kennenzulernen und auszuprobieren. Zum einen fördern wir ethisches Bewusstsein und Urteilskompetenz, um junge Menschen zu reflektiertem und wertorientiertem Handeln zu befähigen. Zum anderen fördern wir Selbstkompetenz und Selbstbewusstsein, um junge Menschen zur Entfaltung ihrer Potenziale und zur mündigen und aktiven Gestaltung ihrer Lebenswelt zu befähigen. Und natürlich fördern wir Gründergeist und unternehmerische Kompetenz. Unser Ziel ist dabei, junge Menschen zur wirtschaftlichen Selbstständigkeit und zur selbstbestimmten Teilnahme am Arbeitsmarkt zu befähigen. Denn Entrepreneur zu sein ist nicht allein selbstständigen Unternehmern vorbehalten. Auch im Angestelltenverhältnis kann man sich als Entrepreneur im Sinne eines kreativen Visionärs und mutigen Pioniers verwirklichen.

Wie lässt sich so ein „Entrepreneurial Mindset“ bei jungen Menschen fördern?

Die Karl Schlecht Stiftung fördert Lernen über, für und durch Entrepreneurship, wobei junge Menschen in besonderem Maße davon profitieren, Entrepreneurship praktisch kennenzulernen. Wir sind davon überzeugt, dass ein „Entrepreneurial Mindset“ nicht theoretisch vermittelt werden kann. Nur durch das eigene Erleben kann Leidenschaft für Entrepreneurship geweckt werden. Das ist zwar keine leichte Aufgabe, aber durch unsere Partner konnten wir bereits viele erfolgreiche Projekte zur Förderung von unternehmerischem Denken und Handeln unterstützen. Gute Erfahrungen haben wir beispielsweise mit Formaten zur kreativen Entwicklung von Geschäftsideen im Rahmen von Schulprojekten mit anschließender Umsetzung in Begleitung durch die Lehrer gemacht. In Wettbewerben entsteht oftmals eine zusätzliche Motivation, das Beste aus der eigenen Idee herauszuholen, wie es auch in realen Märkten der Fall ist.

Welche Rolle spielen dabei Lehrkräfte und Hochschullehrende?

Lehrer und Hochschullehrer spielen im Leben ihrer Schüler und Studenten eine große Rolle. Sie sind Vorbild, Förderer, Ermöglicher. Durch die enge Beziehung zu ihren „Schützlingen“ können sie gezielt Begeisterung wecken und Talente entdecken. Sie müssen daher bei Angeboten der Entrepreneurship Education konsequent mitgedacht und abgeholt werden. Schulen und Universitäten können Raum für Entrepreneurship Education bieten, denn hier können sich Schüler und Studenten einerseits frei ausprobieren und andererseits von der Erfahrung und dem Wissen ihrer Lehrer profitieren. Noch wird dieses Potenzial aber nicht voll ausgeschöpft.

Welche Wünsche haben Sie für den Bildungsbereich der Zukunft?

Bildung soll einerseits individuell sein und auf den Einzelnen eingehen, andererseits aber auch universelle Themen wie die anhaltende Veränderung des Arbeitsmarktes im Blick haben und somit die Basis unseres Zusammenlebens sichern. Sie soll einerseits zeitlos sein und humanistische Werte fördern, andererseits aber auch aktuelle Herausforderungen wie die Digitalisierung unserer Lebenswelt berücksichtigen. Sie sehen – wir stehen vor einer großen Aufgabe. Ich bin aber zuversichtlich, dass wir sie gemeinsam und mit „Entrepreneurial Spirit“ lösen können. ■

Unternehmergeist erleben! Förderung von „Entrepreneurship Education“ an Schulen und Hochschulen

Das Projekt „Unternehmergeist erleben!“ hat zum Ziel, die „Entrepreneurship Education“ an Schulen und Hochschulen in Baden-Württemberg zu stärken. Schülern soll unternehmerisches Denken und Handeln durch praktische Kreativübungen vermittelt werden. Lehramtsstudenten sollen sich der pädagogischen und gesellschaftlichen Relevanz der „Entrepreneurship Education“ bewusst werden und in der Lage sein, die unternehmerischen Kompetenzen ihrer Schüler zu fördern.

Das RKW Kompetenzzentrum führt dazu Workshops an Schulen und Hochschulen durch, in denen Schüler und Lehramtsstudenten „Entrepreneurship Education“ selbst erfahren können. Der Fokus liegt auf den drei Schlüsselkompetenzen Kreativität, Experimentierfreude und Selbstwirksamkeit.

Die Karl Schlecht Stiftung unterstützt das Projekt „Unternehmergeist erleben!“. www.rkw.link/unternehmergeisterleben

Dr. Kathrin Schlecht ist seit 2012 Vorstand der Karl-Schlecht-Stiftung.

Die Fragen stellten **Rabena Diana Ahluwalia** und **Armin Baharian** aus dem Fachbereich „Gründung und Innovation“. Beide betreuen das Projekt „Unternehmergeist erleben“ beim RKW Kompetenzzentrum. ahluwalia@rkw.de, baharian@rkw.de

Erfolgserlebnisse und Scheitern inklusive

20 Schülerinnen und Schüler probieren Unternehmertum aus

Entrepreneurship Education ist in aller Munde und Politik, Wirtschaft sowie Bildungsverantwortlichen scheint klar zu sein: Wir müssen unseren Nachwuchs besser auf das Berufsleben vorbereiten und zwar intensiver als mit dem obligatorischen Schülerpraktikum. Viele Schulen geben mittlerweile ihren Schülern auch jenseits von Förderprogrammen die Gelegenheit, sich als Unternehmer auszuprobieren und live zu erleben, was es heißt ein Business zu planen und auch in die Realität umzusetzen – Erfolgserlebnisse und Scheitern inbegriffen. Auch an der Schillerschule in Frankfurt am Main wird es im kommenden Schuljahr eine Schülerfirma geben, in der 20 Mittel- und Oberstufenschüler unternehmerische Verantwortung für ein reales Unternehmen unter dem Dach der Schule übernehmen. Wir haben mit der betreuenden Lehrerin über die geplante Firma gesprochen.

Frau Herbst, was hat Sie dazu bewogen, zusätzlich zu Ihrem normalen Lehrpensum eine Schülerfirma ins Leben zu rufen und zu betreuen?

Der entscheidende Impuls kam von einem Mitglied des Fördervereins der Schule, der die Idee gemeinsam mit der Schulleitung in einer Politik & Wirtschaft-Fachschaftssitzung vorstellte. Ich war direkt von der Idee begeistert, da ich finde, dass eine Schülerfirma neben der Vertiefung der ökonomischen Bildung als Ergänzung zum Fach Politik & Wirtschaft auch zur Vorbereitung der Schülerinnen und Schüler auf das Berufsleben beiträgt. Vor allem die Förderung von Schlüsselqualifikationen wie Eigeninitiative, Teamfähigkeit und Selbstständigkeit. Die Schülerinnen und Schüler können bei der Mitarbeit in der Schülerfirma bereits praxisnahe Erfahrungen unternehmerischen Risikos sammeln, was sie zu einer höheren Bewertungskompetenz bezüglich getroffener Entscheidungen und der daraus resultierenden Konsequenzen führen kann. Und ganz wichtig: Ich bin überzeugt, dass das gemeinsame Arbeiten an „ihrem eigenen Baby“ den Schülerinnen und Schülern sehr viel Spaß machen wird.

Wie nehmen die Schüler das Angebot der Schülerfirma an?

Das Interesse, an der zukünftigen Schülerfirma mitzuwirken, scheint sehr groß. Allein zu unserer freiwilligen Informationsveranstaltung für die Oberstufe kamen über 100 Schülerinnen und Schüler. Auch die bisher eingegangenen Bewerbungen zeigen jetzt schon ein großes Engagement der Schülerinnen und Schüler.

Das heißt, wer „Mitarbeiter“ der Firma werden will, muss eine richtige Bewerbung abgeben? Auf was kommt es Ihnen dabei an?

Uns ist es wichtig, dass die Schülerinnen und Schüler sich auch wirklich für die Arbeit in der Schülerfirma interessieren, Verantwortung übernehmen möchten und motiviert an die Sache herangehen. Mit dem Schreiben einer Bewerbung zeigen uns die Schülerinnen und Schüler Interesse und erstes Engagement.

Welche Vorgaben werden die „Jungunternehmer“ von Ihrer Schule bekommen?

Unsere teilnehmenden Schüler sollen größtmögliche Freiheit bekommen, aber dennoch muss sich die Firma an realen Begebenheiten messen lassen. Das heißt, sie sollen die Geschäftsidee selbst entwickeln, dem „Kind“ einen Namen geben, Produkte entwickeln etc.

Dennoch wünschen wir uns, dass eben alle üblichen Bereiche, aus der eine Firma besteht, vorhanden sein werden. Angefangen von der Geschäftsführung über Vertrieb & Warenwirtschaft sowie Finanzen & Controlling bis hin zu Marketing & Design sowie Personal.

Wie sieht es mit der Finanzierung aus?

Zunächst wird die Schülerfirma eine rückzahlbare Anschubfinanzierung von unserem Förderverein bekommen. Danach sollte sie sich nach Möglichkeit durch einen positiven Cashflow selbst finanzieren.

Welche „Positionen“ sind in der Schülerfirma schon jetzt besonders begehrt und welche bleiben vielleicht „unbesetzt“?

Aufgrund der bisher eingegangenen Bewerbungen lässt sich ein vielfältiges Interesse erkennen – von den kreativen Positionen, wie z. B. Produktentwicklung und Layoutgestaltung, selbst bis hin zur Buchhaltung. Ich bin daher optimistisch, dass wir alle Stellen besetzen können.

Denken Sie, dass in jedem der Schüler ein Unternehmergeist schlummert und man diesen nur entsprechend fördern muss?

Ich gehe zumindest stark davon aus, dass in fast allen jungen Menschen ein Unternehmergeist angelegt ist. Und für die, die es noch gar nicht wissen, ist eine Schülerfirma vielleicht auch eine Möglichkeit dies herauszufinden. Da im regulären Unterricht eine derartige intensive, praxisnahe und eigenständige ökonomische Bildung kaum möglich ist, halte ich die Schülerfirma für eine sehr gute Möglichkeit ebendiesen Unternehmergeist zu wecken, ihn auszubauen, mit ihm umgehen zu lernen.

Zu guter Letzt: Haben Sie selber zu irgendeinem Zeitpunkt mit dem Gedanken gespielt sich selbstständig zu machen?

Nein, mir war schon sehr früh klar, dass ich Lehrerin werden möchte. Aber in meinem Freundes- und Bekanntenkreis habe ich viele Wege in die Selbstständigkeit beobachtet und ich zolle allen, die diesen mutigen Schritt gehen, Respekt. ■

Laura Herbst ist Lehrerin an der Schillerschule in Frankfurt am Main, unterrichtet Politik & Wirtschaft sowie Biologie und betreut ab dem kommenden Jahr die Schülerfirma des Gymnasiums.

Die Fragen stellte Julia Niles, Chefredakteurin des RKW Magazins. niles@rkw.de

Luis Höntschi

ist 16 Jahre alt, besucht die 10. Klasse der Schillerschule und hat sich für eine Mitarbeit in der Schülerfirma beworben. Dazu haben wir ihm ein paar Fragen gestellt.

Was verstehst Du unter Unternehmergeist?

Unternehmergeist ist kein Begriff aus meinem alltäglichen Sprachgebrauch. Ich würde sagen, er beschreibt die Motivation unternehmerisch aktiv zu werden.

Welche Eigenschaften sollte ein Unternehmer Deiner Meinung nach mitbringen?

Ich glaube, dass Engagement und Geschick im Umgang mit Menschen am wichtigsten sind. Und man sollte auch von der Idee überzeugt sein.

Warum möchtest Du Teil bzw. Mitarbeiter einer Schülerfirma werden?

Ich hoffe im Rahmen der Schülerfirma wichtige neue Dinge lernen zu können, die über den Lernstoff im Unterricht hinausgehen. Außerdem begeistert mich die Möglichkeit, das Lernen mit praktischen Herausforderungen zu verknüpfen.

Welche Position würdest Du in der Firma gerne einnehmen und warum?

Am besten würde, glaube ich, eine Position mit technischen Aufgaben zu mir passen. Außerdem interessiere ich mich für alles, was mit Finanzen und Planung zusammenhängt.

Warum ist es für Euch als Schüler wichtig, dass es solche Projekte wie die Schülerfirma gibt?

Je früher man lernt, sich um sowas wie eine kleine Firma zu kümmern, desto besser. Und dass man es als Schüler schafft, in der Freizeit ohne Unterstützung eine eigene Firma zu gründen, halte ich für eher weniger realistisch.

Was ist Dein Berufswunsch?

Das kann ich noch nicht sagen. Was mit Technik wäre cool. Vielleicht werde ich ja irgendwann in einem kleinen Startup arbeiten oder sogar eine eigene Firma gründen.

Gründung ist (doch) eine Frage des Alters!

Jüngere sind risikofreudig, Ältere hingegen sicherheitsbezogen ...
von wegen! Die neue RKW-Studie beleuchtet Gründungseinstellung
im Generationenvergleich und räumt dabei einige verbreitete
Klischees aus.

Die Gründungskultur in Deutschland ist vom Mythos des jungen Gründers geprägt. Tatsächlich aber steigt hierzulande das Durchschnittsalter der Gründer seit einigen Jahren, es liegt derzeit bei circa 40 Jahren. Auch die Beratungszahlen der regionalen IHKs belegen, dass Personen mittleren und fortgeschrittenen Alters zunehmend Interesse an Unternehmertum zeigen. Das bedeutet: Gründung geschieht in allen Lebensphasen. Dass je nach Lebensphase unterschiedliche Motivationen, Hemmfaktoren und Einstellungen im Vordergrund stehen, zeigt sich in der neuen Studie „Gründungseinstellung in Deutschland: Wie gründungsbereit sind jüngere und ältere Menschen?“. Mit den teilweise überraschenden Ergebnissen haben wir einige gängige Klischees unter die Lupe genommen.

Entscheidung: Junge Menschen sind gründungswilliger als Ältere!

Ja! Die Gründungsneigung ist in jungen Jahren am höchsten und sinkt mit steigendem Alter. Fast die Hälfte der 18- bis 29-Jährigen, etwa ein Drittel der 40- bis 49-Jährigen und ein Viertel der 50- bis 59-Jährigen kann sich vorstellen, selbstständig zu werden.

Auch bei der Umsetzung der Geschäftsidee schneiden die Jüngsten am besten ab: Circa ein Drittel der 18- bis 29-Jährigen haben sich mittels Informationseinholung oder Beratung bereits mit der beruflichen Selbstständigkeit befasst. Ab diesem Alter bis 59 Jahre nehmen die Werte konstant, aber in nur geringem Ausmaß, ab. In der Altersgruppe 60-69 Jahre gibt dies nur jeder fünfte Befragte an.

Risiko: Jüngere sind mutiger!

Nein! Die Befragungsergebnisse lassen zunächst erkennen, dass Angst vor dem Scheitern nach wie vor einen großen Stellenwert

in der deutschen Gründungskultur hat. Im Vergleich der Altersgruppen ist die Angst in den jungen Jahren am höchsten und sinkt mit zunehmendem Alter. Die höchste Quote mit annähernd 60 Prozent erreichen die 18- bis 29-Jährigen bzw. die 30- bis 39-Jährigen, Tendenz absteigend. Erst im fortgeschrittenen Alter, genau genommen ab 60 Jahren, geben sich die Menschen zuversichtlicher und die Angst sinkt unter 40 Prozent.

Beweggründe: Junge Gründer wollen „schnelles Geld“ machen!

Jein. Die Frage nach den Gründungsmotiven lässt sich nicht so einfach beantworten. Für alle Altersgruppen stehen Freiheit, Flexibilität und (berufliche) Selbstverwirklichung im Vordergrund. Abgesehen von diesem gemeinsamen Leitmotiv unterscheiden sich die Gründungsmotive nach Lebenslage: Für Jüngere ist der Wunsch unternehmerisch tätig zu sein, das ausschlaggebende Motiv. Bei Befragten ab dem mittleren Alter (40plus) kommen vielfältige andere Gründungsmotive hinzu, die als ausgeglichener Mix aus Push- (z. B. Arbeitslosigkeit) und Pull-Faktoren (z. B. bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf) die Gründungsneigung beeinflussen. Im höheren Alter (70plus) wird die unternehmerische Tätigkeit zunehmend als letzte Karrierechance und Möglichkeit, sein Einkommen aufzubessern, wahrgenommen.

Hemmnisse: Lebensalter und Krankheit halten ältere Menschen von der Gründung ab!

Nein! Finanzierung stellt für alle Altersgruppen die Hürde Nummer eins dar. Die Bewer-

tung weiterer Hemmnisse hängt ebenfalls vom Alter ab. Ältere (50plus) bemängeln die Bürokratie und sorgen sich über fehlende persönliche und existenzielle Sicherheit. Hingegen klagen junge Befragte (unter 50) über ein hohes Arbeitsvolumen, Stress und ständige Verfügbarkeit als Belastungen in der Selbstständigkeit. Wider Erwartung halten gesundheitliche Einschränkungen nicht ältere, sondern jüngere Menschen eher von der Gründung ab.

Zufriedenheit: Jüngere glücklicher mit Gründungsentscheidung!

Klar, aber Ältere auch! Insgesamt betrachtet ist die Mehrheit der Befragten mit unternehmerischer Erfahrung zufrieden mit der Berufswahl. Lediglich eine Altersgruppe weicht vom Gesamtergebnis ab: Menschen mittleren Alters. Die höchste Zufriedenheit zeigen die Ältesten (70-79 Jahre), gefolgt von den Jüngsten (18-29 Jahre), beide mit Anteilen von ca. 60 Prozent.

Die neue RKW-Publikation bietet weitere interessante Erkenntnisse zum Gründungsverhalten jüngerer und älterer Menschen sowie zur Bewertung der Gründungsinfrastuktur in Deutschland. Dafür wurde eine Befragung im Rahmen der Befragung für die INSA-Studie 50plus 2017 durchgeführt, an der 3.061 Personen (unter-50-Jährige: 1.010, über-50-Jährige: 2.051) teilnahmen. Bei der Auswertung wurde ausdrücklich zwischen Menschen mit und ohne Gründungserfahrung unterschieden.

Mehr Informationen zum Projekt unter:
www.senior-entrepreneurship.de



Autorin:

Dr. Noemí Fernández Sánchez arbeitet im
RKW Kompetenzzentrum im Fachbereich „Gründung und
Innovation“. sanchez@rkw.de



SPORTSGEIST MEETS UNTERNEHMER GEIST



Mindset, Teamgeist und Persönlichkeitsentwicklung, das sind alles Begriffe, die im Sport und der Wirtschaft mittlerweile sehr verbreitet sind. Welche Parallelen es zwischen beiden Welten gibt und was sie voneinander lernen können, verraten uns drei Sportpsychologen und ein Olympiasieger.

„Einen Moment, bitte“, tönt es aus dem Hinterzimmer der Rezeption. Und wenige Sekunden später steht ein freundlich grinsender Olympiasieger und Weltmeister am Tresen. Im Hotel „Jens Weißflog“ im sächsischen Wintersportort Oberwiesenthal war das aber nicht immer so. Nach der Eröffnung des charmanten Hauses trat Weißflog oft nur als Ehrengast auf. Fernsehtermine hier, andere Verpflichtungen dort. „Irgendwann habe ich mir gedacht, es reicht nicht, nur meinen Namen zu verkaufen. Ich muss auch zum Anfassen da sein“, erinnert sich Weißflog. Seit dieser Entscheidung und jeder Menge unternehmerischen Einsatzes ist das Hotel ein Selbstläufer geworden: Die Gäste lieben es, mit dem erfolgreichen Wintersportler ein wenig auf Tuchfühlung gehen zu können. Und Weißflog freut sich über mehr und mehr Stammgäste, die sein Hotel in der Familie und unter Freunden empfehlen: „Mittlerweile sind wir fast durchgehend ausgebucht.“

Diesen Tipp hätte ihm jeder halbwegs erfahrene Manager sicher sofort gegeben. Allerdings ist der Wissenstransfer zwischen erfolgreichen Sportlern und Unternehmern nur selten automatisiert – häufig sind persönliche Kontakte nötig. Zunehmend besetzt wird die Schnittstelle zwischen der Wirtschaft und

dem Sport durch Sportpsychologen. Wir haben drei Experten aus diesem Arbeitsfeld befragt und interessante Einblicke bekommen. Offenbar sind sich die tagtäglichen Herausforderungen, denen sich sowohl Sportler als auch Unternehmer stellen müssen, sehr ähnlich und beide Seiten können von einem Austausch über Lösungswege und Einstellungen profitieren.

Mindset – Sieger-Denken

Wencke Schwarz ist Diplompsychologin und beruflich seit langem in der Wirtschaft und im Sport zu Hause. Sie liebt es, beide Lebenswelten miteinander zu verbinden, um Impulse und Wissen mehrwertschaffend zu übertragen. Im Sport reizt Wencke Schwarz vor allem die Attitüde der erfolgreichen Athleten. Sie nennt es Sieger-Denken.

„Wie Sieger denken, zeigt sich klar durch ihr Mindset, das heißt ihre innere Haltung und die Art und Weise zu denken und zu handeln. Das erfolgreiche „Dranbleiben“ trotz aller Hürden, eine langfristig anhaltende Motivation und der positive Glaube an sich selbst oder das gesunde Selbstmanagement sind Themen, in denen nicht zuletzt Führungskräfte intensiv von Leistungssportlern dazulernen können. Zudem befinden sich beide Personengruppen ständig in Drucksituationen, sie agieren unter Stress. Erfolgsrelevante Entscheidungen müssen trotz Unsicherheit und unter Beobachtung schnell getroffen werden. Hinzu kommt, dass die Resultate stetig kritisch analysiert werden – in diesen Bereichen steckt viel Potenzial zur gegenseitigen Performancesteigerung.“

Teamgeist – einer für alle, alle für einen

Auch in Bezug auf Teamspirit können sich Unternehmen von Weltmeistern inspirieren lassen. Wie wichtig jeder einzelne für den Erfolg einer ganzen Mannschaft oder, übertragen auf die Wirtschaft, eines Unternehmens ist, verdeutlicht Dr. Christian Reinhardt, Sportpsychologe und Geschäftsführer des Fußballverbandes Sachsen-Anhalt, gern am Beispiel von Kevin Großkreutz. Der jetzige Zweitliga-Spieler war 2014 Teil der Weltmeistermannschaft. In Brasilien hat er zwar keine Minute gespielt, sich aber so intensiv mit dem Erfolg des Teams identifiziert, dass er sich den WM-Pokal auf die Wade hat tätowieren lassen.

„Beim WM-Erfolg 2014 bestand ein ganz wesentlicher Baustein des ganzheitlichen Mannschaftserfolges darin, dass im Innen- wie auch im Außenverhältnis immer wieder die aktive Wertschätzung der individuellen Fähigkeiten und Stärken jedes einzelnen Spielers gelebt wurden. Es geht also im Sport wie in der Wirtschaft immer darum, die Stärken von Einzelpersonen zu identifizieren und die talentgerechte Einbindung ins Team zu gewährleisten. Genau hier kann die Wirtschaft ansetzen. Nicht selten sind in den Unternehmen talentierte Mitarbeiter vorhanden, die perspektivisch in wichtige Positionen hineinwachsen können.“



Persönlichkeitsentwicklung – psychische Robustheit lässt sich erlernen

Auch der Schweizer Sportpsychologe Dr. Hanspeter Gubelmann hat sich dem Wissenstransfer aus dem Sport in die Wirtschaft gewidmet. Vor allem analysiert er die Zusammenhänge zwischen Sportlerpersönlichkeit, ihren mentalen Fähigkeiten und Umgang mit Hindernissen im Karriereverlauf*:

„Sportler, die unter Stress emotional ausgeglichen reagieren, zielstrebig, willensstark, pflichtbewusst und ordentlich sind, gehören vermehrt zur Gruppe der «Handlungsorientierten». Sie sind also Macher. Das heißt, sie packen an, wenn es darum geht, eine Absicht in die Tat umzusetzen. Diese psychische Robustheit hilft ihnen maßgeblich, sowohl im Umgang mit alltäglichen Widrigkeiten wie auch beim Überwinden von Hürden und Stolpersteinen im Karriereverlauf. Oder anders ausgedrückt: Wer häufig überempfindlich, verletzlich und unsicher auf Schwierigkeiten im Alltag reagiert, wird früher scheitern. Hier reden wir von verstärkt lageorientierten Sportlern. Das Interessante dabei ist, dass sich diese mentalen Fertigkeiten erlernen lassen. Roger Federer, in jungen Jahren ein Tennis-Rüpel, ist längst ein Paradebeispiel für emotionale Stabilität geworden.“

Ob Federer, Großkreutz oder Weißflog – als Sportler sind sie erfolgreich geworden, weil sie auf Basis ihres Talents intensiv an sich gearbeitet haben. Dieses Sportlerdenken schadet keinem Unternehmer, muss aber passend übersetzt werden. Ebenso muss auch der beste Sportler seine körperlichen wie mentalen Ressourcen und Leistungen perfekt managen und auch seine Zukunft nach seiner sportlichen Karriere im Blick haben. Denn so schön die Motive und bunten Bilder von Langstreckenläufen und Bergbesteigungen in Motivationsvorträgen sind, so viel komplexer sind die realen Welten, in denen sowohl Unternehmer als auch Sportler stecken. ■

Quelle:

*Gubelmann, H. (2011). Analyse zentraler Aspekte der Umfeldgestaltung im Leistungssport.

Eine Bedürfnisabklärung im Schweizer Spitzensport (2. Teil). Unveröff. Forschungsbericht. ETH Zürich.

Autor:

Mathias Liebing ist Sportjournalist mit dem Schwerpunkt Sportpsychologie. Im Jahr 2014 gründete er die Plattform die-sportpsychologen.de, die den Wissenstransfer aus der Sportpsychologie in den Sport, die Wirtschaft und die Medien fördert. m.liebing@die-sportpsychologen.de

Wencke Schwarz, Dr. Christian Reinhardt und Dr. Hanspeter Gubelmann sind Profilinhaber bei die-sportpsychologen.de.



MITTEL STAND

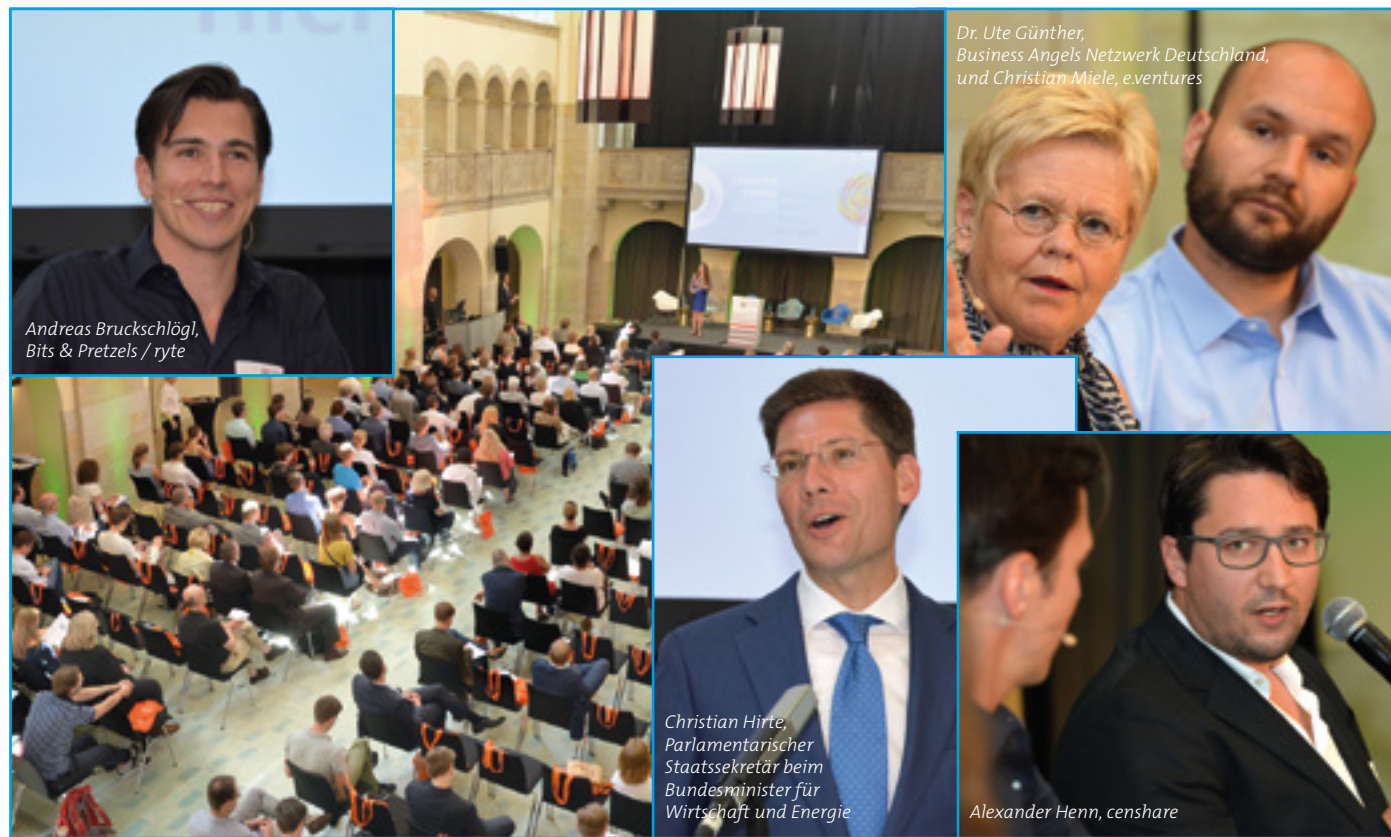
VS.

START UP

Modell mit Zukunft

Die Veranstaltung Mittelstand vs. Startup lockte viele Gründer und Unternehmer nach Berlin

Jederzeit wieder: 96 Prozent aller Mittelständler, die Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Startups gemacht haben, können sich vorstellen, auch zukünftig mit jungen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Das ist nur eine Erkenntnis aus der Studie „Mittelstand meets Startup 2018“, die am 29. Mai 2018 im Historischen Stadtbad Oderberger in Berlin vorgestellt wurde. Knapp 200 Teilnehmer ließen sich von Rednern und dem gemeinsamen Austausch inspirieren.



Welche sind die wichtigsten Motive für die Kooperation mit Startups? Es geht vor allem um die gemeinsame Gestaltung von etwas Neuem, also Innovationen im Hinblick auf Produkte, Services und Geschäftsmodelle. Hieraus ergeben sich für die beteiligten Akteure eine Reihe von Chancen, die alleine nicht ohne Weiteres realisierbar wären:

- Kooperationen schaffen neue Perspektiven und können umsatzstarke Nischen in neuen Märkten öffnen,
- Kooperationen ermöglichen den Zugang zu neuen Schlüsselqualifikationen sowie Talenten und helfen dabei diese zu binden,
- Kooperationen unterstützen die Offenheit und Weiterentwicklung der eigenen Unternehmenskultur.

Schub für die eigene Wertschöpfung

Im Zuge der Kooperationen mit Startups erwarten die Mittelständler auch einen Schub für die stärkere Digitalisierung der eigenen Wertschöpfung. Damit sind die Unternehmen bereits auf dem richtigen Weg: Wie alle Redner auf der Veranstaltung deutlich machten, sind vor allem eine schnellere Innovationsgeschwindigkeit und durchgehende Digitalisierung entscheidend für die künftige Wettbewerbsfähigkeit am Standort Deutschland. Das betonte eingangs auch Dr. Eduard Sailer, Vorsitzender des Vorstands RKW: „Gute Unternehmen vergessen nie ihre Anfänge und was sie groß gemacht hat. Hohe Kundenorientierung und geringer Aufwand bei Geschäftsprozessen

sind nicht nur Eigenschaften von Startups, sondern auch von Mittelständlern. Die DNA der Unternehmer und der Gründer ist die gleiche.“

Der parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie, Christian Hirte, brachte den großen Nutzen der Zusammenarbeit und aktuelle Herausforderungen für die Unternehmen auf den Punkt: „Für den schnellen Innovationstransfer wird es zunehmend wichtiger, dass etablierte Unternehmen und Startups aufeinander zugehen und voneinander lernen. Bei vielen mittelständischen Unternehmen bestehen noch große Potenziale und Chancen für mögliche Partnerschaften mit Startups. Deshalb gilt es, Hürden und Hemmnisse abzubauen sowie die Chancen für die Zusammenarbeit von Mittelstand und Startups aufzuzeigen.“

Darwin für die Wirtschaft

Einigkeit herrschte bei allen Rednern der Veranstaltung darüber, dass durch die Zusammenarbeit junger Unternehmen mit etablierten Firmen Win-win-Situationen entstehen, die es zu nutzen gilt. Denn: Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad sind erfolgreicher, wie Andreas Bruckschlögl, Geschäftsführer von ryte und Mitbegründer der Bits & Pretzels, erläuterte. Er bezog sich in seinem Vortrag auf Charles Darwin: Laut dem britischen Naturforscher ist es weder die stärkste Spezies, die überlebt, noch die intelligenteste, sondern diejenige, die am anpassungsfähigsten auf Veränderungen reagiert. Diese Aussage lässt sich demnach auf die Wettbewerbsfähigkeit im Zeitalter der digitalen



Transformation übertragen. Diese Anpassungsfähigkeit an sich wandelnde Umstände kann durch strategische Kooperationen erzielt werden. Die Vorteile der Zusammenarbeit erkennen Unternehmen aller Größen zunehmend: Startups gehen es dabei laut Christof Starke vom RKW Kompetenzzentrum vor allem um einen besseren Markt- und Kundenzugang, während Mittelständler von der Schnelligkeit und Innovationskraft der jungen Unternehmen profitieren können.

Weniger Vorurteile – mehr Vertrauen

In der abschließenden Podiumsdiskussion mit Andreas Bruckschlögl, Christian Miele (Principal bei e.ventures), Alexander Henn (Vorstandsmitglied bei censhare), Dr. Ute Günther (Vorstand der Business Angels Deutschland) und Heidi Werner vom RKW Sachsen-Anhalt wurde dann noch teils kontrovers über die Erwartungen und Erfahrungen von Mittelständlern und Startups diskutiert: Es bestand insbesondere Einigkeit darüber, dass es vor allem darauf ankommt, dass sich beide Parteien ohne Vorurteile und auf Augenhöhe begegnen. Der Aufbau von vertrauensvollen Beziehungen spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Hierbei geht es insbesondere um weiche Faktoren wie Einstellung, Ethos, Kultur, Teamwork und die Art der Kommunikation. Im Zuge der Podiumsdiskussion haben sich eine Reihe von Tipps und Handlungsempfehlungen für den Mittelstand herauskristallisiert:

- **Selbsterkenntnis:** Identifikation fehlender Kompetenzen für Innovation im eigenen Unternehmen,
- **Transparenz:** den Bedarf nach innovativen Lösungen bekannt machen, um starke Startups als Kooperationspartner zu finden,
- **Lernbereitschaft:** offen für die Wortwahl der Startups sein, um Verständigungsprobleme zu minimieren. Im Zweifelsfall kann ein Moderator helfen, der die „Sprache“ beider Kooperationspartner spricht.

Auch Startups können viel zum Gelingen einer Kooperation beitragen. Beispielsweise indem sie ihre Idee am Markt validieren, um das Risiko für Kooperationspartner zu reduzieren. Für alle beteiligten Akteure gilt dabei: den Mut haben, Neues zu wagen und in Ideen zu investieren.

Die Studie können Sie unter folgendem Link abrufen: <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/studie/mittelstand-meets-startups-2018/> ■

Autor:
Dr. Matthias Wallisch ist
 stellvertretender Leiter des Fachbereichs
 „Gründung und Innovation“
 beim RKW Kompetenzzentrum.
wallisch@rkw.de



Voller Einsatz für „Mensch und Arbeit“

Nach 14 Jahren im Beirat „Mensch und Arbeit“ verabschiedet sich Norbert Breutmann (BDA). Wir haben ihn zu seiner langjährigen Tätigkeit, der Rolle des RKW in herausfordernden Zeiten und privaten Zielen befragt.



Dr. Eduard Sailer, Vorstandsvorsitzender des RKW (rechts), mit Norbert Breutmann, ehemaliger alternierender Vorsitzender des RKW-Fachbeirats „Mensch und Arbeit“

Sie waren mehr als 14 Jahre im Beirat „Mensch und Arbeit“ aktiv. Wie haben Sie die Arbeit im Beirat erlebt?
Ich habe die Zusammenarbeit aller am Gremium beteiligten Sozialpartner immer als sehr konstruktiv und zielorientiert empfunden und politische Scheingefechte blieben glücklicherweise außen vor. In der Natur der Sache begründete, unterschiedliche Standpunkte wurden nie als Belastung der Beiratsarbeit, sondern eher als Bereicherung der Sichtweisen und für die uns übertragene Begleitung der RKW-Programme verstanden. Bezüglich der Zusammenarbeit mit dem Bundeswirtschaftsministerium sind Bemühungen, das Programm des RKW am Bedarf des Mittelstands hinsichtlich der Gestaltung von Arbeit auszurichten, oft nicht wie von uns gewünscht mitgetragen worden. Betriebsorganisation, Arbeitsgestaltung, Arbeitsorganisation und Gesunderhaltung der Belegschaften sind wichtige Faktoren der betrieblichen Wettbewerbsfähigkeit. Auch der Umgang mit Mitarbeitern in psychischen Notlagen ist für kleine Unternehmen oft extrem wichtig, damit Leistungsträger wieder in die Unternehmen zurückfinden oder erst gar nicht verloren gehen.

Wie fällt die Bilanz Ihrer Tätigkeit im Beirat aus? Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt? Hat sich die Arbeit verändert?

Für mich persönlich war die Beiratstätigkeit extrem bereichernd. In den Projekten sind Problemstellungen der Unternehmen deutlich geworden, die dann durch die Expertise der RKW-Mitarbeiter mit unserer Begleitung zu Lösungskonzepten geführt wurden. Mein Horizont hat sich deutlich erweitert und das Verständnis für die Sichtweise anderer konnte geschärft werden. Und ja, die Arbeit hat sich verändert. Unsere Arbeit muss mehr und mehr darauf einzahlen, das Verständnis auch für arbeitsgestalterische Fragen von mittelständischen Unternehmen zu erhöhen.

Die Digitalisierung ist in aller Munde, Deutschland hat eine in Teilen neue Bundesregierung, wir erleben Fachkräfteengpässe und Einwanderung, das Renteneintrittsalter steigt. In welcher Rolle sehen Sie das RKW und den Beirat in diesen herausfordernden Zeiten?

Dank funktionierender Netzwerke gelingt es dem RKW immer sehr früh, entstehende Beratungsbedarfe mittelständischer Unternehmen zu erkennen und dann gemeinsam mit diesen Lösungen zu erarbeiten. Nehmen wir z. B. die wachsende Verunsicherung im Zusammenhang mit der fortlaufenden Digitalisierung und deren Auswirkungen auf Geschäftsmodelle, aber auch das direkte Arbeitsumfeld der Beschäftigten. Hier bietet das RKW mit dem Digitalisierungs-Cockpit eine ganz konkrete Hilfestellung für Unternehmen. Das ist der Weg, der auch weiterhin Erfolge bringen wird. In all diesen Entwicklungen spielt der Mensch für uns als Beirat eine besondere Rolle. Veränderte Arbeitssysteme fordern neue Möglichkeiten zur Persönlichkeitsentwicklung und Kompetenzgewinnung – im Sinne des Erhalts einer Beschäftigungsfähigkeit.

Was wünschen Sie dem Beirat „Mensch und Arbeit“ für die Zukunft?

In erster Linie wünsche ich dem Beirat ein Bewahren des hervorragenden Miteinanders. Darüber hinaus wünsche ich, dass dem Beirat immer wieder neue Impulse durch neue Mitglieder zugeführt werden, die das Gremium dann noch besser machen. Bezüglich der Basis der Arbeit wünsche ich dem Beirat, dass die Unterstützung von Arbeitsgestaltung und Gesundheitsförderung in Kleinbetrieben im Bundesministerium weiter wächst.

Was werden Sie persönlich mit der nun gewonnenen Zeit tun?

Erst einmal bin ich noch fünf Jahre in der Selbstverwaltung der VBG als alternierender Vorsitzender des Präventionsausschusses tätig. Privat werde ich die vielen, in meinen Kochbüchern angekreuzten, noch unbekannten Rezepte nachkochen und probieren, ob die Ergebnisse das halten, was sie beim Lesen versprochen haben. Ich werde meinem Hobby „Fahrradfahren“ nachgehen und vielleicht schaffe ich es ein altes Vorhaben, den Radweg Berlin-Kopenhagen abzufahren, umzusetzen. Dann bin ich für meine Familie da, hoffe auf Enkelkinder und kümmere mich noch um die Begleitung meines Jüngsten. Gemeinsame Zeit mit meiner Frau zu genießen, muss endlich auch wieder mehr Platz in meinem Leben finden. Ich denke, das reicht. Wenn dann noch Zeit ist, werde ich ehrenamtlich eventuell in der Berliner Tafel versuchen, denen zu helfen, die nicht so viel Glück im Leben haben wie ich. ■



Reinhard Dombre, stellv. Vorstandsvorsitzender des RKW und alternierender Vorsitzender des RKW-Fachbeirats „Mensch und Arbeit“

„Herr Breutmann hat über ein Jahrzehnt gemeinsam mit Reinhard Dombre den Fachbeirat geleitet und damit unsere sozialpartnerschaftliche Verfassung mit Leben erfüllt. Er hat dabei das RKW immer als Plattform für konstruktiven Austausch zum Wohle von Unternehmen und Beschäftigung verstanden und nie als Plattform für die Verkündung einseitiger Positionen. Für sein Engagement danke ich Herrn Breutmann im Namen der gesamten RKW-Familie und wir wünschen uns sehr, dass er dem RKW auch in seinem neuen Lebensabschnitt verbunden bleibt.“

Dr. Eduard Sailer, Vorstandsvorsitzender des RKW

„Die Zusammenarbeit mit Herrn Breutmann im Beirat war von Offenheit geprägt, mit dem Ziel, Arbeitsplätze menschengerecht zu gestalten und so die Produktivität zu erhöhen.“

„Mit Herrn Breutmann hatte der Beirat und das RKW 14 Jahre einen äußerst engagierten Mitstreiter. Für seine aktive Unterstützung haben wir zu danken und ich wünsche ihm alles Gute.“

Reinhard Dombre, stellv. Vorstandsvorsitzender des RKW und alternierender Vorsitzender des RKW-Fachbeirats „Mensch und Arbeit“

Dr. Albrecht Fridrich erhält die RKW Medaille
Ehre, wem Ehre gebührt!



Links: Reinhard Dombre (stellv. Vorstandsvorsitzender RKW),
Mitte: Dr. Albrecht Fridrich (RKW Baden-Württemberg), Rechts:
Dr. Eduard Sailer (Vorstandsvorsitzender RKW)

Im Rahmen der RKW-Veranstaltung „Mittelstand vs. Startup“ am 29. Mai 2018 in Berlin wurde Dr. Albrecht Fridrich für seine Verdienste um Rationalisierung und Innovationen für den deutschen Mittelstand mit der RKW Medaille ausgezeichnet. Alle eingeweihten Mitwisser hatten nichts durchsickern lassen und somit war es eine tatsächlich unerwartete Überraschung.

„Zu den Verdiensten von Dr. Fridrich zählen die kontinuierliche Erweiterung des Unterstützungsangebots für kleine und mittelständische Unternehmen, die Entwicklung eines hervorragenden Weiterbildungsprogramms für Manager und in jüngster Zeit die Vorbereitung des Mittelstands auf die Digitalisierung und die Umbrüche in der Automobilindustrie in Baden-Württemberg“, so Dr. Eduard Sailer, Vorstandsvorsitzender des RKW.

Dr. Albrecht Fridrich, Jahrgang 1954, ist promovierter Wirtschaftswissenschaftler und seit 1979 für das RKW Baden-Württemberg tätig, von 1987 bis 2018 als Geschäftsführer. Er publizierte Veröffentlichungen zur Managementberatung in mittelständischen Industrieunternehmen sowie entscheidungsorientiertem Informationsmanagement.

Die RKW Medaille wird in unregelmäßigen Abständen seit 1990 vergeben. Geehrt werden Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft, die sich um Rationalisierung und Innovation besonders verdient gemacht haben. Zu den bereits geehrten Personen gehören unter anderem Jean-Claude Juncker, Prof. Kurt Biedenkopf und Lothar Späth.

Veranstaltung

„Ideen sind ein guter Anfang – Geschäftsmodelle im Mittelstand“ Netzwerktreffen „Chefsachen“ 2018

Das Forum für alle, die kleine und mittlere Unternehmen führen und entwickeln wollen, findet diesmal am 11. September 2018 im Oraniensaal von Schloss Biebrich in Wiesbaden statt. Geschäftsmodellentwicklung, Führung und Personalstrategien in der Digitalisierung sind die zentralen Themen, denen wir uns stets theoretisch fundiert, aber gleichzeitig mit Blick auf die unternehmerische Praxis nähern wollen. Keynotes von externen Experten und Mitgliedern des RKW-Teams, die Arbeit an Praxisbeispielen in kleinen Gruppen und der Austausch mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern bieten den Teilnehmern viele Anregungen für die Umsetzung ihrer Ideen im eigenen Unternehmen. www.rkw.link/netzwerktreffen2018

Ansprechpartnerin: Ute Juschkus, juschkus@rkw.de

Das nächste RKW Magazin erscheint im Herbst 2018 zum Thema: „Geschäftsmodellentwicklung“



Neue Studie

Gründungseinstellungen im Generationenvergleich

Die neue Studie „Gründungseinstellung in Deutschland: Wie gründungsbereit sind jüngere und ältere Menschen?“ bietet eine differenzierte Betrachtung der Gründungseinstellung nach Alters- und Lebenslage. Selbstständigkeit wird von den meisten Befragten als gute berufliche Alternative zur abhängigen Beschäftigung gesehen. Allerdings zeigen sich hinsichtlich der Umsetzung Unterschiede, nicht nur zwischen den Altersgruppen. Die neue RKW-Publikation bietet Erkenntnisse im Altersgruppenvergleich, zur Gründungsinfrastruktur sowie den Beweggründen und Hemmnissen im Gründungsprozess.

Download und weitere Informationen zur Studie: www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/presse/selbststaendigkeit-wird-von-alt-und-jung-positiv-wahrgenommen-aber-nicht-umgesetzt/

Ansprechpartnerin:

Dr. Noemí Fernández Sánchez, sanchez@rkw.de

Veranstaltung

Die Gründerwoche Deutschland 2018 läuft

Mitmachen: Werden Sie Partner der bundesweiten Gründerwoche!

Setzen Sie Impulse für eine positive Gründungskultur. Stärken Sie den Gründergeist, bringen Sie Gründungsinteressierte und Startups voran. Engagieren Sie sich mit Ihrem Veranstaltungsangebot für die Gründerwoche. Motivieren Sie Menschen von jung bis alt für die Existenzgründung.

Startup: Besuchen Sie die Veranstaltungen der Gründerwoche!

Das umfangreiche und vielseitige Veranstaltungsangebot der Gründerwoche bietet Inspiration, Informationen und Kontakte für den Start ins eigene Unternehmen.

Alles zur Gründerwoche Deutschland finden Sie auf www.gruenderwoche.de.

Ansprechpartnerin: Birgitta Ratazzi-Förster,
Koordinierungsstelle der Gründerwoche Deutschland im
RKW Kompetenzzentrum, kontakt@gruenderwoche.de



Unsere kommenden Veranstaltungen vor Ort

Datum	Thema	Kontakt
Ab September 2018	Arbeitsgemeinschaft Materialfluss & Logistik Arbeitsgemeinschaft Betrieblicher Umwelt- und Arbeitsschutz	Klaus Werner, 06196 970226, k.werner@rkw-hessen.de
5. September bis 8. Dezember 2018	Präsenzkurs (10 Tage) „Zertifizierte/r Projektmanagement-Fachmann/-frau (Level D IPMA)“, Chemnitz	Lutz Voigtmann, 0351 8322335, voigtmann@rkw-sachsen.de, www.projekt-institut.de
11. September 2018	Netzwerktreffen „Chefsachen“ 2018 „Ideen sind ein guter Anfang – Geschäftsmodelle im Mittelstand“, Schloss Biebrich, Wiesbaden,	Ute Juschkus, 06196 4953505, juschkus@rkw.de Anmeldung: www.rkw.link/netzwerk-treffen2018
12. bis 13. September 2018	Seminar „Technisches Wissen für Kaufleute und Nichttechniker“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
13. September 2018 (Start)	Lehrgang „Coachingtechniken für Manager 2018/2019“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
13. September 2018	Workshop zur Vorstellung des neuen INQA-Checks „Vielfaltsbewusster Betrieb“ auf der Jahrestagung des LIA.nrw „Vielfalt in einer modernen Arbeitswelt – gesund und sicher gestaltbar?!“, Köln	Johannes Weidl, 06196 4953222, weidl@rkw.de
18. September 2018 (Start)	Modularer Lehrgang „Produktionsmanager 2018/19“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
18. September 2018	Seminar „Personalcontrolling – Ein Führungsinstrument des modernen Unternehmens“, Chemnitz	Gabriele Klett, 0351 8322332, klett@rkw-sachsen.de, www.rkw-sachsen.de/seminare_weiterbildung
20. September 2018	Unternehmenswerkstatt „Arbeitgebermarke: Wahre Schönheit“, Freiburg	Ulrike Heitzer-Priem, 06196 4952810, heitzer@rkw.de
20. September 2018	Seminar „Karrieretraining für Frauen – Ja, ich will!“	Gabriele Klett, 0351 8322332, klett@rkw-sachsen.de, www.rkw-sachsen.de/seminare_weiterbildung
20. September 2018 bis 8. November 2019	Lehrgang „12. Führungskräfte – Trainee-Programm für Manager von Morgen“	Gabriele Klett, 0351 8322332, klett@rkw-sachsen.de, www.rkw-sachsen.de/seminare_weiterbildung
24. September 2018	Seminar „Zeitmanagement und effektive Arbeitstechniken“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de

Weitere Termine finden Sie unter:
www.rkw-kompetenzzentrum.de/veranstaltungen

Datum	Thema	Kontakt
24. bis 25. September 2018 (Teil 1) und 22. bis 23. Oktober 2018 (Teil 2)	Fachlehrgang „Geprüfter Datenschutzbeauftragter“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de
25. September 2018	Unternehmenswerkstatt „Azubimarketing“, Dessau-Roßlau	Marion Valter, 06196 4953205, valter@rkw.de
26. September 2018	Unternehmenswerkstatt „Azubimarketing“, Wittenberg	Marion Valter, 06196 4953205, valter@rkw.de
26. September 2018	Seminar „Konfliktmanagement“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de
26. September 2018	Seminar „Knigge-Training für Azubis“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de
26. September 2018	Business-Frühstück – „Unternehmenswachstum und digitale Unternehmenskultur“	Gabriele Klett, 0351 8322332, klett@rkw-sachsen.de, www.rkw-sachsen.de/seminare_weiterbildung
27. September 2018 (Start)	Lehrgang „Führungskolleg für Manager 2018/2019“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
28. September 2018	53. Bausachverständigentag „Fassadenkonstruktionen – Problempunkte, Qualitätssicherung und Sanierung“, Kongresszentrum Deutsche Nationalbibliothek, Frankfurt am Main	Ute Juschkus, 06196 4953505, juschkus@rkw.de, Anmeldung: www.rkw.link/bst2018
1. bis 2. Oktober 2018	Seminar „Neu im Einkauf“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
9. Oktober 2018 (Start)	Modularer Lehrgang „Einkaufsmanager 2018/19“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
9. bis 11. Oktober 2018	Seminar „Lohn- und Gehaltsabrechnung Grundlagen“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de
10. bis 11. Oktober 2018	APRODI-Verbundtreffen, ZF Friedrichshafen, Schweinfurt	Beate Schlink, 06196 4953521, schlink@rkw.de
11. Oktober 2018	RKW-Arbeitskreis „Weiterentwicklung kompetenter Arbeitssysteme“, ZF Friedrichshafen, Schweinfurt	Beate Schlink, 06196 4953521, schlink@rkw.de
12. Oktober 2018	Deutsche Vorauswahl zum Creative Business Cup, im Rahmen der Messe THE ARTS+ (Buchmesse Frankfurt)	Alexandra Koch, 06196 4953241, koch@rkw.de

Datum	Thema	Kontakt
12. Oktober 2018	Nationale Siegerehrung der beiden deutschen Gewinner des Europäischen Unternehmensförderpreises auf den Deutschen Gründer- und Unternehmertagen (deGUT)	Juliane Kummer, 06196 4952820, kummer@rkw.de
15. bis 16. Oktober 2018	Seminar „Verhandlungstraining für Einkäufer“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
16. Oktober 2018	Unternehmenswerkstatt „Azubimarketing“ Modul 1, Berlin	Marion Valter, 06196 4953205, valter@rkw.de
16. bis 17. Oktober 2018	Seminar „Arbeitsrecht Grundlagen“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de
18. Oktober 2018	2. Netzwerktreffen „Entrepreneurship Education und Ökonomische Bildung“, Stuttgart	Rabena Ahluwalia, 06196 4952816, ahluwalia@rkw.de, www.rkw.link/netzwerktreffenstuttgart
18. Oktober 2018	Seminar „Rechte und Pflichten des GmbH-Geschäftsführers“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
22. Oktober 2018	RKW-Arbeitskreis „Gesundheit im Betrieb“, RKW Kompetenzzentrum Eschborn	Beate Schlink, 06196 4953521, schlink@rkw.de
22. bis 23. Oktober 2018 (weitere Termine November / Dezember)	Fachlehrgang „Geprüfter Qualitätsmanager und interner Auditor“	Ruth Gehrhardt, 089 67004012, gehrhardt@rkwbayern.de
23. Oktober 2018	Seminar „Fabrikplanung“	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
23. Oktober 2018	Unternehmenswerkstatt „Karrierewebsite“, Mannheim	Bruno Pusch, 06196 4952818, puschk@rkw.de
24. Oktober 2018	Unternehmenswerkstatt „Karrierewebsite“, Heilbronn	Bruno Pusch, 06196 4952818, puschk@rkw.de
6. November 2018	Workshop „Fachforum: Diversity im Betrieb – Potenziale einer vielfältigen Belegschaft nutzen“ auf dem Deutschen BetriebsräteTag, Bonn	Johannes Weidl, 06196 4953222, weidl@rkw.de
7. November 2018	Forum der Offensive Mittelstand Rhein-Main auf dem IHK Mittelstandstag, Frankfurt	Johannes Weidl, 06196 4953222, weidl@rkw.de
8. November 2018	Seminar „An denen beiße ich mir die Zähne aus“ Mitarbeitermotivation mal anders gedacht – Demotivation und innerer Kündigung entgegenwirken	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
12. bis 18. November 2018	Gründerwoche Deutschland, bundesweite Aktionswoche	Birgitta Ratazzi-Förster, 06196 4953263, kontakt@gruenderwoche.de, www.gruenderwoche.de
14. November 2018	Unternehmenswerkstatt „Azubimarketing“ Modul 2, Berlin	Bruno Pusch, 06196 4952818, puschk@rkw.de
15. November 2018	Auszeichnung der deutschen Champions für die Cleantech Open Global Ideas Challenge, im Rahmen des StartGreen Award, Berlin	Alexandra Koch, 06196 4953241, koch@rkw.de
23. November 2018	Deutsche Vorauswahl zur Future Agro Challenge, im Rahmen des „3. Agtech Foodtech Summit“, Berlin	Alexandra Koch, 06196 4953241, koch@rkw.de

RKW-Unterstützungsleistungen vor Ort

RKW Baden-Württemberg
www.rkw-bw.de
0711 229980

Coaching für kleine und mittlere Unternehmen aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF)

RKW Bayern
www.rkwbayern.de
089 6700400

Beratung zur Unternehmensnachfolge
Unterstützung durch den RKW Bayern e.V. beginnend mit einer realistischen Potenzialanalyse bis hin zur Begleitung im Übergabeprozess.

Beratung zur Personalentwicklung
Beratung zur Förderung und Weiterbildung der Leistungsträger eines Unternehmens und Organisationsentwicklung.

go-Inno
Beratungen zur Vorbereitung und Durchführung von Produkt- und technischen Verfahrensinnovationen durch den RKW Bayern e.V.

RKW Hessen
www.rkw-hessen.de
06196 970200

Beratungsförderung des Landes Hessen für KMU:

- Umsetzung betrieblicher Entwicklungskonzepte
- Digitalisierungsberatung
- Übergabeberatung
- Designberatung
- Beratungen zur Energie- und Ressourceneffizienz (Hessen-PIUS)
- Unterstützung bei Antragstellung in Innovationsförderprogrammen des Bundes und der EU
- Coaching
- Gründungsberatung

RKW Sachsen-Anhalt
www.rkw-sachsenanhalt.de
0391 736190

EMI
Das Koordinierungs- und Beratungszentrum für Existenzgründung-Migration-Integration in Sachsen-Anhalt für alle Gründungsinteressierten mit Migrationshintergrund.

soKom digital
Förderung von Sozialkompetenz und Intrapreneurship bei Auszubildenden im Zeitalter der Digitalisierung.

ego-Start
Beratungsleistungen zur Förderung der unternehmerischen Kompetenz bei Gründern und Gründerinnen – Landesförderprogramm des Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung Sachsen-Anhalt.

Sachsen-Anhalt DIGITAL und Sachsen-Anhalt INNOVATION
Landesprogramme zur Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle und Prozessinnovationen.



Fassadenkonstruktionen

Problempunkte, Qualitätssicherung und Sanierung

53. Frankfurter Bausachverständigentag

Freitag, 28. September 2018

Kongresszentrum Deutsche Nationalbibliothek
Frankfurt am Main

Anmeldung

RG-Bau im RKW-Kompetenzzentrum

Düsseldorfer Str. 40 A, 65760 Eschborn, 06196 495-3501,
Fax: 4501, megerlin@rkw.de, www.rkw.link/bst2018,
www.rkw-kompetenzzentrum.de, www.rkw.link/rgbau