

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

Das Gründerpanel des IfM Bonn - Konzeption und Nutzungsmöglichkeiten

von

Peter Kranzusch und Rosemarie Kay

IfM-Materialien Nr. 208

Bonn, im Mai 2011



Materialien

Impressum

Herausgeber

Institut für Mittelstandsforschung Bonn
Maximilianstr. 20, 53111 Bonn
Telefon + 49/(0)228/72997-0
Telefax + 49/(0)228/72997-34
www.ifm-bonn.org

Ansprechpartner

Peter Kranzusch
Rosemarie Kay

IfM-Materialien Nr. 208
ISSN 2193-1852 (online)
ISSN 2193-1844 (print)

Bonn, Mai 2011

Das IfM Bonn ist eine Stiftung des privaten Rechts.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



Inhalt

| | |
|---|----|
| Verzeichnis der Abbildungen | II |
| Verzeichnis der Tabellen | II |
| Verzeichnis der Übersichten | II |
| 1 Einleitung | 1 |
| 2 Erhebungsdesign | 3 |
| 3 Aufbau des Gründerpanels des IfM Bonn | 5 |
| 3.1 Paneldesign | 5 |
| 3.2 Umfang des Panels | 7 |
| 3.2.1 Welle A: Messebefragungen | 7 |
| 3.2.2 Wellen B und C: Follow-up-Befragungen der Gründungsplaner | 8 |
| 3.2.3 Wellen D bis G: Follow-up-Befragungen der Gründungsunternehmen | 10 |
| 3.3 Angaben zur Repräsentativität des Panels und zur Adressqualität | 10 |
| 4 Überblick über die Erhebungsmerkmale | 12 |
| 5 Auswertungsmöglichkeiten und ausgewählte Veröffent- lichungen | 16 |
| 5.1 Querschnittsanalysen | 16 |
| 5.2 Längsschnittanalysen | 17 |
| 6 Datenzugang | 18 |
| 7 Ausblick | 19 |
| Anhang | 20 |
| Literatur | 29 |

Verzeichnis der Abbildungen

| | | |
|--------------|--|----|
| Abbildung 1: | Aufbau des Panels der Gründungsplaner | 6 |
| Abbildung 2: | Aufbau des Panels der Gründungsunternehmen | 7 |
| Abbildung 3: | Zusammensetzung des Panels der Gründungsplaner: Welle A bis C, Stand: Mai 2010 | 9 |
| Abbildung 4: | Zusammensetzung des Panels der Gründungsunternehmen: Wellen D bis G, Stand: Mai 2010 | 10 |

Verzeichnis der Tabellen

| | | |
|------------|--|----|
| Tabelle 1: | Grunddaten der Besucherbefragungen des IfM Bonn auf den einbezogenen Gründungsmessen | 8 |
| Tabelle 2: | Adressqualität in den Wellen B bis G, Stand: Mai 2010 | 11 |

Verzeichnis der Übersichten

| | | |
|--------------|---|----|
| Übersicht 1: | Regelmäßig erhobene Merkmale in Welle A | 12 |
| Übersicht 2: | In Messebefragungen erhobene Sonderthemen | 14 |

1 Einleitung

Erfolgreiche Gründungsunternehmen zwingen etablierte Unternehmen zu Innovationsanstrengungen und Effizienzsteigerungen, sei es durch neue Produkte und Dienstleistungen oder Produktionsprozesse. Damit treiben sie den strukturellen Wandel voran und steigern die Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft (vgl. z.B. GÜNTERBERG et al. 2010, S. 39). Aufgrund ihrer großen volkswirtschaftlichen Bedeutung haben Gründungen seit langem das Forschungsinteresse auf sich gezogen. Ein Schwerpunkt stellt dabei die Erforschung der Faktoren dar, die die Entstehung neuer Unternehmen begünstigen oder behindern. Neben einem eher makroökonomisch orientierten Forschungsstrang hat sich auch ein mikroökonomisch orientierter herausgebildet, der sich mit der Gründungsentscheidung befasst.

Dieser Forschungsansatz hat wesentliche Beiträge zum Verständnis individueller Gründungsentscheidungen geleistet. Gleichwohl ist zu konstatieren, dass dieser Ansatz mit einem methodischen Problem behaftet ist, das daraus resultiert, dass Gründer üblicherweise erst dann empirisch erfasst werden, wenn die Gründung bereits vollzogen wurde. Die Prozesse, die dem vorausgegangen sind, können so bestenfalls retrospektiv erhoben werden, was die Gefahr eines *Recall Bias*, sprich Verzerrungen infolge der nachträglichen Betrachtung, in sich birgt. Ein weiterer Nachteil dieser Vorgehensweise ist, dass an einer Gründung Interessierte, die sich am Ende gegen eine Gründung entscheiden, nicht identifiziert und untersucht werden können. Ein wesentlicher Ausschnitt der sich in der so genannten Vorgründungsphase abspielenden Prozesse wird damit ausgeblendet. Die Ergebnisse dieserart Forschung weisen somit einen *Survivor Bias* auf.

Um den beschriebenen Problemen begegnen zu können, bedarf es einer Datenquelle, die im weitesten Sinne Gründungsinteressierte möglichst früh im Gründungsprozess erfasst und sie über die verschiedenen Phasen des Gründungsprozesses hinweg begleitet. Hier stellt sich nun die Frage der Identifikation dieses Personenkreises (vgl. REYNOLDS 1997). Eine Möglichkeit besteht darin, im Rahmen einer allgemeinen Bevölkerungsbefragung das Gründungsinteresse der Befragten zu erheben.¹ Dies ist - wegen des vergleichsweise

¹ Dieser Ansatz wird u.a. im KfW-Gründungsmonitor und im Global Entrepreneurship Monitor (GEM) verfolgt. Während im KfW-Gründungsmonitor Gründer identifiziert werden (vgl. z.B. KOHN et al. 2010, S. 3), sind es im GEM Gründer und Personen, die gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen (sogenannte Nascent Entrepreneurs) (vgl. u.a. BRIXY

geringen Anteils Gründungsgeneigter in der Bevölkerung² - mit relativ hohen Kosten verbunden. Eine andere Möglichkeit liegt in der Nutzung von Gründungsberatungseinrichtungen, an die sich Jahr für Jahr eine große Zahl von Gründungsinteressierten wendet.³ Diese Einrichtungen könnten dafür gewonnen werden, mit Einverständnis der Beratenen deren Adressen zu sammeln und für Befragungszwecke zur Verfügung zu stellen. Aber auch dieses Vorgehen ist mit hohem Aufwand verbunden. Eine weniger aufwändige Möglichkeit stellt schließlich die Befragung von Besuchern von Gründungsmessen dar. Das IfM Bonn hat im Jahr 2003 erstmals letztgenannten Weg beschritten, um die Basis für sein Gründerpanel zu schaffen.

Das Gründerpanel des IfM Bonn ist die erste und derzeit einzige umfassende Datenquelle in Deutschland, die die Untersuchung des Übergangs von Gründungsinteresse zu Gründungsvollzug ermöglicht.⁴ Auf diese Weise kann eine große Forschungslücke (vgl. VAN GELDEREN et al. 2005, S. 365, BRIXY et al. 2008, S. 5) geschlossen werden.

Im vorliegenden Beitrag werden zum einen das Erhebungsdesign und die Struktur des Gründerpanels des IfM Bonn und zum anderen seine Auswertungs- und Zugangsmöglichkeiten vorgestellt.⁵

et al. 2010, S. 36). Beim KfW-Gründungsmonitor wie dem GEM handelt es sich um Querschnittsbefragungen. Im Rahmen des GEM wurden zwischen 2006 und 2009 halbjährliche Wiederholungsbefragungen durchgeführt. In 2009 lagen im German Panel of Nascent Entrepreneurs für 158 werdende Gründer Informationen aus zwei Wiederholungsbefragungen vor (vgl. BRIXY et al. 2010, S. 28, BRIXY/STERNBERG 2011). Die Wiederholungsbefragungen wurden zwischenzeitlich eingestellt.

² Der GEM hat im Jahr 2010 unter den 18-64-Jährigen einen Anteil von 4,2 % (werdender) Gründer ermittelt (vgl. BRIXY et al. 2011, S. 10).

³ Allein die Industrie- und Handelskammern haben im Jahr 2009 mehr als 360.000 sogenannte Einstiegsgespräche mit Gründungsinteressierten geführt (vgl. DIHK 2010, S. 1).

⁴ In den USA liegen mit den Panel Studies of Entrepreneurial Dynamics (PSED) I und II zwei Panels vor, die ebenfalls die Vorgründungsphase abdecken. PSED I wurde im Zeitraum 1998-2000 und PSED II im Zeitraum 2005-2008 erhoben (vgl. REYNOLDS/CURTIS 2008, S. 168). Ähnliche Projekte wurden in Argentinien (vgl. De REARTE et al. 1998), Australien (DAVIDSSON/STEFFENS 2011), Canada (DIOCHON et al. 2011), China (ZHANG et al. 2011), Lettland (DOMBROVSKY et al. 2011), den Niederlanden (VAN GELDEREN 2000, HESSELS/VAN GELDEREN 2011), Norwegen (ALSOS/KOLVEREID 2011) und Schweden (DELMAR/DAVIDSSON 2000, SAMUELSON 2011) durchgeführt. Das German Panel of Nascent Entrepreneurs wurde wegen zu geringer Fallzahlen wieder eingestellt.

⁵ Wir danken Sebastian Gensch für die Auswertung der Grunddaten des Gründerpanels sowie Nadine Schlömer und Stefan Schneck für hilfreiche Kommentare.

2 Erhebungsdesign

Das IfM Bonn hat sich also Gründungsmessen zu Nutze gemacht, um Zugang zu Menschen zu finden, die Interesse an einer Unternehmensgründung haben, die Gründung aber noch nicht abgeschlossen haben. Messen haben dabei den großen Vorteil, dass sie den Kontakt zu einer großen Zahl solch gründungsinteressierter Personen ermöglichen. Gründungsmessen finden seit den 1990er Jahren in verschiedenen Metropolregionen Deutschlands statt und bieten Gründungsinteressierten Informationen und Beratung an. In den Jahren 2003 bis 2006, in denen die Gründungswelle aufgrund der staatlichen Förderung von Gründungen aus der Arbeitslosigkeit ihren Höhepunkt erreichte (vgl. u.a. GÜNTERBERG et al. 2010, S. 67), zählten die Messeveranstalter in Berlin, Essen und Stuttgart jeweils mehr als 10.000 Besucher. In den Folgejahren waren nicht nur rückläufige Gründungszahlen zu beobachten, sondern auch ein abnehmendes Besucherinteresse. Die drei genannten Messen erreichen nunmehr jeweils noch etwa 5.000 Besucher. Gleichwohl stellen die besucherstarken Gründungsmessen weiterhin einen effizienten Weg dar, in Kontakt mit gründungsinteressierten Personen zu treten.

Für die Erhebungen wurden Messeveranstaltungen ausgewählt, für die eine möglichst hohe Besucherzahl zu erwarten war und bei denen die Veranstalter keine Einwände gegen eine Besucherbefragung hatten.⁶ Veranstaltungen, auf denen nur wenige gründungsgeneigte Personen für die Befragung gewonnen werden konnten, wurden anschließend nicht mehr vom IfM Bonn besucht.⁷ Das Ziel, möglichst alle Regionen in Deutschland abzudecken, konnte nicht realisiert werden, weil nicht in allen Bundesländern solche Veranstaltungen (mit ausreichender Besucherzahl) stattfinden.⁸ Bis Ende 2010 hat das IfM Bonn insgesamt 24 Messeveranstaltungen an sieben Standorten - Bremen, Berlin, Dresden, Essen, Frankfurt a.M., Nürnberg und Stuttgart - besucht.

⁶ Das IfM Bonn dankt den beteiligten Messeveranstaltern (u.a. asfc Fürth, beewell Business Events Frankfurt a.M., IBB und ILB), dem BMWi und den Wirtschaftsministerien in Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Bremen und Nordrhein-Westfalen für die Unterstützung unserer Befragungen.

⁷ Dies trifft auf die Messen in Frankfurt am Main und Bremen zu, die vergleichsweise geringe Besucherzahlen aufweisen. Bei der "Karrierestart" in Dresden liegt der Fall etwas anders. Diese Messe dient auch der allgemeinen Berufsberatung. Sie zieht deswegen durchaus eine größere Zahl von Besuchern an, allerdings vergleichsweise wenige Gründungsinteressierte.

⁸ Infolgedessen dominieren Besucher der Messen Berlin, Essen und Stuttgart das Gründerpanel des IfM Bonn.

Die Befragungen wurden vom IfM selbst oder in Kooperation mit den jeweiligen Messeveranstaltern durchgeführt. Die Messebesucher wurden dabei nach dem Zufallsprinzip von Interviewern⁹ angesprochen und um die Beantwortung eines schriftlichen Fragebogens gebeten. Die Besucher füllten diesen Fragebogen, der in der Regel zwei, in Ausnahmefällen aber auch bis zu vier Seiten umfasste, zumeist eigenständig aus.

Um die Messebesucher später erneut befragen zu können, werden sie während der Messe um die Angabe ihrer Adresse gebeten. Von rund 57 % aller bisher befragten Besucher liegt eine Adresse vor.

Im Abstand von etwa einem Jahr werden diese Messebesucher erstmals angeschrieben, um in Erfahrung zu bringen, wie sich die Gründungspläne entwickelt haben, warum Gründungsvorhaben möglicherweise aufgegeben wurden und mit welchen Problemen die Gründungsinteressierten konfrontiert waren. Diese postalischen Befragungen werden - wiederum jeweils mit einem Abstand von etwa einem Jahr - bis zu fünf Mal wiederholt. Die Fragebogen umfassen i.d.R. zwei Seiten.¹⁰

⁹ Bei den Interviewern handelt es sich i.d.R. um Studenten. Sie werden vor der Messebefragung geschult. Hinsichtlich der Auswahl der Messebesucher werden keine Vorgaben gemacht.

¹⁰ Dem Fragebogen ist ein freigemachter Rückumschlag beigelegt. Antworten die Befragten nicht, wird etwa nach vier Wochen ein Erinnerungsschreiben versandt.

3 Aufbau des Gründerpanels des IfM Bonn

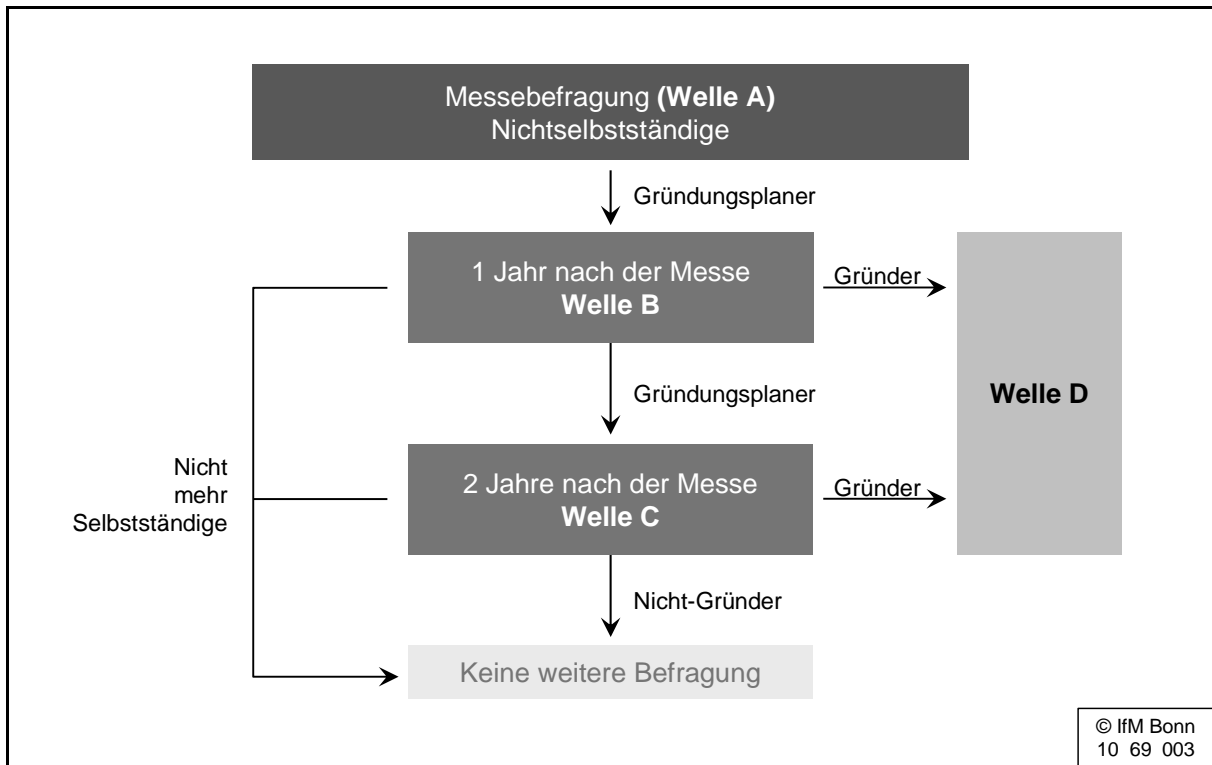
3.1 Paneldesign

Gründungsmessen richten sich nicht nur an Gründungsinteressierte. Sie werden auch von Unternehmern besucht, die sich zumeist erst wenige Monate oder Jahre vor dem Messebesuch selbstständig gemacht haben. Aufgrund des Zufallsprinzips bei der Ansprache von Messebesuchern gelangen beide Personengruppen in die Befragungen. Sie werden nach der Datenerfassung getrennt.¹¹ Dafür wird das Gründerpanel des IfM Bonn in zwei Sub-Panel unterteilt, das Panel der Gründungsplaner (vgl. Abbildung 1) und das Panel der Gründungsunternehmen (vgl. Abbildung 2). Die nichtselbstständigen Messebesucher werden dem Panel der Gründungsplaner zugewiesen, die bereits selbstständigen Messebesucher dem Panel der Gründungsunternehmen.

Die Messebefragungen bilden in beiden Panels die Welle A. Die Gründungsplaner werden in Welle B um Auskunft zum Stand ihrer Gründungspläne gebeten. Wer in der Zwischenzeit seine Gründungspläne nicht umgesetzt hat, wird ein Jahr später (bzw. zwei Jahre nach der Messebefragung) in Welle C erneut zur Umsetzung der Gründungspläne befragt. Wer dann weiterhin nicht gegründet hat, wird zukünftig nicht weiter befragt. Wer hingegen im ersten oder im zweiten Jahr nach der Messe den Schritt in die Selbstständigkeit vollzogen hat und weiterhin selbstständig tätig ist, wird in die Follow-up-Befragungen für Gründer überführt, die mit Welle D beginnen. Wer seine Selbstständigkeit jedoch bereits vor der Befragung in Welle B oder C wieder aufgegeben hat, wird zukünftig nicht weiter befragt.

¹¹ Der Fragebogen enthält dazu eine Filterfrage. Sie lautete zunächst "Haben Sie bereits gegründet?", wurde in der Folgezeit in eine umfassendere Beschreibung umgewandelt und lautet nunmehr: "Sind Sie zur Zeit bereits selbstständig oder freiberuflich erwerbstätig?". 65,8 % aller im Zeitraum 2003 bis 2010 erfassten Besucher verneinten dies, d.h. sie waren zum Messezeitpunkt weder im Neben- noch im Haupterwerb selbstständig tätig. Der Anteil an Nichtselbstständigen unter den Besuchern variiert nur geringfügig zwischen den einbezogenen Messen.

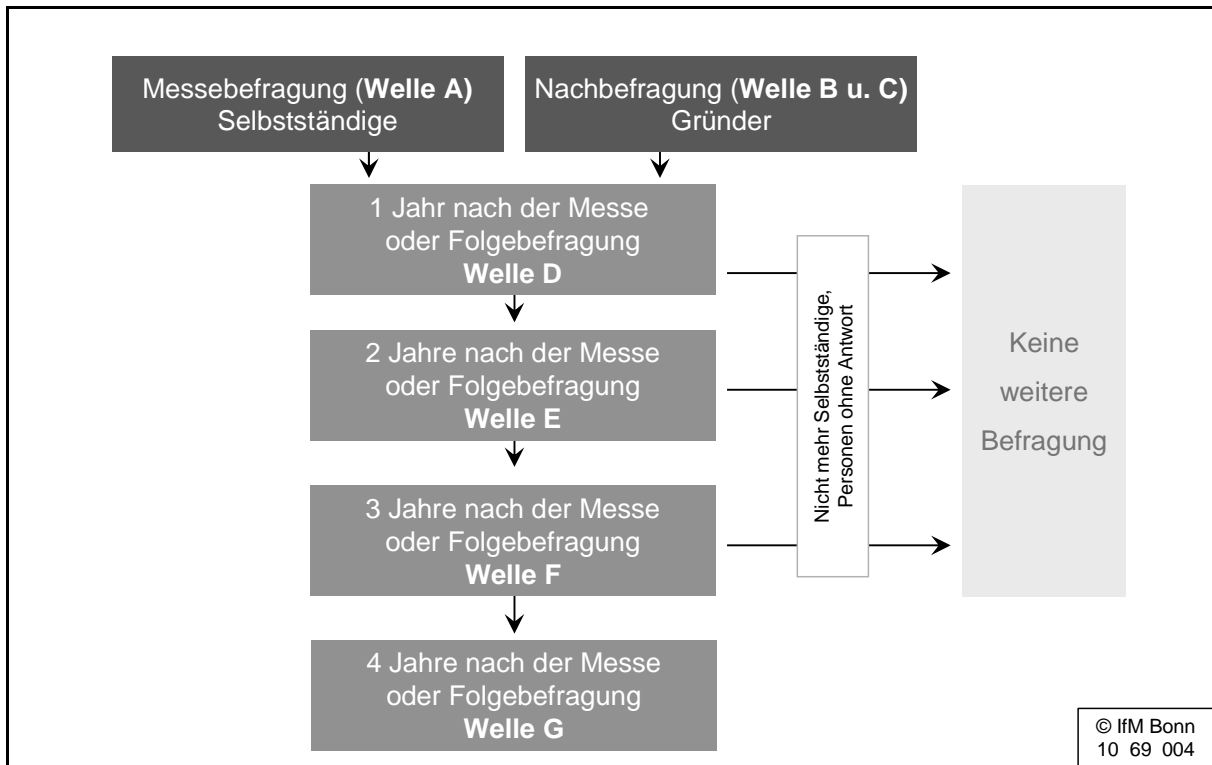
Abbildung 1: Aufbau des Panels der Gründungsplaner



Das Panel der Gründungsunternehmen setzt auf den Angaben derjenigen auf, die während der Messe bereits selbstständig waren (Welle A) oder sich bis zur Welle B oder C selbstständig gemacht haben. Dieser Personenkreis wird in den Wellen D bis G jährlich zur Entwicklung des Unternehmens befragt.¹² Selbstständige, die nicht mehr antworten oder ihre Tätigkeit beendet haben, werden im Folgejahr nicht mehr angeschrieben.

¹² Die bereits selbstständigen Besucher der Messen Essen 2003, Dresden 2004 und Berlin 2004 wurden erst zwei Jahre nach Messebesuch erneut befragt. Bei ihnen kam ein Fragebogen zum Einsatz, der weniger Fragen als der ab August 2006 verwendete Fragebogen der Welle D enthielt. Dieser verkürzte Fragebogen wurde auch für die in Welle B identifizierten Gründer der drei genannten Messen genutzt. Seit August 2006 entspricht das Paneldesign dem in Abbildung 2 wiedergegebenen.

Abbildung 2: Aufbau des Panels der Gründungsunternehmen



Das Gründerpanel des IfM Bonn kann somit Gründungsinteressierte, die innerhalb von zwei Jahren nach dem Messebesuch ihre Gründungspläne umgesetzt haben und an allen Follow-up-Befragungen teilnehmen, über fünf bzw. sechs Jahre hinweg verfolgen. Die zum Zeitpunkt der Messebefragung bereits selbstständigen Messebesucher können bei entsprechender Beteiligung an den Nachbefragungen dagegen über vier Jahre hinweg beobachtet werden.

3.2 Umfang des Panels

3.2.1 Welle A: Messebefragungen

Die nachfolgenden Angaben beziehen sich auf den Stand Mai 2010. Bis dahin hatte das IfM Bonn 22 Gründungsmessen besucht und dabei 13.475 Personen befragt (vgl. Tabelle 1). Der Anteil der Befragten an allen Messebesuchern liegt zwischen 2 % (Dresden 2004)¹³ und 23 % (Nürnberg 2007). Im Durchschnitt aller Messen wurde eine Teilnahmequote von rd. 8 % erreicht.

¹³ Hierbei handelt es sich um eine Veranstaltung für Gründungs- und Weiterbildungsinteressierte sowie Berufsanfänger, so dass der Fragebogen nicht für jeden Besucher relevant war.

Tabelle 1: Grunddaten der Besucherbefragungen des IfM Bonn auf den einbezogenen Gründungsmessen

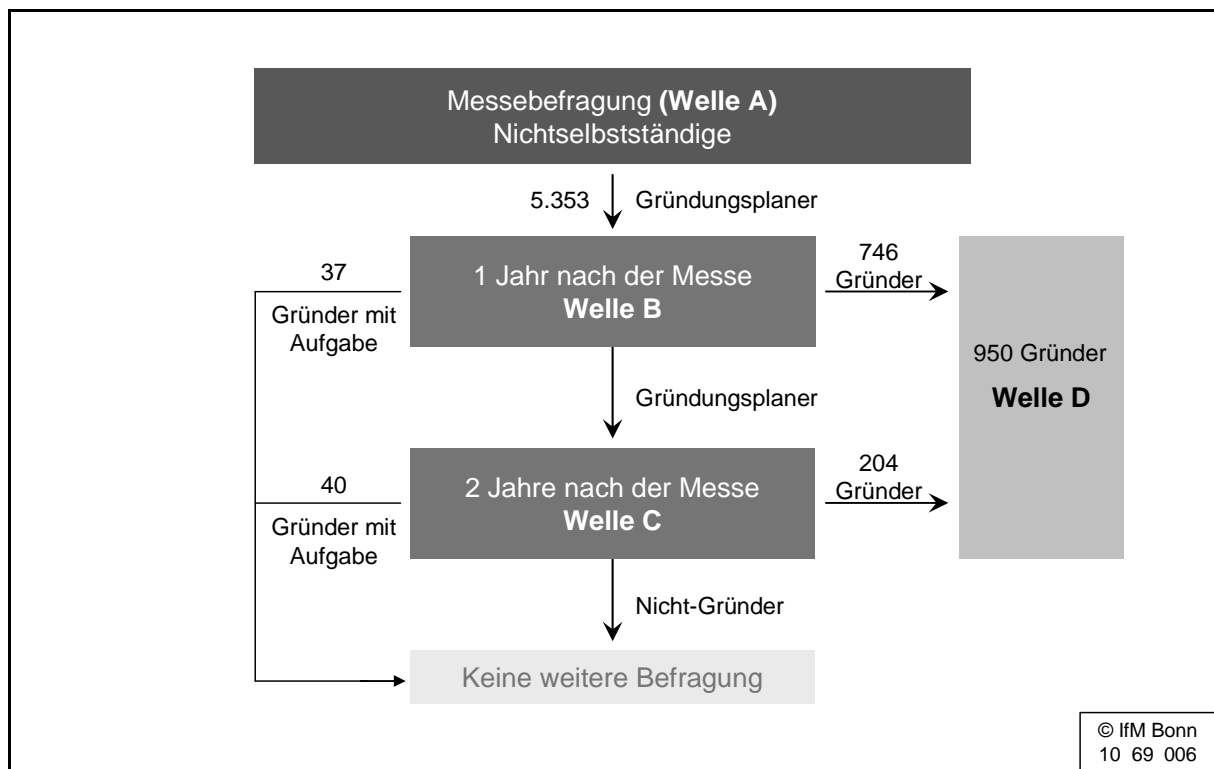
| Jahr | Ort | Zahl der Messebesucher | Zahl der befragten Besucher | Stichprobe in % |
|-----------|----------------|------------------------|-----------------------------|-----------------|
| 2003 | E | 12.000 | 1.363 | 11,4 |
| 2004 | B, D, E, S | 49.500 | 3.030 | 6,1 |
| 2005 | B, BR, E | 25.100 | 1.636 | 6,5 |
| 2006 | B, E, S | 28.500 | 2.279 | 8,0 |
| 2007 | B, BR, E, F, N | 21.400 | 2.314 | 10,8 |
| 2008 | B, BR, E | 11.300 | 1.335 | 11,8 |
| 2009 | B, E, S | 15.600 | 1.518 | 9,7 |
| Insgesamt | 22 | 163.400 | 13.475 | 8,2 |

B=Berlin, BR=Bremen, D=Dresden, E=Essen, F=Frankfurt a.M., N=Nürnberg, S=Stuttgart

3.2.2 Wellen B und C: Follow-up-Befragungen der Gründungsplaner

Von den 13.475 befragten Messebesuchern waren mehr als 8.900 nicht selbstständig tätig. Davon haben 5.340 eine Adresse angegeben. Während im Mai 2010 die Follow-up-Befragungen der Wellen B und ggf. C für die Messebesucher der Jahre 2003 bis 2007 bereits abgeschlossen waren, war für die Messebesucher des Jahres 2008 dem Erhebungsrhythmus entsprechend lediglich die Befragung der Welle B durchgeführt worden. Die Messebesucher des Jahres 2009 waren bis dahin noch nicht wieder befragt worden. Infolgedessen wurden bis Mai 2010 4.409 Messebesucher angeschriebenen (vgl. Abbildung 3), von denen 1.836 den Fragebogen der Welle B ausgefüllt zurückgesandt haben. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 41,6 %.

Abbildung 3: Zusammensetzung des Panels der Gründungsplaner: Welle A bis C, Stand: Mai 2010



783 Befragte der Welle B hatten bis Mai 2010 ein Unternehmen gegründet. Dies entspricht einer Gründungsquote von 42,7 %. 37 Gründer hatten die Selbstständigkeit zum Zeitpunkt der Befragung bereits wieder aufgegeben. Weitere 1.053 Befragte hatten den Schritt in die Selbstständigkeit noch nicht vollzogen.

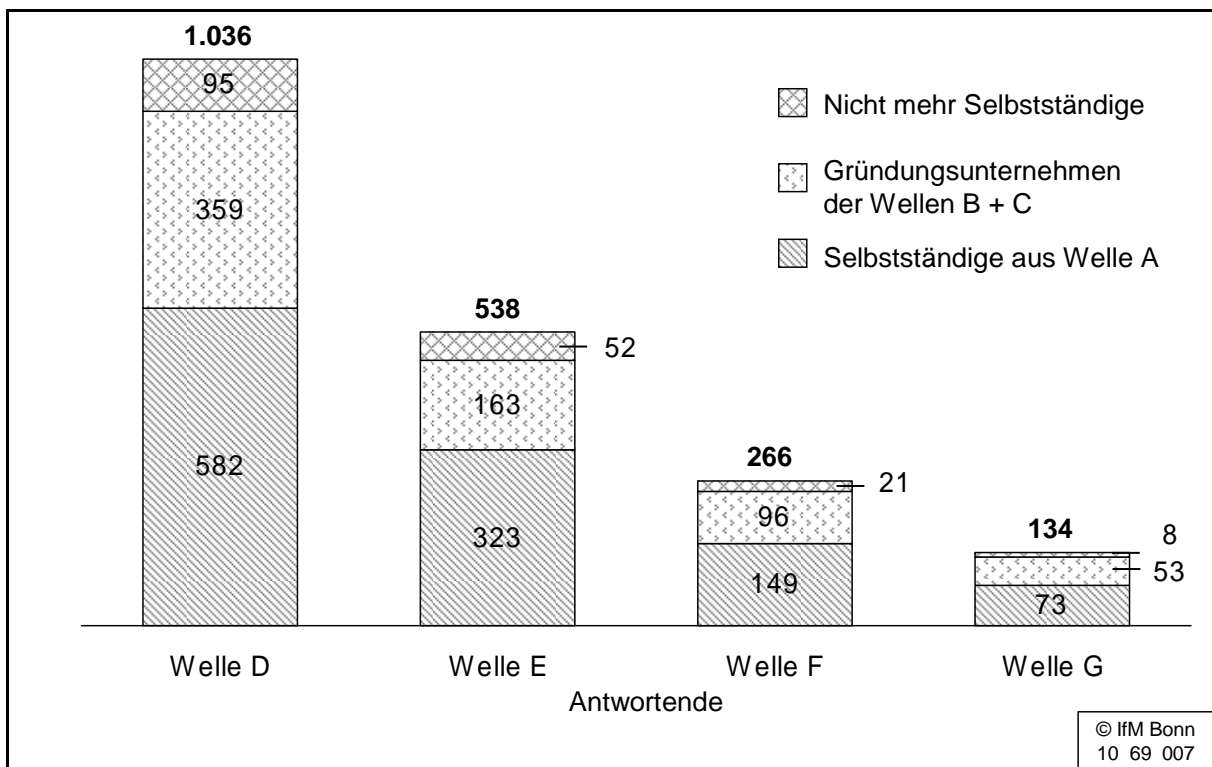
In Welle C wurden nochmals alle Messebesucher angeschrieben, die bis zur Befragung der Welle B noch kein Unternehmen gegründet hatten (und deren Adresse sich in der Befragung der Welle B noch als gültig erwies). Von diesen 3.341 Personen schickten 787 einen ausgefüllten Fragebogen zurück, was einer Rücklaufquote von 23,6 % entspricht. 244 Befragte hatten zwischenzeitlich ein Unternehmen gegründet, wovon 40 den Geschäftsbetrieb zum Befragungszeitpunkt bereits wieder eingestellt hatten. 543 Befragte hatten ihre Gründungspläne weiterhin nicht verwirklicht.

Von allen in den Wellen B und C angeschriebenen Gründungsinteressierten haben also insgesamt 1.022 oder 23,2 % innerhalb von zwei Jahren nach Messebesuch ein Unternehmen gegründet. Wie viele der Messebesucher, die sich an den Nachbefragungen der Wellen B oder C nicht beteiligt haben, ebenfalls in die Selbstständigkeit gewechselt sind, ist unbekannt.

3.2.3 Wellen D bis G: Follow-up-Befragungen der Gründungsunternehmen

Bis Mai 2010 wurden in der Welle D 3.304 Selbstständige angeschrieben, darunter 2.354, die bereits zum Zeitpunkt des Messebesuchs selbstständig waren, und die 950 noch selbstständigen Gründer aus den Wellen B und C. 1.036 (31,4 %) haben einen ausgefüllten Fragebogen zurückgeschickt, darunter 359 weiterhin aktive Gründer aus den Wellen B und C (vgl. Abbildung 4). In Welle E haben von bislang 2.369 angeschriebenen Personen 538 (22,7 %) geantwortet (darunter 163 weiterhin aktive Gründer aus den Wellen B und C), in Welle F von 630 Personen 266 (42,2 %) (darunter 96 weiterhin aktive Gründer aus den Wellen B und C) und in Welle G, die erstmalig im Jahr 2009 stattfand, von 190 Personen 134 (70,5 %) (darunter 53 weiterhin aktive Gründer aus den Wellen B und C).

Abbildung 4: Zusammensetzung des Panels der Gründungsunternehmen: Wellen D bis G, Stand: Mai 2010



3.3 Angaben zur Repräsentativität des Panels und zur Adressqualität

Die Panelteilnehmer stellen eine Zufallsstichprobe von Besuchern ausgewählter Gründungsmessen dar. Aufgrund der Konzentration auf bestimmte Messestandorte ist nicht zu erwarten, dass die Panelteilnehmer das Gründungspro-

tenzial in der Bevölkerung Deutschlands vollständig abbilden.¹⁴ Da mit den Erhebungen jedoch im Durchschnitt 8 % der Messebesucher erfasst wurden, die Teilnahmebereitschaft über die einzelnen Veranstaltungen hinweg relativ stabil ist und ab Herbst 2003 jährlich die größten Messeveranstaltungen einbezogen wurden, sollte der Datensatz repräsentativ für die Besucher von Gründungsmessen in Deutschland sein.¹⁵

Die Qualität der Adressangaben in Welle A ist relativ hoch (vgl. Tabelle 2): In Welle B liegt der Anteil nicht zustellbarer Briefe bei 10,6 %. Sind Adressangaben fehlerhaft oder nicht lesbar, wird soweit möglich eine gültige Adresse ermittelt, was die Zahl der laut Adressdatei Angeschriebenen erhöht. Der Anteil der nicht zustellbaren Briefe (Retouren) steigt in Welle C auf einen Wert von 17,8 %. Dies dürfte seine Ursache vor allem darin haben, dass mit größerem zeitlichem Abstand zum Messebesuch auch die Wahrscheinlichkeit eines Wohnsitzwechsels größer ist. In den Wellen D bis G waren bis zu 12,3 % der Befragten postalisch nicht mehr erreichbar. Um diese Quote so gering wie möglich zu halten, wird in jeder Welle um die Angabe einer aktuellen Adresse gebeten. Hierzu sind die Teilnehmer dankenswerter Weise häufig bereit.

Tabelle 2: Adressqualität in den Wellen B bis G, Stand: Mai 2010

| | Welle B | Welle C | Welle D | Welle E | Welle F | Welle G |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Angeschriebene* | 4.736 | 3.341 | 3.486 | 2.369 | 630 | 190 |
| Retouren absolut | 502 | 595 | 429 | 173 | 75 | 6 |
| Retouren in Prozent | 10,6 | 17,8 | 12,3 | 7,3 | 11,9 | 3,2 |

* Angaben nach der Adressdatei, die getrennt vom Panel gepflegt wird. Aufgrund des Nachrecherchierens von Adressangaben und von Verschiebungen im Zeitablauf stimmt die Zahl der Angeschriebenen nicht vollständig mit den Angaben zu den Panelwellen überein.

¹⁴ So auch das Ergebnis eines Vergleichs der in den Jahren 2003 und 2004 befragten Messebesucher mit den im Sozio-oekonomischen Panel (SOEP) (Welle 2003) erfassten Personen mit Gründungsneigung (vgl. KRANZUSCH 2005).

¹⁵ Aufgrund der Antwortverweigerungen in den Follow-up-Befragungen ist allerdings nicht auszuschließen, dass die in den Wellen B bis G erhobenen Daten aufgrund des *Survivor Bias* verzerrt sind.

4 Überblick über die Erhebungsmerkmale

Der Fragebogen der Welle A umfasst in der Gründungsforschung als wesentlich erachtete Merkmale. Die Fragen richten sich auf die Soziodemografie, das Humankapital, die Gründungsmotive und zentrale Einstellungen der Messebesucher. Überdies werden die Gründungswahrscheinlichkeit und erste Angaben zum Gründungsvorhaben erhoben (siehe Beispiel im Anhang). Einen tieferen Einblick in die regelmäßig erhobenen Merkmale gibt Übersicht 1.¹⁶

Übersicht 1: Regelmäßig erhobene Merkmale in Welle A

| Kategorie | Merkmale | Anmerkungen / Zusatzfragen | Auf Messe ... nicht erhoben |
|---|--|---|--|
| Soziodemografie | Alter, Geschlecht, Familienstand, Nationalität, Kinderzahl, Alter des jüngsten Kindes | | Angaben zum Kindesalter ab Herbst 2004 erhoben |
| Humankapital | Schulbildung, Berufsabschlüsse, Branchen-, Selbstständigkeits-, Scheiternserfahrung, Selbstständigkeit der Eltern | z.T. Fachrichtung der Berufsabschlüsse erhoben | |
| Gründungsmotive | Drohende oder bestehende Arbeitslosigkeit, öffentliches Ansehen, bessere Verdienstmöglichkeiten, Unabhängigkeit/Eigenständigkeit, Selbstverwirklichung, Unzufriedenheit in der abhängigen Beschäftigung, Vereinbarkeit von Beruf und Familie | Umfang variiert | Essen 2008 |
| Werturteile/ allgemeine Einstellungen | z.B. Risikoneigung, Gewinnorientierung, Kooperationsneigung, Selbstsicherheit oder Selbststeuerung | Umfang variiert | Essen 2006, Essen 2008, Nürnberg 2007, Bremen 2007 |
| bei Nichtselbstständigen: Gründungsneigung und -pläne | Gründungswahrscheinlichkeit, Branche, Gründungsidee, -form, Arbeitszeitwunsch, z.T. Innovationsgrad | Gründungswahrscheinlichkeit z.T. mit 3er- statt 5er-Skala erhoben | |

Fortsetzung

¹⁶ Grundsätzlich wurde bei der Fragebogengestaltung darauf geachtet, die Fragen im Zeitablauf identisch zu formulieren, um auf diese Weise die Panelstruktur zu gewährleisten. Allerdings kam es gelegentlich zur Variation des Fragebogens - wenn neue Fragen erprobt wurden oder aber Messeveranstalter Einfluss auf das Fragebogendesign nahmen.

Fortsetzung Übersicht 1

| Kategorie | Merkmale | Anmerkungen / Zusatzfragen | Auf Messe ... nicht erhoben |
|---|---|------------------------------------|---|
| bei Nichtselbstständigen: Erwerbsstatus | Erwerbsstatus | In verschiedenen Fassungen erhoben | |
| bei Selbstständigen: Gründungsvorhaben | Gründungsjahr, Wirtschaftszweig | z.T. weitere Angaben erhoben | Essen 2004 |
| Startkapital | z.T. Eigen-, Fremdkapital, z.T. Kapitalhöhe | In verschiedenen Fassungen erhoben | Essen 2003, Dresden 2004, Berlin 2004, Essen 2008 |

Im Lauf der Jahre wurden darüber hinaus in einzelnen Messebefragungen auch verschiedene Sonderthemen behandelt. Auf diese Weise wurden mehr als 400 weitere Merkmale erhoben. Einen Überblick über ausgewählte Merkmale gibt Übersicht 2.

Schließlich wurden in die Fragebogen der Welle A auch Fragen der Veranstalter und Aussteller einbezogen. So wurden gelegentlich die Besucherzufriedenheit mit einzelnen Angeboten (z.B. Berlin 2006 und Berlin 2007) oder der Informationsbedarf der Besucher (z.B. Berlin 2007) erfasst. Um das Panel nicht zu überfrachten, wurden nicht alle dieser Merkmale in das Panel aufgenommen.

Übersicht 2: In Messebefragungen erhobene Sonderthemen

| Merkmale | Messen |
|--|--|
| Persönlichkeits-/Erfolgseigenschaften | Essen 2003, Dresden 2004, Berlin 2004, Bremen 2008 |
| Zufriedenheitsfaktoren | Essen 2003, Dresden 2004, Berlin 2004 |
| Migrationshintergrund und Integration | alle, außer: Essen 2003, Dresden 2004, Berlin 2004, Stuttgart 2004, Berlin 2005, Bremen 2005, Essen 2005, Essen 2006, Essen 2008 |
| Selbstständigkeit des Lebenspartners | Berlin 2006, Essen 2007, Essen 2010, Berlin 2010 |
| Kontakte/Netzwerke | Essen 2004, Essen 2005, Stuttgart 2006, Frankfurt 2007, Berlin 2007, Nürnberg 2007, Bremen 2007 |
| Bruttoeinkommen | Essen 2007, Bremen 2008, Berlin 2008 |
| Soziale Absicherung | Essen 2006, Stuttgart 2006, Frankfurt 2007, Essen 2007, Stuttgart 2009 |
| Förderung durch die Arbeitsagentur | Berlin 2004, Essen 2004, Stuttgart 2004, Berlin 2005, Bremen 2005, Berlin 2006, Essen 2010, Berlin 2010 |
| Erfahrene Diskriminierung | Berlin 2007, Stuttgart 2009, Essen 2009 |
| Art der Selbstständigkeit: Gewerbe/Freiberuflichkeit (geplant) | Berlin 2007, Berlin 2009, Stuttgart 2009, Essen 2009, Essen 2010, Berlin 2010 |
| Entfernung zwischen Messestandort und Wohnort | Bremen 2005, Berlin 2006, Essen 2006, Frankfurt 2007, Berlin 2007, Bremen 2007, Essen 2007, Bremen 2008, Berlin 2008, Essen 2008, Essen 2010 |
| Einschätzung des Gründungsklimas | Bremen 2005, Essen 2006, Nürnberg 2007, Bremen 2007, Essen 2007, Bremen 2008 |

Die Fragebogen der Welle B und C erfassen den Stand der Gründungsumsetzung (siehe Anhang). Diejenigen, die ihr Gründungsvorhaben noch nicht umgesetzt haben, werden danach befragt, wie wahrscheinlich eine Gründung noch ist und welche Gründe (z.B. zu geringe Einkommenschancen, zu hohes finanzielles Risiko, unzureichende Finanzmittel, fehlende Fördermittel, Angst zu scheitern oder das Ziel einer abhängigen Anstellung) ursächlich dafür waren, dass die Gründungspläne (bisher) nicht verwirklicht wurden. Für Personen, die den Schritt in die Selbstständigkeit vollzogen haben, werden Probleme bei der Gründungsvorbereitung bzw. Gründung als offene Antworten erhoben (z.B. Marktlage/Kundenaquise, mangelnde Existenzsicherung, Hausbankfinanzierung, Förderung, Bürokratie). Diese Personengruppe macht zudem Angaben zum Gründungsunternehmen, z.B. zur Branche, der Mitarbeiterzahl, den Arbeitsstundeneinsatz, der Zahl der Gründungspartner und der Nutzung von Fördermitteln. Überdies werden zwei Erfolgsindikatoren erhoben: Deckung

des Lebensunterhalts durch unternehmerisches Einkommen und Wiederholung des Schritts in die Selbstständigkeit.

Der Fragebogen der Welle D (siehe Anhang) enthält insbesondere mit Blick auf die bereits während der Messe Selbstständigen nochmals Fragen zum Gründungsunternehmen (z.B. Teamgründung, Wirtschaftszweig, Finanzierung, Innovationsgrad der Produkte/Dienstleistungen). Zudem werden verschiedene Erfolgsindikatoren (Mitarbeiterzahl, Jahresüberschuss, Deckung des Lebensunterhalts durch unternehmerisches Einkommen und Wiederholung des Schritts in die Selbstständigkeit) sowie Angaben zur Inanspruchnahme von Förderung und zu möglichen unternehmerischen Problemen erhoben. Befragte, die ihre Selbstständigkeit aufgegeben haben, werden um Angaben zur Ursache der Schließung gebeten. Neben dem Standardfragenprogramm wurden in einigen Jahren Sonderthemen in den Fragebogen aufgenommen, so zum Fachkräftemangel und zu Netzwerken.

Die Fragebogen der Wellen E bis F (siehe Anhang) sind identisch und stellen einen Auszug des Fragebogens der Welle D dar. Im Wesentlichen werden wiederum die Erfolgsindikatoren und mögliche unternehmerische Probleme erhoben. Und Personen, die ihre Selbstständigkeit aufgegeben haben, werden wiederum zu den Ursachen der Schließung befragt.

5 Auswertungsmöglichkeiten und ausgewählte Veröffentlichungen

5.1 Querschnittsanalysen

Zwar sind für alle Wellen grundsätzlich Querschnittsanalysen möglich. Aufgrund des Paneldesigns bieten sie sich aber vor allem für die Messebefragung der nichtselbstständigen Besucher (Welle A) an. Letztere weisen bis auf wenige Ausnahmen ein Gründungsinteresse auf, so dass auf deren Angaben aufbauend umfassende Analysen der Vorgründungsphase möglich sind. So kann z.B. untersucht werden, wie sich verschiedene Merkmale (Humankapital, Soziodemografie, Persönlichkeit usw.) auf die Ausprägung der Gründungsneigung der Befragten auswirken. Zudem können Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen von Gründungsplanern (Frauen/Männer, potenzielle Neugründer/Übernehmer, Migranten/Nicht-Migranten usw.) untersucht werden.

Für die Messeveranstalter können allgemeine Auswertungen der Messebefragungen vorgenommen werden, die ein Bild von den Messebesuchern zu zeichnen vermögen.¹⁷

Bisher wurden folgende Themengebiete mit dem Gründerpanel des IfM Bonn im Querschnitt untersucht:

- die Gründungspläne von zuvor gescheiterten Selbstständigen bzw. Mehrfachgründern (z.B. KAY et al. 2004; zuletzt: KAY/KRANZUSCH 2010),
- die Gründungsneigung von Frauen und Männern (z.B. KRANZUSCH 2005; KAY et al. 2006),
- die Gründungsneigung von Personen mit und ohne Migrationshintergrund (WERNER/KRAUS 2012),
- die Unterschiede zwischen Neugründungs- und Übernahmeplanern (KAY/SCHLÖMER 2009) und
- die Bedeutung der Humankapitalausstattung für Neugründungs- und Übernahmeplanern (STRACKE 2010).

¹⁷ Solche Auswertungen werden regelmäßig vorgenommen und zumeist in Form von Powerpoint-Präsentationen veröffentlicht. Aktuelle Präsentationen finden sich auf der Homepage des IfM Bonn unter <http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=467>.

5.2 Längsschnittanalysen

Verknüpfungen von mehreren Wellen ermöglichen Längsschnittanalysen, die sich zum einen auf gründungsgeneigte Personen und zum anderen auf Gründungsunternehmen richten können. Im ersten Fall steht die Umsetzung der Gründungspläne im Fokus, im zweiten die Entwicklung der gegründeten Unternehmen. Das Gründerpanel des IfM Bonn ist dabei als eine der ganz wenigen Datenquellen weltweit in der Lage, vor der Gründung erhobene Informationen mit Angaben zum Gründungsvollzug und zum Gründungsunternehmen zu verknüpfen.

Aufgrund der Fallzahlen in den einzelnen Wellen (vgl. Kapitel 3.2) sind derzeit vor allem Längsschnittanalysen, die auf den Wellen A bis C basieren, möglich. Analysen zur Unternehmensentwicklung sind derzeit wohl eher nur bis zur Welle F möglich. Allerdings steigen mit jeder Nachbefragung die Fallzahlen in den Wellen D bis G, so dass es in naher Zukunft möglich sein wird, eine größere Anzahl junger Unternehmen über einen Fünf-Jahreszeitraum hinweg zu betrachten.

Darüber hinaus kann die Entwicklung derjenigen Unternehmen analysiert werden, die bereits vor der Messe gegründet wurden. So hatten von den bereits selbstständigen Messebesuchern 28,2 % das Unternehmen in dem Jahr der Messeveranstaltung gegründet, 21,8 % im Jahr davor und 18,0 % zwei bis drei Jahre davor. Es wäre zu prüfen, inwieweit die Entwicklung der Unternehmen, die vor und die nach dem Messebesuch gegründet wurden, zusammen untersucht werden kann.

Zu den bislang mit dem Gründerpanel des IfM Bonn im Längsschnitt untersuchten Forschungsthemen gehören die Beeinflussung der Gründungsentcheidung durch

- das Unternehmerbild (WERNER et al. 2005, WERNER/KAY 2006),
- die Erfahrung des Scheiterns (KRANZUSCH/KAY 2007),
- das Lebensalter (WERNER et al. 2008) oder
- Netzwerkressourcen (WERNER/SEMRAU 2011).

6 Datenzugang

Das Gründerpanel des IfM Bonn steht grundsätzlich allen zur wissenschaftlichen Nutzung frei. Die Daten können entweder im SPSS- oder STATA-Format zur Verfügung gestellt werden. Auswertungen sind an einem Arbeitsplatz im IfM Bonn möglich.¹⁸

¹⁸ Anfragen sind an Dr. Rosemarie Kay (kay@ifm-bonn.org oder 0228/7299730) zu richten.

7 Ausblick

Im Herbst des Jahres 2010 wurden auf den Messen Essen und Berlin wiederum Besucherbefragungen durchgeführt, an denen knapp 900 Besucher teilnahmen. Im Frühjahr 2011 konnten mehr als 1.000 Besucher der Messen in Stuttgart und Nürnberg für die Teilnahme an der Befragung gewonnen werden. Für das Jahr 2011 sind darüber hinaus Befragungen auf zwei weiteren Gründermessen geplant. Ende 2011 dürfte die Gesamtzahl an befragten Messebesuchern (Welle A) bei rund 16.000 Personen liegen.

Das IfM Bonn wird die Messebefragungen voraussichtlich Ende 2011 einstellen. Alle Follow-up-Befragungen bis zur Welle G werden bis 2017 fortgeführt. Ziel ist es, dass schlussendlich in der Welle G Angaben von etwa 150 bis 200 Gründern, die zwischen der Welle A und den Wellen B oder C in die Selbstständigkeit gewechselt sind, zur Verfügung stehen.

Anhang

Fragebogen Welle A

Fragebogen Welle B + C

Fragebogen Welle D

Fragebogen Welle E - G

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

- Maximilianstraße 20 - 53111 Bonn - Telefon: 0228-729970 - Telefax: 0228-7299734

E-mail: post@ifm-bonn.org - Internet: <http://www.ifm-bonn.org> -

IFM-MATERIALIEN

ISSN 2193-1852 (online) 2193-1844 (print)

Nr. 179 - 2008

Gründungen aus der Arbeitslosigkeit - Evaluation der Gründungs- und Begleitzirkel

Untersuchung im Auftrag der G.I.B.
von Eva May-Strobl unter Mitarbeit von
Arndt Werner 15,00 €

Nr. 180 - 2008

Dauer und Kosten von Administrativen Gründungsverfahren in Deutschland

von Michael Holz und Annette Icks 15,00 €

Nr. 181 - 2008

Kostenmessung der Prozesse öffentlicher Liefer-, Dienstleistungs- und Bauaufträge aus Sicht der Wirtschaft und der öffentlichen Auftraggeber - Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie 15,00 €

Nr. 182 - 2008

Familienexterne Nachfolge - Das Zusammenfinden von Übergebern und Übernehmern
von Nadine Schlömer und Rosemarie Kay
unter Mitarbeit von Daniel Schumann 15,00 €

Nr. 183 - 2008

Absatz- und Personalpolitik mittelständischer Unternehmen im Zeichen des demografischen Wandels - Herausforderungen und Reaktionen
von Rosemarie Kay, Peter Kranzusch
und Olga Suprinovic 25,00 €

Nr. 184 - 2008

Das Gründungsverhalten Älterer: Eine empirische Analyse mit den Daten des Gründerpanels des Ifm Bonn
von Arndt Werner und Nicole Faulenbach 15,00 €

Nr. 185 - 2009

Entwicklung des Gründungs- und Liquidationsgeschehens in NRW - Im Zeitraum 1997 bis 2007
Untersuchung im Auftrag der NRW.Bank 15,00 €

Nr. 186 - 2009

Die Quoten der Insolvenzgläubiger in Regel- und Insolvenzplanverfahren - Ergebnisse von Insolvenzverfahren nach der Insolvenzrechtsreform
von Peter Kranzusch unter Mitarbeit von
Annette Icks 15,00 €

Nr. 187 - 2009

Familienexterne Nachfolge im Freistaat Sachsen: Das Zusammenfinden von Übergebern und Übernehmern
Untersuchung im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit 15,00 €

Nr. 188 - 2009

Absatz- und Personalpolitik des Handwerks im Zeichen des demografischen Wandels
Peter Kranzusch, Olga Suprinovic
und Rosemarie Kay 15,00 €

Nr. 189 - 2009

BDI-Mittelstandspanel - Ergebnisse der Mittelstandsbefragung aus Frühjahr und Herbst 2008
von Claus Adenäuer, Marina Hoffmann,
Frank Wallau und Gunter Kayser 15,00 €

Nr. 190 - 2009

BDI-Mittelstandspanel - Ergebnisse der Mittelstandsbefragung aus Frühjahr und Herbst 2009
von Marina Hoffmann, Frank Wallau und
Gunter Kayser 15,00 €

Nr. 191 - 2010

Informationsasymmetrien in der familienexternen Nachfolge und ihre Überwindung
von Hans-Jürgen Wolter 15,00 €

Nr. 192 - 2010

Die größten Familienunternehmen in Deutschland, Gutachten im Auftrag der Deutschen Bank AG und dem Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) 15,00 €

Nr. 193 - 2010

Wann werden die Gläubiger ausgezahlt? - Dauer von Unternehmensinsolvenzverfahren im regionalen Vergleich
von Peter Kranzusch unter Mitarbeit von
Annette Icks 15,00 €

Nr. 194 - 2010

Wirtschaftspolitische Ansätze zur Unterstützung von Corporate Social Responsibility-Aktivitäten
von Frank Maaß 15,00 €

Nr. 195 - 2010

Sanierungen in Insolvenzverfahren - übertragende Sanierungen und insolvenzplanbasierte Eigensanierungen in NRW
von Annette Icks und Peter Kranzusch 15,00 €

Nr. 196 - 2010

Nachhaltigkeit und Erfolg von Gründungen aus der Arbeitslosigkeit
von Eva May-Strobl 15,00 €

Nr. 197 - 2010

Die Opportunitätskosten der sozialen Absicherung beim Wechsel aus dem Arbeitslosengeld I in die Selbstständigkeit: Simulationsrechnungen für ausgewählte Fallgruppen
von Lars Gawliitta und Rosemarie Kay
unter Mitarbeit von Sven Boerger 15,00 €

Nr. 198 - 2010

Unternehmensnachfolgen in Deutschland 2010 bis 2014 - Schätzung mit weiterentwickeltem Verfahren -
von Hans-Eduard Hauser und Rosemarie Kay
unter Mitarbeit von Sven Boerger 15,00 €

Nr. 199 - 2010

Volkswirtschaftliche Bedeutung von Familien- und Frauenunternehmen
von Ljuba Haunschild und
Hans-Jürgen Wolter 15,00 €

Nr. 200 - 2010

Deckung des Fachkräftebedarfs in kleinen und mittleren Unternehmen. Situationsanalyse und Handlungsempfehlungen von Rosemarie Kay, Olga Suprinovic und Arndt Werner 15,00 €

Nr. 201 - 2010

Öffentliches Auftragswesen - Auswirkungen der zentralisierten Bedarfsbündelung des Bundes auf KMU von Jörn Fieseler und Frank Wallau 15,00 €

Nr. 202 - 2011

BDI-Mittelstandspanel - Ergebnisse der Mittelstandsbefragung aus Frühjahr und Herbst 2010 von Siegrun Brink, Marina Hoffmann und Frank Wallau 15,00 €

Nr. 203 - 2010

Evaluation zum Umsetzungsstand des EA-Gesetzes in Nordrhein-Westfalen Annette Icks, Michael Holz und Ljuba Haunschild 15,00 €

Nr. 204 - 2011

NUI Regionenranking 2009 – Neue unternehmerische Initiative in den Regionen Deutschlands von Eva May-Strobl 15,00 €

Nr. 205 - 2011

Dauer und Kosten von administrativen Gründungsverfahren von Michael Holz und Christoph Lamsfuss 15,00 €

Nr. 206 – in Bearbeitung

Der Beschäftigungsbeitrag mittelständischer Unternehmen in der Wissenswirtschaft von Eva May-Strobl und Ljuba Haunschild

Nr. 207 - 2011

Erfahrungen mittelständischer Unternehmen mit den neuen Studienabschlüssen Bachelor und Master von Frank Maaß und Rosemarie Kay 15,00 €

Nr. 208 - 2011

Das Gründerpanel des IfM Bonn - Konzeption und Nutzungsmöglichkeiten von Peter Kranzusch und Rosemarie Kay 15,00 €

Nr. 209 - 2011

Abbruch und Aufschub von Gründungsvorhaben: Eine empirische Analyse mit den Daten des Gründerpanels des IfM Bonn von Arndt Werner 15,00 €

Nr. 210 - 2011

Einbeziehung freiberuflicher Gründungen in die Gründungsstatistik des IfM Bonn – Analyse möglicher Datenquellen von Olga Suprinovič, Peter Kranzusch und Ljuba Haunschild 15,00 €

Nr. 211 - 2011

Die Ergänzung der Gründungsstatistik des IfM Bonn durch freiberufliche Gründungen - Ergebnisse einer Pilotstudie am Beispiel Nordrhein-Westfalen von Olga Suprinovič, Peter Kranzusch und Ljuba Haunschild 15,00 €

Nr. 212 - 2012

Innovationstätigkeit im Mittelstand – Messung und Bewertung von Frank Maaß und Bettina Führmann 15,00 €

Nr. 213 - 2012

Freiberufliche Gründungen in Deutschland – Ergebnisse einer erstmaligen Auswertungen von Daten der Finanzverwaltung von Olga Suprinovič, Peter Kranzusch und Ljuba Haunschild 15,00 €

Nr. 214 - 2012

Hemmnisse und Probleme bei Gründungen durch Migranten von Rosemarie Kay und Stefan Schneck 15,00 €