



**AKTUELL**

**Global Entrepreneurship Monitor aktuell**  
Gründen als Familientradition oder als  
Notfallplan? – Diese Motive verbergen sich hinter  
einer Unternehmensgründung

## Definitionen und allgemeine Information zum GEM

**Gründende:** Personen zwischen 18–64 Jahren, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

**Werdende Gründende:** Diejenigen 18–64-Jährigen, die in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt bereits Schritte für eine Unternehmensgründung unternommen haben, aber noch während der letzten drei Monate keine Gehälter bezahlt haben.

**Gründende junger Unternehmen:** Diejenigen 18–64-Jährigen, die Inhabende oder Teilhabende eines bereits bestehenden Unternehmens sind, bei dem sie in der Geschäftsleitung mithelfen und aus diesem Unternehmen nicht länger als dreieinhalb Jahre Gehälter, Gewinne oder Sachleistungen erhalten haben.

**Gründungsmotive:** Im Rahmen des GEM werden die Gründungsmotive „eine Familientradition fortführen“, „die Welt verändern“, „Wohlstand und hohes Einkommen erreichen“ und „den Lebensunterhalt verdienen“ erfasst und analysiert. Eine Gründungsperson konnte mehrere Motive für die Gründung angeben. Jedes Motiv wurde von den Befragten mittels einer Skala mit den fünf Antworten 1 („stimme überhaupt nicht zu“), 2 („stimme nicht zu“), 3 („stimme weder zu noch nicht zu“), 4 („stimme zu“) und 5 („stimme voll zu“) sowie -1 („weiß nicht“) bewertet. Die hier analysierten Prozentwerte geben den Anteil der Befragten an, die das Statement zum jeweiligen Motiv mit 4 oder 5 bewerteten.

**Methodik:** Datenbasis dieses Faktenblattes ist die Bevölkerungsbefragung des GEM (APS) 2020. Für die Bevölkerungsbefragung wird eine repräsentative Stichprobe der erwachsenen Bevölkerung (18 bis einschließlich 64 Jahre alt) gezogen. In Deutschland fand die Befragung 2020 in Form einer computergestützten telefonischen Primärbefragung vom 12. Juni bis zum 07. Oktober statt. In 3.003 Fällen konnte ein auswertbares Interview durchgeführt werden.

Anhand der Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitors (GEM) 2020/21 wird gezeigt, welche Motive Personen in Deutschland zu einer Unternehmensgründung bewegen. Hierfür wird analysiert, wie ausgeprägt die vier im Rahmen des GEM erfassten Gründungsmotive, „eine Familientradition fortführen“, „die Welt verändern“, „Wohlstand und hohes Einkommen erreichen“ und „den Lebensunterhalt verdienen“ im Vergleich mit europäischen und nordamerikanischen Ländern\* sind.

## Deutschland liegt mit dem Gründungsmotiv „die Familientradition fortführen“ im internationalen Vergleich auf Platz 1

In keiner anderen europäischen und nordamerikanischen Nation ist die Fortführung einer Familientradition als Gründungsmotiv so präsent wie in Deutschland.

Hier stimmen 62 Prozent der Gründenden 2020 der Aussage zu, mit ihrer Gründung eine Familientradition fortführen zu wollen. Verglichen mit 19 europäischen und nordamerikanischen Nationen erfährt dieses Gründungsmotiv in Deutschland am meisten Zustimmung und belegt damit Rang 1 von 20, gefolgt von Kanada (39 Prozent Zustimmung) und Griechenland (36 Prozent Zustimmung). Bereits im Vorjahr 2019 lag Deutschland mit 69 Prozent bezüglich dieses Gründungsmotives im internationalen Vergleich weit vorne. Dass die Familientradition ein so wichtiges Gründungsmotiv in Deutschland ist, mag damit zusammenhängen, dass Familienunternehmen in Deutschland mit 90 Prozent Anteil am privaten Wirtschaftssektor sehr präsent sind (Stiftung Familienunternehmen 2019). Dementsprechend wirken Unternehmerinnen und Unternehmer in der eigenen Familie als Vorbilder für viele potenzielle Gründende der nächsten Generation.

Die weiteren im Rahmen des GEM abgefragten Gründungsmotive erfahren hingegen in Deutschland weniger Zustimmung. Das Gründungsmotiv „Die Welt zu verändern“ erlangt in Kanada (66 Prozent) und in den USA (68 Prozent) am meisten Zustimmung, Deutschland belegt hier lediglich Platz 9 (40 Prozent). Auch bezüglich des Motives „Wohlstand und hohes Einkommen erreichen“ bewegt sich Deutschland im Mittelfeld (Rang 8, 52 Prozent), am stärksten ist es in Italien (95 Prozent) und Zypern (85 Prozent) ausgeprägt.

## Gründungsmotive in der Krise – Notgründungen in Deutschland steigen im Pandemiejahr kaum

In Deutschland gründen mit 45 Prozent vergleichsweise wenige Menschen aus der ökonomischen Not heraus (42 Prozent im Jahr 2019). Weniger Notgründungen werden lediglich in den wirtschaftsstarke Nationen Norwegen, Schweden und Luxemburg beobachtet. Dieses Motiv „den Lebensunterhalt verdienen, weil Arbeitsplätze selten sind“ ist in Italien und in Zypern am dominantesten (82 Prozent in Italien, 77 Prozent in Zypern). Bereits seit 2017 werden immer mehr Chancen- und weniger Notgründungen beobachtet (KfW Research 2021). Besonders im Pandemiejahr 2020 ist es aber erfreulich, dass das Notgründungsmotiv 2020 im Vergleich zu 2019 in Deutschland nicht an Bedeutung gewinnt.

Im restlichen europäischen und nordamerikanischen Raum zeigt sich hingegen ein gemischtes Bild. In einigen südeuropäischen Ländern gründen im Jahr 2020 deutlich mehr Menschen aus der ökonomischen Not heraus als im Vorjahr, wie beispielsweise in Spanien (30 Prozentpunkte Anstieg) oder Zypern (19 Prozentpunkte Anstieg). Auch der deutlich größere Anteil an Notgründungen in Polen (46 Prozent Anstieg) und in den Niederlanden (24 Prozent Anstieg) ist auffällig. Abgesehen von Deutschland verändert sich die Ausprägung dieses Motives in Norwegen und der Schweiz kaum (jeweils ca. 2 Prozent).

## Die Familientradition ist vor allem werdenden Gründenden wichtig

Werdende Gründende wollen sowohl 2019 als auch 2020 deutlich häufiger eine Familientradition fortführen als Gründende junger Unternehmen.

Die Gruppe der im GEM untersuchten Gründenden setzt sich aus den Gründenden junger Unternehmen (Gründende, die vor weniger als 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben) und den werdenden Gründenden (Personen, die gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen).

Betrachtet man die Gründungsmotive von werdenden Gründenden und von Gründenden junger Unternehmen getrennt, fällt auf, dass 2020 vor allem werdende Gründende mit knapp 77 Prozent auffällig häufiger diesem Gründungsmotiv zustimmen. Gründende junger Unternehmen hingegen stimmen diesem Gründungsmotiv nur zu 34 Prozent zu. Bereits im Jahr 2019 war dieser Unterschied deutlich. Bei den drei restlichen wählbaren Gründungsmotiven sind die Unterschiede zwischen diesen beiden Gründungsgruppen sowohl 2019 als auch 2020 deutlich geringer.

## Literatur und weiterführende Studien

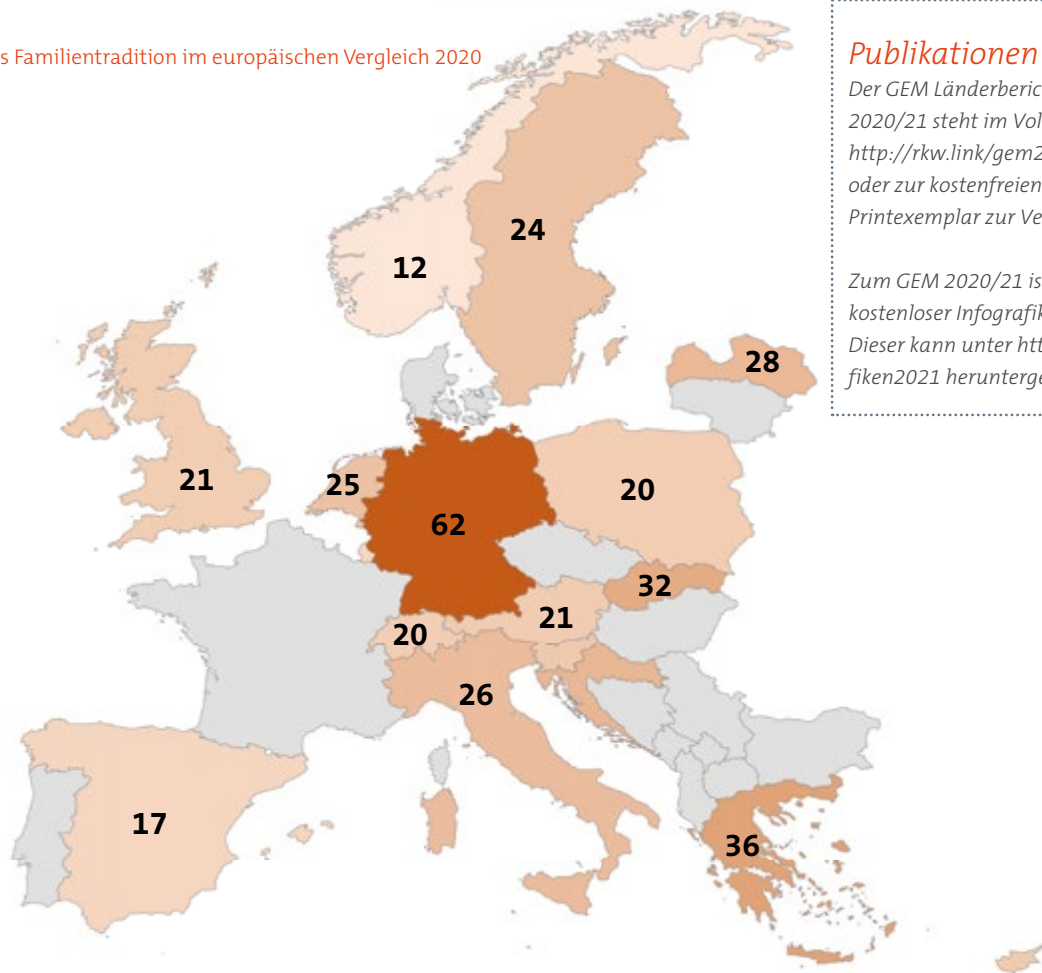
**Stiftung Familienunternehmen (Hrsg.)**

**(2019):** Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen. Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH und Institut für Mittelstandsforschung: Mannheim.

**Metzger, G. (2021). KfW-Gründungsmonitor 2021.**

Gründungstätigkeit 2020 mit Licht und Schatten: Corona-Krise bringt Tiefpunkt im Vollerwerb, birgt für viele aber auch Chancen. KfW Research Research: Frankfurt am Main.

## Gründen als Familientradition im europäischen Vergleich 2020



## Publikationen zum GEM

Der GEM Länderbericht Deutschland 2020/21 steht im Volltext unter <http://rkw.link/gem2021> zum Download oder zur kostenfreien Bestellung als Printexemplar zur Verfügung.

Zum GEM 2020/21 ist zudem ein kostenloser Infografiken-Band verfügbar. Dieser kann unter <http://rkw.link/infografiken2021> heruntergeladen werden.

Anteil der Gründenden, die 2020 die „Fortführung einer Familientradition“ als Gründungsmotiv angegeben haben, in Prozent.

\*Als Basis für den internationalen Vergleich mit Deutschland wurden die weiteren 19 am GEM beteiligten Länder in Europa und Nordamerika (Kanada und USA) ausgewählt, da sie größtenteils einen ähnlichen Entwicklungsstand wie Deutschland aufweisen und das Gründungsgeschehen innerhalb dieser Gruppe daher am ehesten verglichen werden kann.

Zwecks besserer Übersichtlichkeit wurden in dieser Karte insgesamt 17 der 20 europäischen und nordamerikanischen GEM-Länder dargestellt. Für grau gefärbte Länder existieren bezüglich dieses Motives keine Daten.

Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2020.



## Menschen. Unternehmen. Zukunft.

Das RKW Kompetenzzentrum ist ein gemeinnütziger und neutraler Impuls- und Ratgeber für den deutschen Mittelstand. Unser Angebot richtet sich an Menschen, die ihr etabliertes Unternehmen weiterentwickeln ebenso wie an jene, die mit eigenen Ideen und Tatkraft ein neues Unternehmen aufbauen wollen.

Ziel unserer Arbeit ist es, kleine und mittlere Unternehmen für Zukunftsthemen zu sensibilisieren. Wir unterstützen sie dabei, ihre Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft zu entwickeln, zu erhalten und zu steigern, Strukturen und Geschäftsfelder anzupassen und Beschäftigung zu sichern.

Zu den Schwerpunkten „Gründung“, „Fachkräftesicherung“ und „Innovation“ bieten wir praxisnahe Lösungen und Handlungsempfehlungen für aktuelle und zukünftige betriebliche Herausforderungen. Bei der Verbreitung unserer Ergebnisse vor Ort arbeiten wir eng mit den Expertinnen und Experten in den RKW Landesorganisationen zusammen.

Unsere Arbeitsergebnisse gelten branchen- und regionsübergreifend und sind für die unterschiedlichsten Unternehmensformen anwendbar. Darüber hinaus stellen wir für die Bauwirtschaft traditionell branchenspezifische Lösungen bereit.

## Impressum

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum  
der Deutschen Wirtschaft e. V.  
RKW Kompetenzzentrum  
Düsseldorfer Straße 40A, 65760 Eschborn

**Autorenschaft:** Schauer, J., Dr. Gorynia-Pfeffer, N.  
**Gestaltung:** Claudia Weinhold

**Bildnachweis:** iStockphoto – sanjeri, VanReeel

[www.rkw-kompetenzzentrum.de](http://www.rkw-kompetenzzentrum.de)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

*Dem RKW Kompetenzzentrum ist eine gendergerechte Kommunikation wichtig. Daher wird primär die neutrale Form verwendet, die für alle Geschlechter gilt. Ist dies nicht möglich, wird sowohl die weibliche als auch die männliche Form genannt. Die Verwendung der o. g. Gender-Möglichkeiten wurde aufgrund der besseren Lesbarkeit gewählt und ist wertfrei.*