

# **Analyse der Gründungsaktivitäten der**

# **TH- Lübeck**

(Interviewstudie)

Reshad Aziri

Institut für Entrepreneurship und Business Development

# 1 Gründungsaktivitäten an der TH-Lübeck

Die Befragung der Gründer erfolgte anhand eines qualitativen Interviewleitfadens. Hierbei ging es darum Erfahrungen, Ansichten, Interpretation und Einstellungen der befragten zu erfassen und einen Überblick über die Gründungssituation an der TH-Lübeck zu gewinnen.

Unternehmen	Produkt	Datum	Interviewdauer
<b>I1</b>	<b>Anti-Kater Getränk</b>	<b>01.04.2022</b>	<b>21 min</b>
<b>I2</b>	<b>Vermittlung von Pflegekräften</b>	<b>21.04.2022</b>	<b>17 min</b>
<b>I3</b>	<b>Energy Riegel</b>	<b>07.04.2022</b>	<b>21 min</b>
<b>I4</b>	<b>Schul- Cloud</b>	<b>08.04.2022</b>	<b>42 min</b>
<b>I5</b>	<b>Landwirtschaftsbetrieb</b>	<b>22.04.2022</b>	<b>28 min</b>
<b>I6</b>	<b>App zur Vermeidung von Einwegbechern</b>	<b>09.05.2022</b>	<b>19 min</b>
<b>I7</b>	<b>Immobilienfotografie</b>	<b>09.05.2022</b>	<b>30 min</b>
<b>I8</b>	<b>Mobiles Blutanalyselabor</b>	<b>17.05.2022</b>	<b>25 min</b>
<b>I9</b>	<b>Keramikprodukte</b>	<b>13.05.2022</b>	<b>14 min</b>
<b>I10</b>	<b>Corona Testzentrum</b>	<b>20.05.2022</b>	<b>15 min</b>
<b>I11</b>	<b>Industrieberatung Maschinensicherheit</b>	<b>17.05.2022</b>	<b>28 min</b>
<b>I12</b>	<b>B2B industrielle Beschaffung</b>	<b>25.05.2022</b>	<b>18 min</b>

*Tabelle 1: Interviews*

## 1.1 Produkt

Zunächst einmal wurde durch die Frage:“ *Bitte schildern Sie kurz Ihren Werdegang in Bezug auf ihre Gründung: Was ist ihr Produkt/ihre Dienstleistung?*“ das Gespräch eingeleitet und das Produkt erfragt.

Die Gründer haben am Anfang, um das Gespräch zu Beginnen und ein besseres Kennenlernen zu ermöglichen die Möglichkeit, ihren Werdegang in Bezug auf ihrer Gründung frei vorzutragen. Die anschließende Frage zielt auf das Produkt/ der Dienstleistung der Gründer ab, um daraus Erkenntnisse in Bezug auf die Gewerbeart und der Digitalisierung zu gewinnen.

<b>Unternehmen</b>	<b>Produkt</b>	<b>Digitalisierung</b>	<b>Geschlecht</b>
<i>I1</i>	Anti-Kater Getränk	nein	m
<i>I2</i>	Vermittlung von Pflegekräften	ja	m
<i>I3</i>	Energy Riegel	nein	m
<i>I4</i>	Schul- Cloud	ja	m
<i>I5</i>	Landwirtschaftsbetrieb	nein	w
<i>I6</i>	App zur Vermeidung von Einwegbechern	ja	w
<i>I7</i>	Immobilienfotografie	nein	w
<i>I8</i>	Mobiles Blutanalyselabor	ja	m
<i>I9</i>	Keramikprodukte	nein	w
<i>I10</i>	Corona Testzentrum	nein	m
<i>I11</i>	Industrieberatung Maschinensicherheit	nein	m
<i>I12</i>	B2B industrielle Beschaffung	ja	m

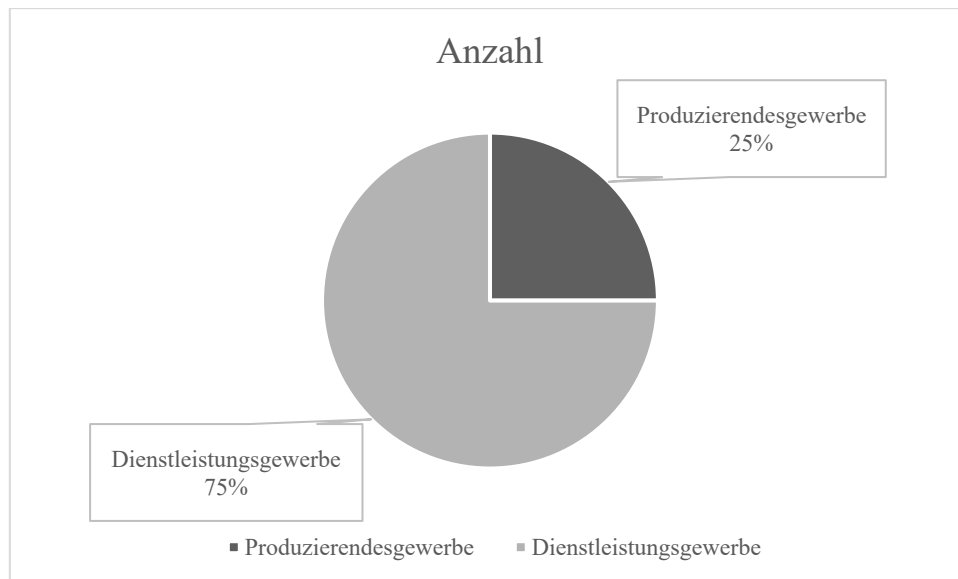
*Tabelle 2: Produkte*

Aus der Tabelle 2 erkennt man, dass die Gründer in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Es lässt sich feststellen, dass zwei Gründer im Bereich der leistungssteigernden Lebensmittel und zwei Gründer im Industriebereich sich mit ihrer Idee selbständig gemacht haben. Das Anti-Kater Getränk und der Energy Riegel unterstützen die Work- Life – Balance. Die anderen zwei Gründungen im Industrie Bereich deuten darauf hin, dass die Gründer aufgrund dessen, dass diese ingenieurwissenschaftlichen Studiengänge besucht haben auf Probleme gestoßen sind und Lösungen dafür entwickelt haben.

Im nächsten Schritt wurden die Gewerbearten zusammengefasst. Hier wird in Dienstleistungsgewerbe und Produzierendesgewerbe unterschieden. Aus dem Diagramm 1 erkennt man, dass 75% der Gründungen sich im Dienstleistungsgewerbe verorten lassen. Obwohl es sich bei der Befragung keinesfalls um eine repräsentative Umfrage handelt, da einfach die Menge der befragten Gründer zu gering ist, deckt sich diese Zahl fast gleich mit den Zahlen des Statistischen Bundesamtes zur „Anteil der Wirtschaftszweige an der Bruttowertschöpfung<sup>1</sup> in Deutschland im Jahr 2021“. In der Erhebung des Statistischen Bundesamtes beträgt das Dienstleistungsgewerbe 69,8% und das produzierende Gewerbe 23,5%.<sup>1</sup> Somit spiegelt die Gründungsaktivität, die vorherrschende Unternehmensstruktur in Deutschland wieder.

---

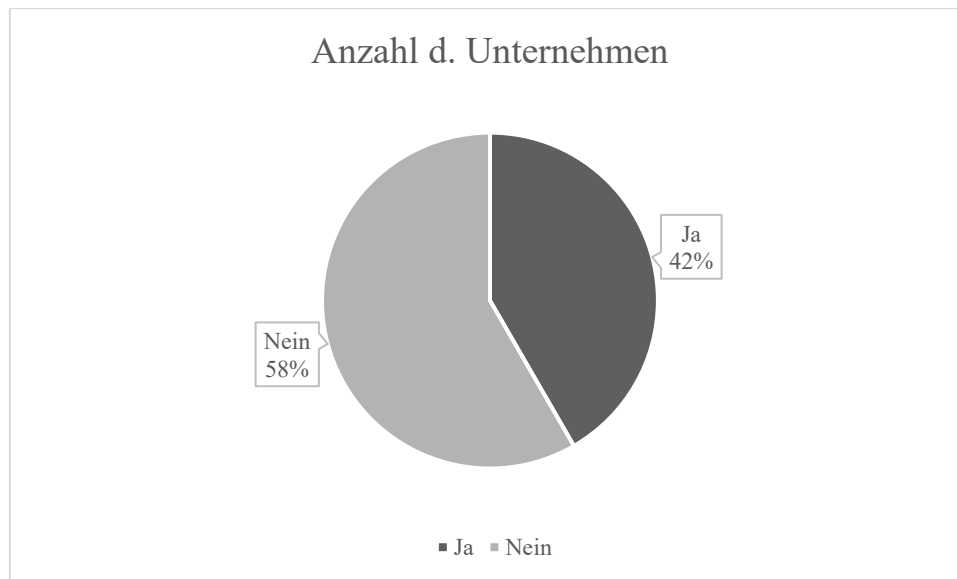
<sup>1</sup> Statistisches Bundesamt 2022.



*Diagramm 1: Gewerbearten*

Als nächstes wird auf den Einfluss der Digitalisierung bei den Gründungen eingegangen. Gemeint ist hierbei nicht ob digitale Kanäle zum Vertrieb der Produkte eingesetzt werden, sondern ob die Unternehmen weitestgehend Digitalisierung bei Ihrem Produkt/ ihrer Dienstleistung einsetzen. Das wäre z.B. eine KI- basierte Technologie wie bei dem Blutanalyselabor oder der Erstellung einer App, wie bei der App zur Vermeidung von Einwegbechern. Bei 42% den interviewten Gründern hat die Digitalisierung eine sehr große Auswirkung auf ihr Geschäftsmodell. In einer repräsentativen Umfrage der Uni Duisburg- Essen aus dem Jahr 2021 liegt der „sehr große“ Einfluss der Digitalisierung bei Startups bei 63% der Befragten.<sup>2</sup> Somit liegt die Anzahl bei den interviewten Partnern unter dem der repräsentativen Umfrage. Dieses ist, wie bereits oben erwähnt, der geringen Anzahl an Interviews geschuldet und der Tatsache, dass es sich nicht bei allen befragten Gründungen um innovative Unternehmen handelt, sondern auch um klassische Selbstständigkeiten, wie Fotografie und Keramikproduktion.

<sup>2</sup> Bundesverband Deutsche Startups. 2021.



*Diagramm 2: Digitalisierung*

Beim Untersuchen der Produkte/ Dienstleistung und ihrer Aufschlüsselung in Kategorien lässt sich sagen, dass die Gründungen heterogen sind, dass der Dienstleistungssektor den größten Raum einnimmt und sich keine feststellbaren Tendenzen in Richtung Digitalwirtschaft herleiten lassen.

### 1.2 Dauer der Gründung

Im Rahmen des Interviews wurde die Dauer der Gründung anhand der Frage:

*„Wie lange hat es gedauert von der Idee, bis zur tatsächlichen Gründung?“* ermittelt.

Mit dieser Fragestellung soll die durchschnittliche Dauer einer Gründung ermittelt werden. Daraus lässt sich ableiten, in welcher Branche eine Gründung eher zeitintensiv oder weniger zeitintensiv ist. Aus dem Diagramm 3 lässt sich erkennen, dass die durchschnittliche Dauer einer Gründung von der Idee bis zur tatsächlichen Gründung bei ca. 2 Jahren liegt. Auffallend ist, dass Gründer aus der Konsumgüterbranche, wie I1, I2 und I9 länger brauchen als jene aus der Digitalisierungsbranche. Diese Abweichung lässt sich damit begründen, dass Konsumgütergründungen eher kapitalintensiv sind aufgrund des Skaleneffektes. Zudem brauchen diese auch mehr Vorarbeit, wie für die Rezepturerstellung, die Lieferantensuche, die rechtliche Absicherung etc. Dem Diagramm 3 ist noch zu entnehmen, dass Gründungen worin Frauen beteiligt sind eine längere Zeitspanne von der Idee bis zur tatsächlichen Gründung aufweisen, als jene worin Männer die Gründer stellen.

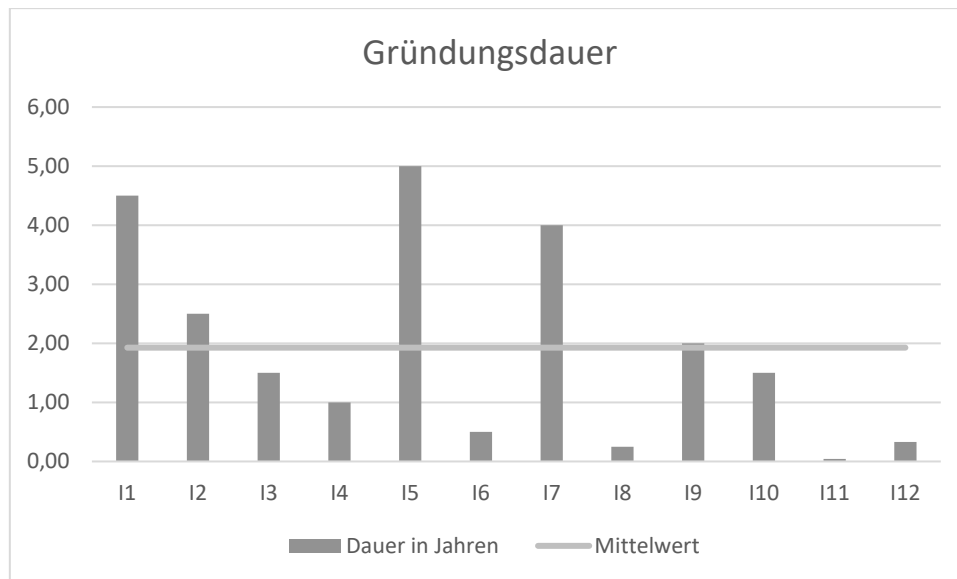
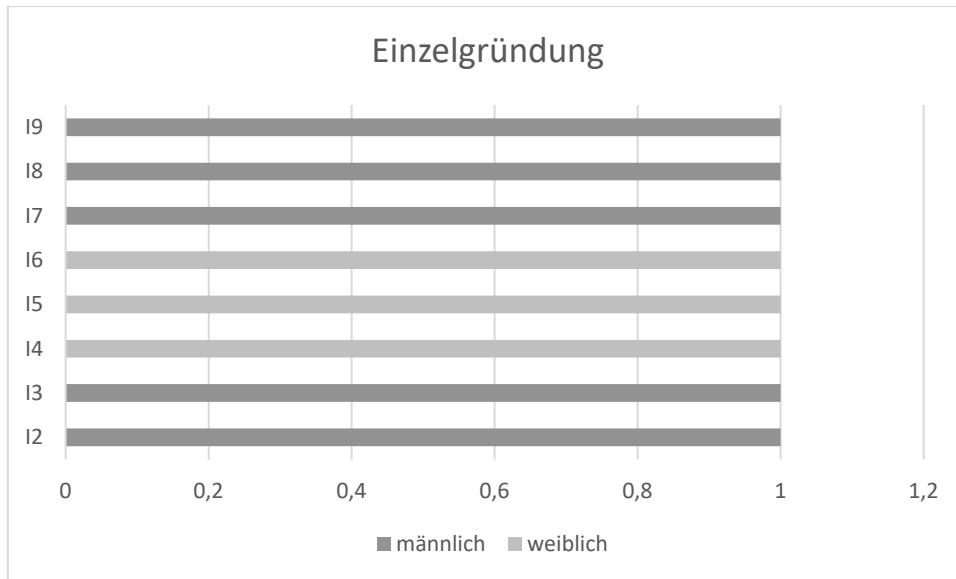


Diagramm 3: Gründungsdauer

### 1.3 Teamzusammensetzung

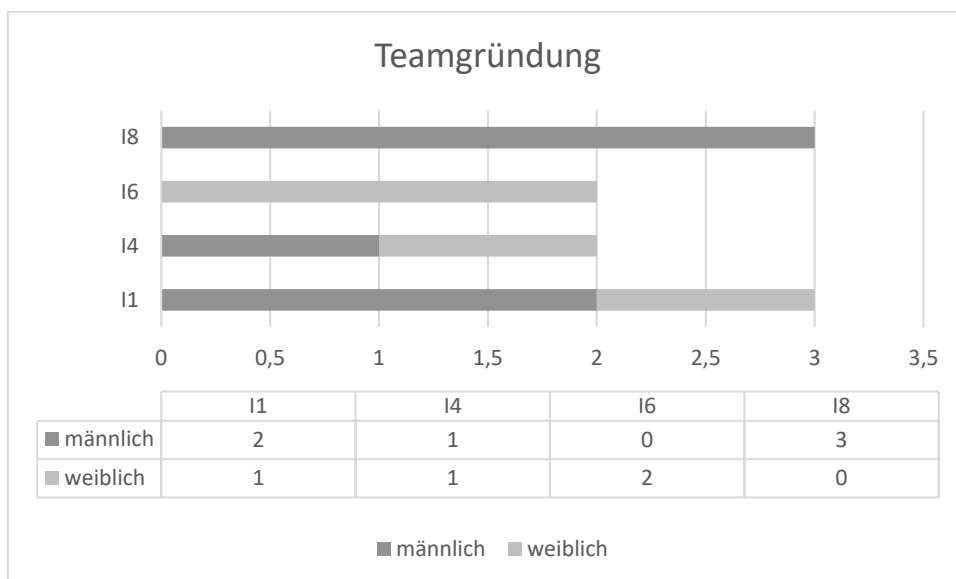
Mit dem Interviewleitfaden wurde auch das Interesse verfolgt Informationen darüber zu erhalten, wie sich die Teams im Hinblick auf die Geschlechterverteilung zusammensetzen. Dieses wurde anhand der Fragen: „*Wie groß war das ursprüngliche Gründerteam? Wie hat sich das Team zusammengesetzt (Studienrichtung, Kompetenz (technisch, BWL, ...), Geschlecht, Alter, Wohnort, Wohnort der Gründungsteammitglieder)?*“. Weitere Informationen darüber wurden anhand des freien Vortrages aus dem ersten Teil des Interviewleitfadens ermittelt.

Bei der Auswertung wurde zuerst einmal das Frauen/Männer Verhältnis bei den Einzelgründungen ermittelt. Dabei zeigt sich, dass aus acht Einzelgründungen drei durch Frauen gegründet wurden. (Diagramm 4)



*Diagramm 4: Einzelgründung*

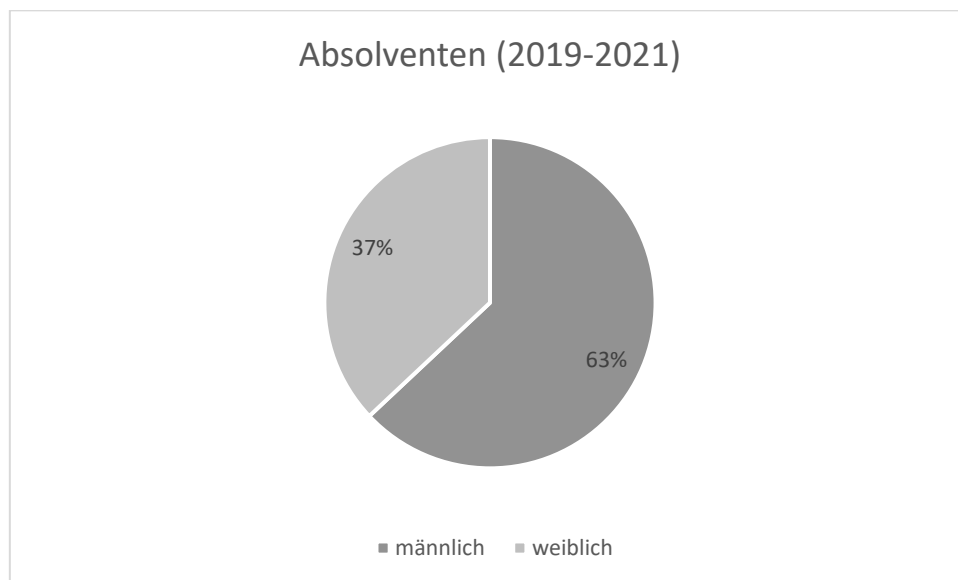
Als nächstes wurde untersucht, wie das Frauen/Männer Verhältnis bei den Teamgründungen ist. Hier zeigt sich, dass zwei Gründungen nur aus Teammitgliedern des gleichen Geschlechtes sich zusammensetzen. Die gemischten Gründungen weisen jeweils ein weibliches Gründungsmitglied auf.



*Diagramm 5: Teamgründung*

Um ein Bild davon zu erhalten, wie sich die Geschlechterverteilung im Hinblick auf die eingeschriebenen Studenten verhält wurden die Absolventinnen zahlen von der Verantwortlichen an der TH-Lübeck angefordert.<sup>3</sup>

Da die Gründungsberatung sich vor allem auf eingeschriebenen Studenten bezieht, wurden als Maßstab für die Auswertung die Absolventenzahlen der letzten drei Jahre zusammengetragen. Aus der Auswertung ergibt sich ein Frauenanteil von 37% und eine Männeranteil von 63% an den Absolventen der TH-Lübeck.



*Diagramm 6: Absolventen (2019- 2021)*

Im nächsten Schritt wurden die prozentualen Frauen-/ Männerverhältnisse bei den Einzel- und Teamgründungen untersucht. Dabei zeigt sich, dass bei beiden Gründungsformen das Frauen-/ Männerverhältnis stark mit dem der Absolventen übereinstimmt. Bei den Einzelgründungen ergeben sich identische Werte mit denen der Absolventen. Dabei sind 37% der Einzelgründer Frauen und 63% Männer. Bei den Teamgründungen übersteigt der Frauenanteil die Absolventenanzahl um 3 % und liegt bei 40 %. Somit liegt die Anzahl der Frauen bei den Teamgründungen leicht über der Anzahl der Absolventen.

---

<sup>3</sup> Prof. Dr. Désirée H. Ladwig 2022.



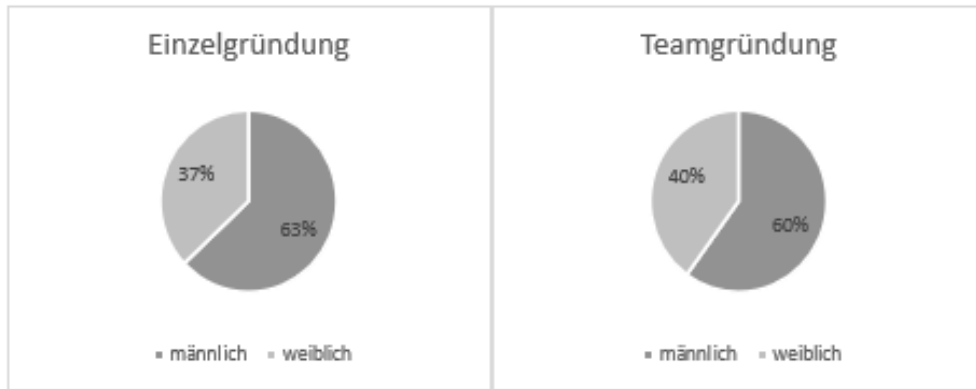


Diagramm 7: Geschlechterverhältnis Einzel- und Teamgründung

Verglichen mit der repräsentativen Umfrage zur Unternehmensgründung durch die KFW, weist das Gesamtverhältnis nur leichte Abweichungen. Laut der Umfrage waren im Jahre 2020 38% der Gründer weiblichen Geschlechts und 62% männlichen Geschlechts. <sup>4</sup>

#### 1.4 Ideengenerierung

Von besonderer Relevanz ist es gewesen anhand des Interviews herausfinden, wie die Gründer auf die Idee ein Unternehmen zu gründen gekommen sind. Dazu wurde die Frage: *„Woher kam die Idee? Was war das ausschlaggebende Moment für die Idee (Können Sie sich an die Situation erinnern, als Sie zum ersten Mal die Idee hatten)?“* gestellt. Diese Fragestellung gibt zum einen darüber Aufschluss, ob die Gründer aufgrund der Ausbildung an der TH- Lübeck zu einer Gründungsidee gekommen sind oder ob diese zufällig entstanden ist.

Die Antworten auf diese Frage sind vielfältig. So ist einer der Gründer auf die Idee ein Antikater Getränk zu entwickeln durch das Lesen eines Magazinartikels gelangt.

*„Die Idee ein Antikatergetränk herzustellen, kam bei mir auf, als ich im Jahr 2017 auf einem Zeitungsartikel von VICE las: „EX- Tesla Ingenieur erfindet Antikatergetränk“.* (I1)

Ein weiterer Gründer entwickelte seine Idee durch das Problem, Dokumente mit den Schülern nicht teilen zu können.

*„... Digitalisierung an den Schulen noch zurück hängt... ich habe mir dann eine Komponente rausgepickt, die mich besonders gestört hat, dass ich als Lehrkraft keine Dokumente, keine*

<sup>4</sup> KFW 2021.

*Dateien einfach mal schnell mit meinen Schülern teilen konnte. D.h. Cloud Dienstleistung für die Bildungsbranche.“ (I5)*

Das letzte hier aufgeführte Beispiel für die Vielfältigkeit der Ideengenerierung hängt mit der Forschung an der TH- Lübeck zusammen.

*„... ich begleite ja diese Doktorarbeit nun seit etlichen Jahren und irgendwann war dann klar, dass die Messtechnik, die wir da entwickelt haben, halt so robust funktioniert, dass wir gesagt haben das wäre eigentlich prädestiniert dafür, es im Gegensatz zu einem stationären Gerät, eben in ein kleines Handgerät zu bringen ...“ (I8)*

Somit zeigt sich, dass die Ideenfindung vielfältig ist. Sie entsteht entweder durch Zufall, durch die Arbeit an der Schule oder durch wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Forschung. Die Gemeinsamkeit für alle Gründungen besteht darin, dass sie für ein vorhandenes Problem eine Lösung entwickelt haben.

#### 1.5 Gründungsinteresse

Es bedarf nicht nur einer Idee um Gründer zu werden, deshalb wurde anhand der Frage: *„woher kam das Interesse an der Gründung?“* das Interesse an der Gründung ermittelt. Die Antworten der Gründer ähneln sich und lassen sich mit der Antwort aus I6: *„Das würde ich sagen, dass das, obwohl ich würde, sagen, dass das alles in einem schon drin war, also Gründungen haben mich schon immer interessiert und auch die beiden anderen Kommilitonen, mit denen ich das auch gemacht habe.“ (I6)* und *„Ja, das klingt immer so komisch zuzusagen mein eigener Herr zu sein.“ (I7)* gut abbilden.

Somit sind die Indikatoren für das Interesse an einer Gründung der innere Antrieb, der Wunsch nach Unabhängigkeit und die monetäre Motivation.

## 1.6 Größte Herausforderungen

Die meisten Startups scheitern in den ersten 2 bis 3 Jahren.<sup>5</sup> Um einen Überblick zu schaffen, welches die größten Herausforderungen für die Gründung eines Startups sind und daraus eine Risikoeinschätzung eines Scheiterns zu ermitteln wurde die Frage: „*Welche Herausforderungen mussten Sie zu Beginn meistern?*“ gestellt.

Die am meisten genannte Herausforderung ist die Finanzierung. Als Beispiel dafür lässt sich die Antwort aus I6 nennen: „*Das war unser Startkapital, aber die Anschlussfinanzierung die haben wir nicht hingekriegt*“ (I6). Hier hat das Fehlende Kapital sogar zum Scheitern der Gründung geführt. Als positiv Beispiel hierfür, dass durch die Finanzierung die Gründung vorangetrieben wird, lässt sich die Antwort des Gründers aus I 8 anführen. „*... halt die regulatorischen Anforderungen sehr hoch sind, dass man halt relativ viel Vorlaufzeit und Kapital braucht. Das ist das Thema Nr.1 denke ich, was uns da erstmal sehr beschäftigt hat, das haben wir zumindest für die nächsten zwei Jahre schonmal gelöst.*“ (I8)

Als weitere große Herausforderung wird die Preisfestlegung angesehen. Dazu lässt sich die Antwort aus I7 anführen

„*... am Anfang fand ich ganz schwierig etwas, was mir sich leicht anfühlt und Spaß macht da im ersten Moment, viel Geld für zu nehmen. Da hatte ich am Anfang schon so ne kleine Hemmung und ich musste erst herausfinden...*“ (I7). Hier bestehen vor allem am Anfang Probleme darin, den Marktwert zu bestimmen und es wird ein niedrigerer Preis angesetzt. Dieses lässt sich auf die geringe Erfahrung der Gründer zurückführen. Im späteren Verlauf haben die Gründer die Preise nach oben korrigiert.

Als weitere Herausforderung wurde das Problem Studium und Gründung unter einem Hut zu bekommen genannt: „*man hört von vielen die sagen, wir haben unser Studium und dann noch gründen, wie sollen wir alles unter einem Hut bekommen?*“ (I6). Da die meisten Gründer sich im Studium befinden ist dieses Problem natürlich. Dem sollte durch die Schaffung von Erleichterungsstrukturen an der Hochschule entgegengewirkt werden.

Als größte Herausforderungen lassen sich demnach die Finanzierung, die Preisfestlegung und Studium und Gründung im Einklang zu bringen, ausmachen.

---

<sup>5</sup> Vgl. Prof. Dr. Florian Täube 2022.

## 1.7 Intellectual Property und Ausgründungen

Das Thema Intellectual Property betraf nur einen interviewten Gründer. Zu diesem Thema hat sich der Gründer von I8 bei der Frage: „*Welche Herausforderungen mussten Sie zu Beginn meistern?*“ dazu geäußert. Bei dem Thema IP's geht es darum die an der Hochschule erworbenen Forschungsergebnisse und Patente für die eigene Gründung nutzen zu dürfen ist ein wichtiges Thema für Startups, welche die an der Hochschule erworbene Forschungserkenntnisse für ihre Gründung nutzen wollen.<sup>6</sup> Dazu sagt der Gründer: „*Das zweite ist die IP-Situation, also Patente, die wir angemeldet haben über die Hochschule. Das Thema, die aus der Hochschule rauszubekommen. Das hat uns auch sehr viel Zeit gekostet mit der Hochschule zu verhandeln.*“ (I7)

Damit wird klar, dass an der TH- Lübeck ein Verbesserungsbedarf besteht den ganzen Prozess der IP's zu verbessern und zu erleichtern, damit mehr Gründungen aus der TH- Lübeck heraus stattfinden.

## 1.8 Frauen als Gründerinnen

Die Auswertung der Ergebnisse ergab, dass bei vier der zwölf interviewten Gründer es sich um Frauen handelt. Beim Auswerten dieser Interviews fällt auf, dass Frauen gesonderten Herausforderungen ausgesetzt sind. In diesem Abschnitt wird auf Aussagen der Gründerinnen, welche an verschiedenen Stellen der Interviews getroffen wurden, eingegangen.

Das Problem der klassischen Rollenbilder wird von einer Gründerin mit den Worten:

„*Ich könnte mir auch vorstellen, dass in dieser Situation auch das Verhältnis, ich will nicht sagen Mann/ Frau aber eher das Verhältnis Vater und Tochter, also dieses Thema Frau in einer Branche, in der nicht viele Frauen anzutreffen sind. Mir fällt jetzt kein charmanter Begriff dazu ein. Das sind so die größten Herausforderungen gewesen für mich.*“ (I5) beschrieben.

Damit wird klar, dass in besonderen Branchen, wie der Baubranche, Rollenbilder weiterhin vorherrschen und zum Problem werden können. In diesem Fall führt dieses Problem sogar dazu, dass die Unternehmensübernahme scheiterte.

Die Herausforderungen sich durchzusetzen zu können wurde wie folgt beschrieben: „*gerade Frauen in dem Bereich Bauwesen würde ich raten sich nicht unterkriegen zu lassen und auch einfach sich durchzusetzen mit dem, was sie für richtig halten und Fehler zuzulassen und sich*

---

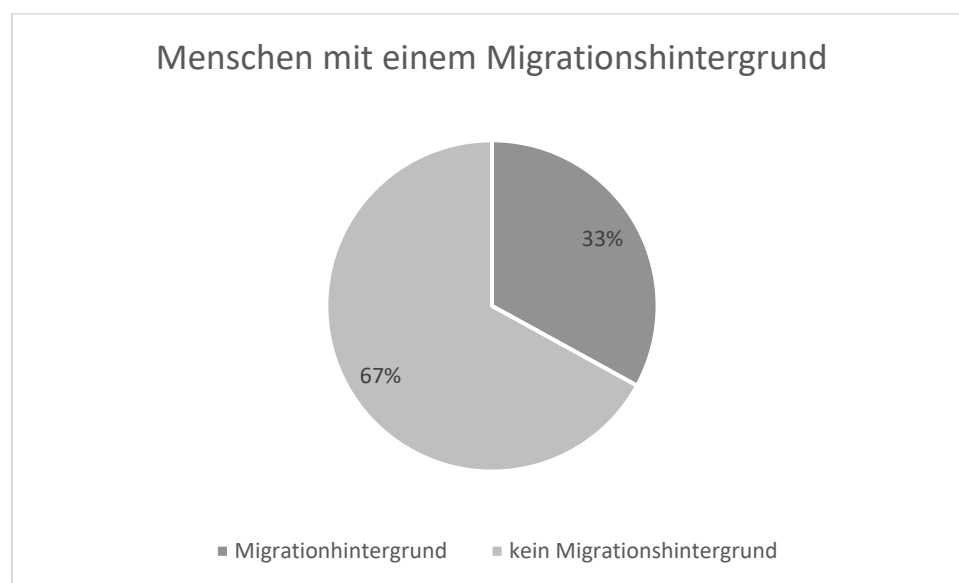
<sup>6</sup>Vgl. EXIST 2019.

*eben zu vernetzten mit Frauen, die das gleiche Problem haben, um sich auszutauschen. Ich glaube das ist immer eine gute Sache“ (I5)*

Interessant ist zudem, dass bei der Frage: „Nennen Sie in drei Adjektiven, was einen Gründer aus Ihrer Sicht erfolgreich macht?“ 50% der Gründerinnen und keiner der Gründer Leidenschaft als Adjektiv genannt haben.

#### 1.9 Menschen mit Migrationshintergrund

Anhand der Nachnamen der interviewten Gründer wurde ausgewertet, wie viele davon einen Migrationshintergrund aufweisen. Die ermittelte Anzahl beträgt vier. Somit weisen 33% der befragten Gründer einen Migrationshintergrund auf.



*Diagramm 8: Menschen mit Migrationshintergrund*

Es lässt sich vermuten, dass ein Vergleich mit eingeschriebenen Studierenden an der TH-Lübeck der Anteil an ausländischen Gründen proportional betrachtet, hoch ist. Diese Vermutung lässt sich aufgrund von nicht verfügbaren Daten bezüglich eingeschriebenen Studenten mit Migrationshintergrund nicht eindeutig belegen. Sie würde jedoch zu der Erhebung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie passen. Demnach liegt die Quote bei Gründungen durch Menschen mit Migrationshintergrund bei 1,3 Gründungen pro 100 Personen und bei Gründungen durch Deutsche bei 0,2 Gründungen pro 100 Personen.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Vgl. Leicht, René, et al. 2017, S. 4.

## 1.10 Umsätze

Die Umsätze wurden anhand der Frage: „*Wieviel Umsatz machen Sie jetzt im Jahr?*“ ermittelt. Dabei zeigt sich ein heterogenes Gesamtbild. (Diagramm 9)

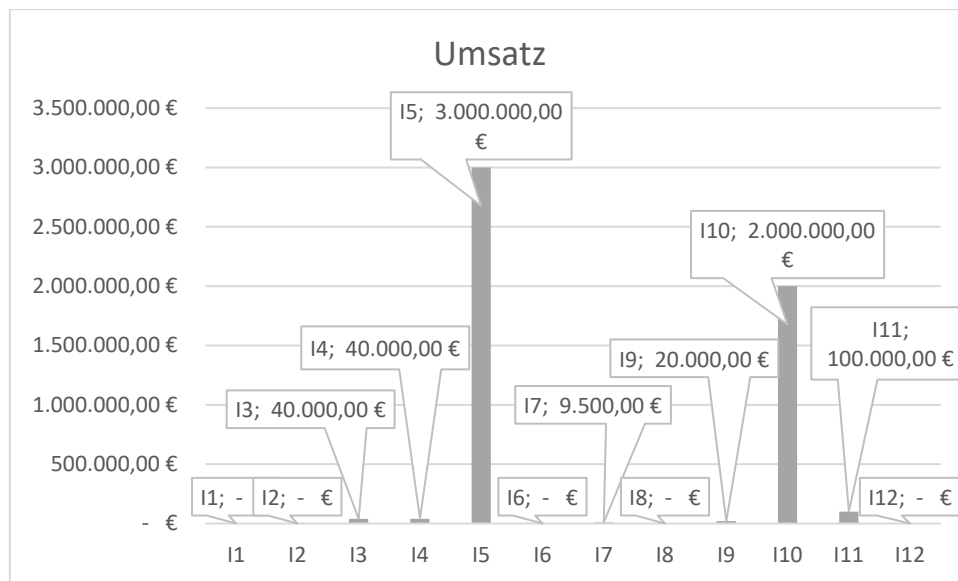


Diagramm 9: Umsätze

Die Gründungen I1, I2, I6, I8 und I12 weisen keine Umsätze auf. Das lässt sich damit erklären, dass es sich bei den Gründungen I1, I2, I8 und I12 und Neugründungen handelt. Zudem weisen diese auch einen gewissen Grad an Innovation auf, sodass diese als Startups betrachtet werden können. Bei I6 handelt es sich um eine gescheiterte Gründung.

Die Unternehmen I5 mit einem Umsatz von 3 Millionen € und I10 mit einem Umsatz von 2 Millionen € stechen in dem Vergleich besonders hervor. Bei I5 handelt es sich um ein seit mehreren Jahrzehnten bestehendes Familienunternehmen. Dadurch lässt sich der hohe Umsatz bei I5 erklären. Bei Unternehmen I10 handelt es sich um ein Corona- Testzentrum in Zürich. Diese Beispiele zeigt auf, dass ein Gründer nicht immer innovativ sein muss, um hohe Umsätze fahren zu können. Er muss auch zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort sein, Das Unternehmen I11 weist einen Umsatz von 100.000,00 € auf. Bei I11 handelt es sich um einem Ein-Mann Unternehmen. Somit ist das Unternehmen, trotz des auf den ersten Blick niedrigen Umsatzes, als erfolgreich anzusehen. Bas Unternehmen I3 weist einen Umsatz von 40.000,00 € auf. Dieses Unternehmen ist neu auf dem Markt und befindet sich auf Expansionskurs. Da es sich um ein Unternehmen aus der Konsumgüterbranche handelt und somit mehr Zeit benötigt wird, einen gewissen Bekanntheitsgrad zu erlangen ist davon auszugehen, dass der Jahresumsatz in den nächsten Jahren steigen wird.

Beim Unternehmen I3 (Schul-Cloud) lag der Jahresumsatz zuletzt bei ca. 40.000,00 €. Das Unternehmen wurde durch die TraveKom (Stadtwerke Lübeck) aufgekauft. Durch die erhöhten Kapazitäten und der Eingliederung in der Vertriebsstruktur der Stadtwerke Lübeck ist auch hier davon auszugehen, dass der Jahresumsatz steigen wird.

Beim Unternehmen I7 mit einem Jahresumsatz von 9.500,00 € und I9 mit einem Jahresumsatz von 20.000,00 € handelt es sich um im Nebengewerbe ausgeübte Selbstständigkeiten. Daher sind diese Gründungen nicht als Mindererfolgreich anzusehen.

## 1.11 Eigenschaften von Gründungspersönlichkeiten

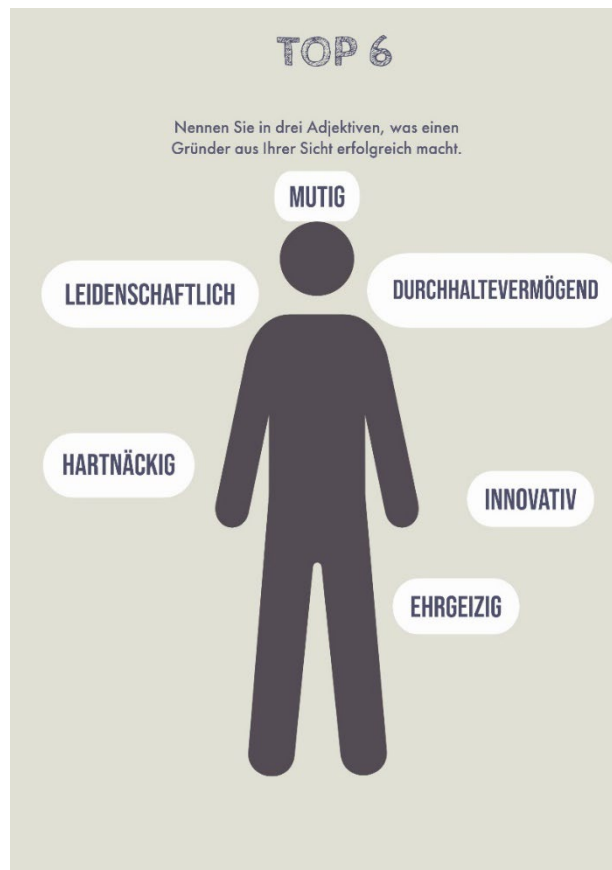


Abbildung 1: Top 6 Eigenschaften

Im Verlauf des Interviews wurde mit der Frage: „Nennen Sie in drei Adjektive, was einen Gründer aus Ihrer Sicht erfolgreich macht.“ die drei wichtigsten Eigenschaften eines Gründers erfragt. Dieses kann dem Institut dabei helfen Gründerpersönlichkeiten zu erkennen und diese gezielt zu fördern. Da es sich bei der Fragestellung um eine offene Frage ohne Vorgaben es handelt ist es besonders interessant, dass es Übereinstimmungen bezüglich der doppelt genannten Adjektive für einen erfolgreichen Gründer gab. Das am meisten genannte Adjektiv mit drei Erwähnung ist „durchhaltevermögend“ gefolgt von den Adjektiven „ehrgeizig“, „leidenschaftlich“, „mutig“, „inovativ“ und „hartnäckig“ mit jeweils zwei Nennungen. Aus den Antworten lässt sich feststellen, dass für jeden Gründer unterschiedliche Fähigkeiten unterschiedliche Gewichtungen haben. Ein Gründer muss ein überaus großes durchhaltevermögen aufweisen um sein Projekt bis zur Realisierung zu verfolgen. (Diagramm 10)



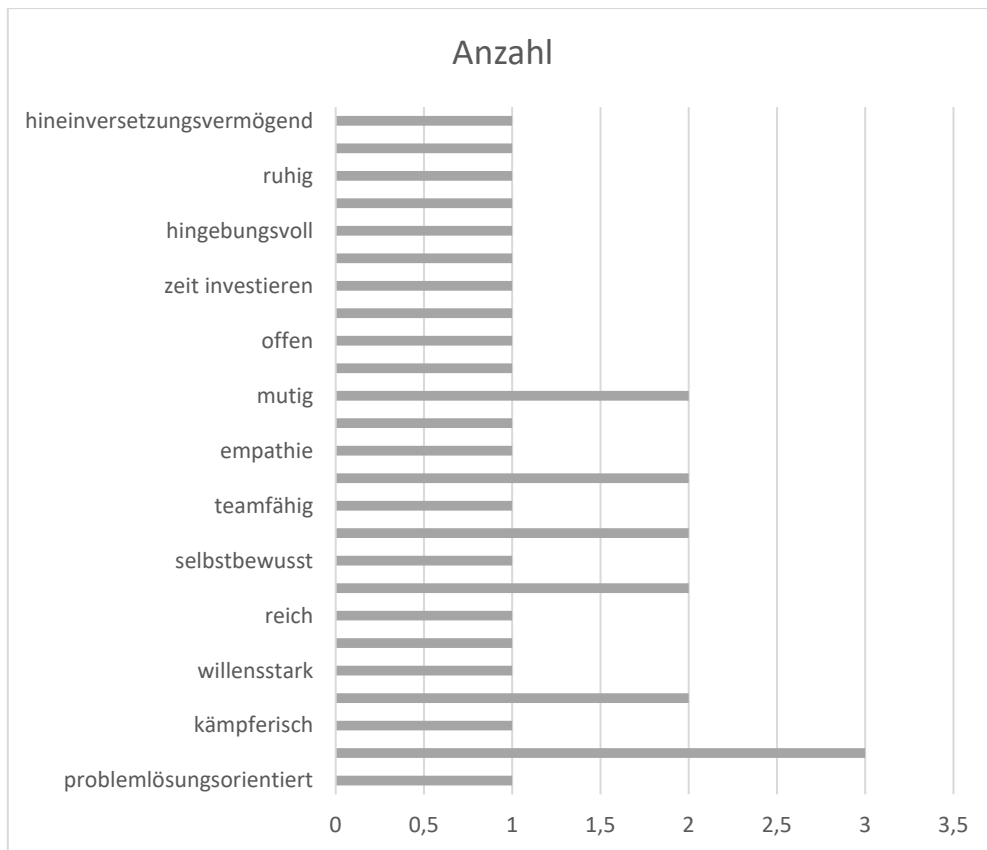


Diagramm 10: Nennungsanzahl der Adjektive

## 1.12 Finanzierung

Laut dem KfW Gründungsmonitor 2022 stellen das finanzielle Risiko und Finanzierungsschwierigkeiten die größten Barrieren für Startups dar. Demnach hatten im Jahr 2021, 31 Prozent der Startups Finanzierungsschwierigkeiten.<sup>8</sup>

Thematisiert wurde das Thema der Finanzierung mithilfe der Frage: „*Wie haben Sie die Finanzierung beschafft?*“. Daraufhin haben viele der befragten Gründer über Finanzierungsprobleme berichtet. Das Unternehmen I6 ist wegen fehlender Finanzierung sogar gescheitert. Die Gründerin beschreibt den Umstand mit den Worten: „*Genau wir haben ja den Gründerpreis gewonnen 10.000 Euro. Das war unser Startkapital, aber die Anschlussfinanzierung die haben wir nicht hingekriegt. Die hat dann noch gefehlt*“ (I6).

Ein weiterer Gründer thematisiert das Thema der Finanzierung mit den Worten: „*Fremdkapital in Deutschland? Fremdkapital in Deutschland ist witzig! Fremdkapital in Deutschland? In Deutschland kriegst du kein Fremdkapital. Es sei denn du hast irgendeine Idee keine Ahnung ein fliegendes Taxi, das gleichzeitig CO2 absorbiert und dabei Rohöl produziert und als*

<sup>8</sup> Vgl. Metzger 2022, S.8.

*Abfallprodukt noch Goldstaub erzeugt, dann kriegst du eventuell, wenn du ganz viel Glück hast oder wenn du ein FinTech hast, dann kriegst du eine Finanzierung.“(I3).*

Gemeinsam haben beide Gründer, dass diese parallel zum Studium gegründet haben. Es zeigt sich also, dass besonders Unternehmen, welche durch Studenten gegründet werden, ein Finanzierungsproblem haben. Das lässt sich dadurch erklären, dass Studenten über keine bzw. wenig Rücklagen verfügen. Zudem ist es für Studenten besonders schwierig Fremdkapital aufgrund von fehlendem bzw. geringem Einkommen und geringen Sicherheiten, zu erhalten.

## 2 Analyseergebnisse der Kontakte der Gründer zum Gründungsinstitut

In diesem Abschnitt wird speziell auf die Kontakte der Gründer zum Gründungsinstitut eingegangen. Aus den ermittelten Ergebnissen werden Empfehlungen abgegeben.

### 2.1 Bewertung des Angebotsportfolios

Zur Bewertung des Angebotsportfolios des IEBD wurde die Frage: „*Welches Veranstaltungsformat des IEBD hat Ihnen am meisten geholfen und warum?*“ gestellt. Bei der anschließenden Auswertung der Ergebnisse kam heraus, dass 59% der Gründer oder sieben Gründern das Veranstaltungsformat des Mittwochtreffs am meisten geholfen hat. Namentlich wurden jeweils mit einer Nennung der Ideenpitch, ein IHK-Vortrag zum Thema Vertriebsgrundlagen, ein Vortrag zum Thema Konfliktgespräche und ein Vortrag zum Thema Patent und Markenrecht genannt. Die persönliche Beratung hat 33% der Gründer oder vier Gründern am meisten geholfen. Die Startup Journey wurde bei einem Gründer oder 8% der Gründer genannt. (Diagramm 11) Damit wird deutlich, dass der Mittwochstreiff als Veranstaltung sehr hilfreich für die Gründung des eigenen Unternehmens ist. Dieses sollte deshalb weiterhin beibehalten werden. Da es sich bei den befragten Gründern um eine kleine Anzahl der Besucher des Mittwochstreiffs handelt, sollte eine repräsentative Befragung anhand einer gesonderten Befragung aller Gründer der TH-Lübeck durchgeführt werden.

Die persönliche Beratung wurde oft genannt. Dabei wurde sehr oft Prof. Dr. Klein erwähnt. Da die Gründer die persönliche Beratung als sehr hilfreich empfunden haben, sollte dieses weiterhin stattfinden. Die Startup Journey wurde trotz der geringen Anzahl an interviewten Gründern einmal genannt, daher sollte die Startup Journey weiterhin beibehalten werden.

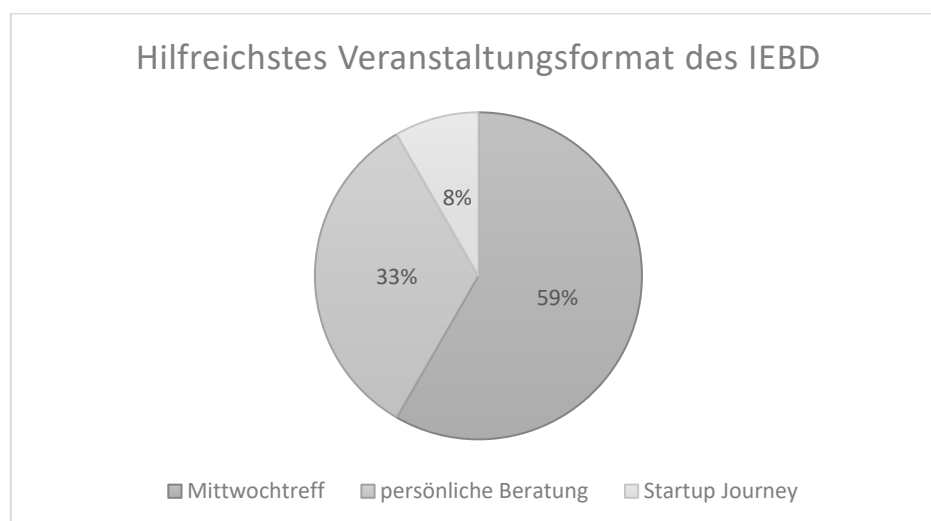


Diagramm 11: Hilfreichstes Veranstaltungsformat des IEBD

## 2.2 Veranstaltungsempfehlung

Zur Verbesserung des Angebotsportfolio des IEBD wurde die Frage: „*Welche Veranstaltungen würden Sie sich für künftige Gründer vom GründerCube Beratungsteam wünschen?*“ gestellt. Da es sich um eine offene Frage handelt, waren Mehrfachnennungen möglich. Bei der anschließenden Auswertung wurden die Aussagen in Kategorien zusammengefasst. Der größte Verbesserungsvorschlag mit fünf Nennungen ist das Netzwerktreffen. Beim Netzwerktreffen wollen die Gründer ihr Netzwerk erweitern und andere Unternehmer und Gründungsunterstützer kennenlernen. Mit jeweils zwei Nennungen folgen der Vorschlag BWL-Themen-Veranstaltungen und der Wunsch des Angebots von Baukastenhomepagekursen anzubieten. Die BWL-Themen sind laut den Gründern vor allem für Gründer aus nicht wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen wichtig. Mit jeweils eine Nennung folgen der Vorschlag des Einsatzes von externen Beratern zu den rechtlichen und strategischen Themen, ein Investorenmeeting, eine Nachfolge Informationsveranstaltung, ein Crashkurs zur Ausgründung und online Veranstaltungen. (Diagramm 11) Trotz der einfachen Nennung sollten diese Vorschläge nicht weniger berücksichtigt werden. Sie sollten vielmehr als Impuls für den Angebot neuer Veranstaltungsformate oder die Integration der Themen in den bereits stattfindenden Veranstaltungsformaten dienen.

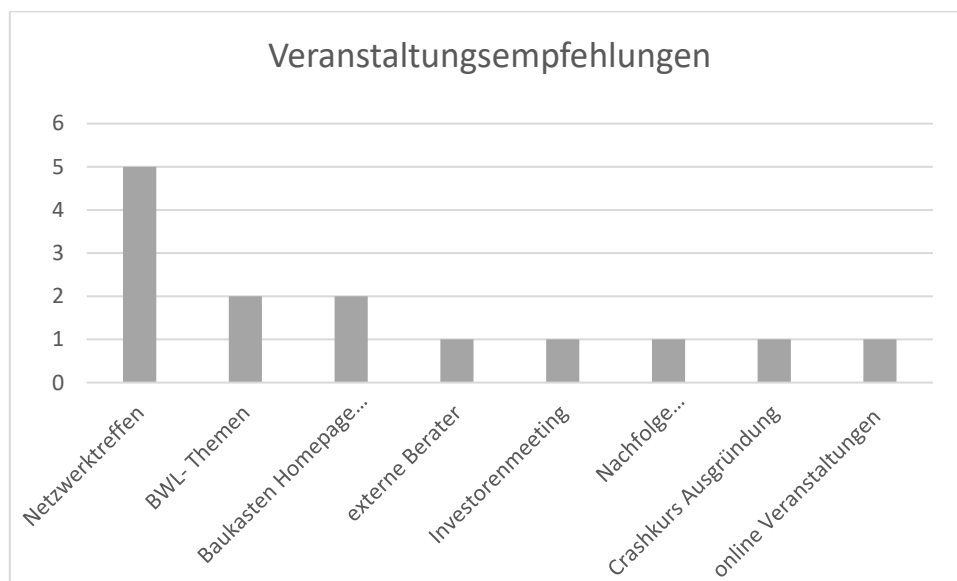


Diagramm 12: Veranstaltungsempfehlungen

### 3 Literaturverzeichnis

Bundesverband Deutsche Startups. (2021): Einschätzung des Einflusses verschiedener Digitalisierungsvorhaben auf das Geschäftsmodell von Startups in Deutschland im Jahr 2021<sup>1</sup> [Graph]. in Statista. Online verfügbar unter <https://ssl.th-luebeck.de:11001/statistik/daten/studie/1072934/umfrage/umfrage-zum-einfluss-von-digitalisierungsvorhaben-bei-startups-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 07.06.2022.

EXIST (2019): IP-Transfer von Hochschulen auf Start-ups: EXIST-Teams berichten. Hg. v. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Online verfügbar unter [https://www.exist.de/EXIST/Redaktion/DE/Aktuelles/Im-Fokus/recht\\_ip-transfer-von-hochschulen-auf-start-ups-exist-teams-berichten.html](https://www.exist.de/EXIST/Redaktion/DE/Aktuelles/Im-Fokus/recht_ip-transfer-von-hochschulen-auf-start-ups-exist-teams-berichten.html), zuletzt geprüft am 03.07.2022.

KfW (2021): Verteilung der Unternehmensgründer in Deutschland nach Geschlecht von 2004 bis 2020. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://ssl.th-luebeck.de:11001/statistik/daten/studie/183846/umfrage/unternehmensgruender-nach-geschlecht-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 23.06.2022.

Leicht, René, et al. (2017): Gründungspotenziale von Menschen mit ausländischen Wurzeln: Entwicklungen, Erfolgsfaktoren, Hemmnisse. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Hg. v. Institut für Mittelstandsforschung. Mannheim. Online verfügbar unter [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/gruendungspotenziale-menschen-auslaendische-wurzeln.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=13](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/gruendungspotenziale-menschen-auslaendische-wurzeln.pdf?__blob=publicationFile&v=13), zuletzt geprüft am 03.07.2022.

Metzger, Georg (2022): KfW-Gründungsmonitor 2022. Gründungstätigkeit 2021 zurück auf Vorkrisenniveau: mehr Chancengründungen, mehr Jüngere, mehr Gründerinne. Frankfurt am Main: KfW Bankengruppe Abteilung Volkswirtschaft (KfW-Gründungsmonitor, 2022). Online verfügbar unter <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2022.pdf>, zuletzt geprüft am 03.07.2022.

Prof. Dr. Désirée H. Ladwig (2022): Absolventinnen, 10.06.2022. E- Mail an Reshad Aziri.

Prof. Dr. Florian Täube (2022): RKW-Magazin. Nachhaltigkeit. In: *RKW-Magazin* (1), S. 74–77. Online verfügbar unter <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/publikationen/rkw-magazin/rkw-magazin-nachhaltigkeit/>, zuletzt geprüft am 03.07.2022.

Statistisches Bundesamt (2022): Anteil der Wirtschaftszweige an der Bruttowertschöpfung<sup>1</sup> in Deutschland im Jahr 2021. in Statista. Online verfügbar unter <https://ssl.th-luebeck.de:11001/statistik/daten/studie/36846/umfrage/anteil-der-wirtschaftsbereiche-am-bruttoinlandsprodukt/>, zuletzt geprüft am 06.06.2022.

# Anhang Gesamtergebnis umsatzgenerierender Unternehmen

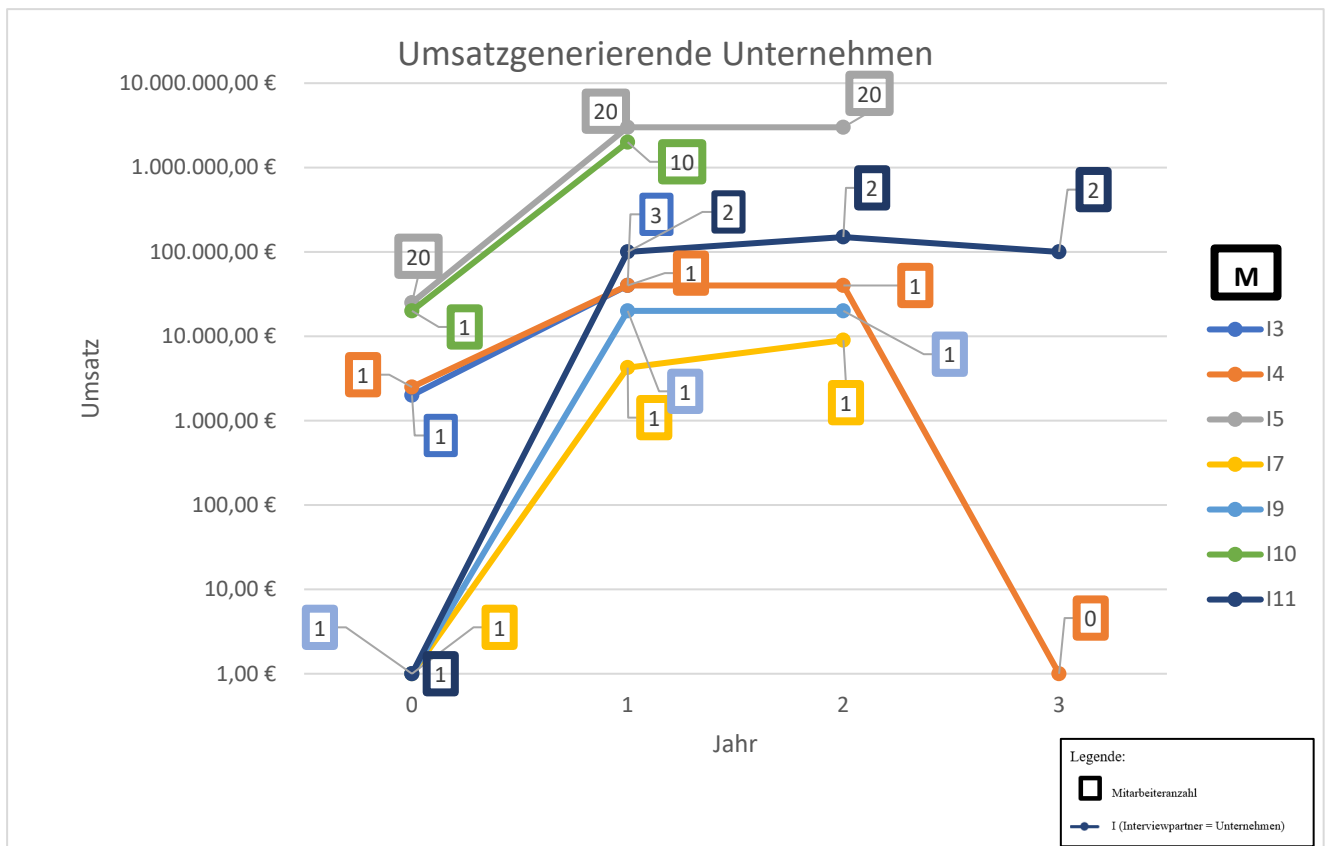


Diagramm 13: Umsatzgenerierende Unternehmen