

Soloentrepreneurship und New-Economy

Erhebung der Beweggründe für Soloentrepreneurship der
EDV-Dienstleister 1999

Julia Gruber
Georg Klöckler
Rupert Rinder
Alex Silber

Wien, 24. Januar 2001

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	6
1.1	Zentrale Fragestellung(en) der Untersuchung	6
1.2	Untersuchungsdesign	7
2	THEORETISCHE GRUNDLAGEN	7
2.1	Gründungstheorien	7
2.2	Wachstumstheorien	8
2.3	New-Economy	9
2.3.1	Was ist die New Economy ?	9
2.3.2	Die New Economy als Branche	10
2.3.3	Trends in/der New Economy	10
2.4	Soloentrepreneurship	12
2.4.1	Formen von Soloselbständigen	12
2.4.2	Ursachen und Motive für Soloselbständige	12
2.4.2.1	Ursachen in der Person des Sologründers	12
2.4.2.2	Ursachen in der Umwelt des Sologründers	13
2.5	Kooperationen/virtuelle Unternehmen	13
3	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	14
3.1	Aufbau der Untersuchung	14
3.1.1	Methodik/Vorgangsweise bei der Untersuchung	14
	Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen	15
3.1.2	Datenbasis	15
3.2	Darstellung der Untersuchungsergebnisse	16
3.2.1	Allgemein	16
3.2.2	Person	16
3.2.2.1	Motive für die Selbstständigkeit	18
3.2.3	Ressourcen	20
3.2.3.1	Zahl der Mitarbeiter	20
3.2.3.2	Art der Betriebsstätte	21
3.2.3.3	Existenzbeitrag	21
3.2.3.4	Inanspruchnahme von Förderungen	21
3.2.4	Management	23
3.2.4.1	Unternehmensziele	23
3.2.4.2	Planungsintensität	25
3.2.4.2.1	Der Businessplan	27
3.2.4.3	Kooperationen	29
3.2.5	Umwelt	32
3.2.5.1	Wahrgenommene Faktoren für die Entwicklung des Unternehmens	32
3.2.5.2	Erkannte Wachstumschancen in der Zukunft	33
4	ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE UND AUSBLICK	36
	LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLENANGABEN	37

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Unterscheidung der New Economy
Tabelle 2	Trends in der New Economy
Tabelle 3	Themen der Befragung
Tabelle 4	Grundgesamtheit, Stichprobe und Rücklauf (1.+2.Erhebung) nach Bundesländern

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Motive für unternehmerische Tätigkeit (alt)
Abbildung 2	Motive für unternehmerische Tätigkeit (neu)
Abbildung 3	Motive für unternehmerische Tätigkeit in %
Abbildung 4	Weiterbildung seit der Gründung in %
Abbildung 5	Mitarbeiter in %
Abbildung 6	% in Vollerwerb tätig
Abbildung 7	Inanspruchnahme von Förderungen in %
Abbildung 8	Ziele der Unternehmer in den kommenden 5 Jahren in %
Abbildung 9	Unternehmensziele in den nächsten 5 Jahren in %
Abbildung 10	Entwicklung bei der Verwendung von Planungsinstrumenten
Abbildung 11	Eingesetzte Planungsinstrumente nach 3 Jahren
Abbildung 12	Vorausplanungszeitraum in Monaten
Abbildung 13	%Anzahl der Unternehmer, die einen Businessplan erstellt haben
Abbildung 14	Existenzielle Wichtigkeit von Kooperationen
Abbildung 15	Existenzielle Wichtigkeit von Kooperationen in %
Abbildung 16	Eingegangene Kooperationen in %
Abbildung 17	Kooperation mit dem früheren Arbeitgeber in %
Abbildung 18	Wachstumschancen in den kommenden 3 Jahren
Abbildung 19	Der Österreicher als Optimist
Abbildung 20	Wachstumseinschätzungen

Executive summary

Allgemein:

Die vorliegende Untersuchung soll dem Phänomen des Soloentrepreneurship in der New Economy auf den Grund gehen. Zu diesem Zweck wurde eine Gruppe von Unternehmensgründern in der EDV-Dienstleistungsbranche, nach einer Ersterhebung 1999, neuerlich befragt. Der Rücklauf bei dieser Nachfassuntersuchung war mit 81% erfreulich hoch.

Person

Die Verteilung bei den Motiven für die Selbständigkeit hat sich im wesentlichen kaum verschoben. Auffällig ist jedoch, dass Soloentrepreneure mit 55 % fast doppelt so oft Unabhängigkeit als Hauptmotiv für ihr für ihr unternehmerisches Arbeiten angeben, wie Unternehmer mit Mitarbeitern nämlich 27%. Auch Weiterbildung wird bei Soloentrepreneuren mit 70 % gegenüber 47 % bei Unternehmern mit Mitarbeitern auffällig öfter betrieben.

Ressourcen

Verglichen mit der ersten Erhebung 1999 ist die Entwicklung der Unternehmen ohne Mitarbeiter – hier immer als Soloentrepreneure bezeichnet – deutlich rückläufig. Waren bei der ersten Erhebung noch fast 70 % ohne Mitarbeiter, ist der Anteil von Soloentrepreneuren innerhalb von 3 Jahren auf 45 % geschrumpft. In der übrigen Größenverteilung ergaben sich keine gravierenden Unterschiede in der Verteilung. Auch der Anteil von Vollerwerbstätigen ist mit rund 80 % relativ stabil geblieben. Bei der Untersuchung zur Inanspruchnahme von Förderungen ergab sich ein deutlicher Unterschied. Soloentrepreneure (11 %) nehmen gegenüber Unternehmern mit Mitarbeitern (22 %) doppelt so oft Förderungen in Anspruch.

Management

In der Festsetzung und Verfolgung von Zielsetzungen für ihr Unternehmen sind keine Unterschiede zwischen Soloentrepreneuren und Unternehmern mit Mitarbeitern erkennbar. Jedoch im Vergleich zwischen der 1. und der 2. Erhebung ist hervorzuheben dass, „moderates Wachstum“ als Ziel stark gestiegen ist (von 38% auf 66 %) und gleichzeitig „starkes Wachstum“ stark gefallen ist (28% auf 12 %). Bei Kooperationen mit dem ehemaligen Arbeitgeber geben 50 % sowohl von den Soloentrepreneuren als auch von den Unternehmern mit Mitarbeitern an keine zu unterhalten. Für den Rest ist der ehemalige Arbeitgeber entweder ein Geschäftspartner wie jeder andere (28 %), oder ein starker Kooperationspartner (21% bzw. 14%). Kooperationen werden vor allem mit Branchenverbänden (27%), oder Kunden (ca. 20%) eingegangen.

Umwelt

Bei den erkannten Wachstumschancen in der Zukunft wird ein Unterschied zwischen den zwei untersuchten Gruppen (mit/ohne Mitarbeiter) sichtbar. Unternehmer mit Mitarbeiter sind deutlich optimistischer: Keiner schätzt die Wachstumschancen niedrig ein, jedoch 36% schätzen die Wachstumschancen als hoch ein. Im Vergleich dazu schätzen nur 11% der Soloselbständige die Wachstumschancen als hoch ein und doch etwa 16% von ihnen als niedrig. Als letzter Punkt wurden die wahrgenommenen fördernden und hemmenden Faktoren für die Entwicklung der Unternehmen erhoben. Durch die verschiedenen Bezeichnungen für neue Trends und Entwicklungen konnten keine herausstechenden Häufigkeiten festgestellt werden. Es lassen sich jedoch einige Gruppen festlegen: Die fördernden Faktoren für die Entwicklung der Unternehmen sind stark branchenorientiert, wie *Internet*, *Netzwerke*, oder *E-Business*. Als Hemmende Faktoren werden vor allem *mangelnde Liquidität*, *Schlechte Konjunktursituation*, und *Probleme bei den Mitarbeitern*.

1 Einleitung

Die ursprüngliche Thematik des Proseminars „Von der Gründung zum Wachstum – Die Frühentwicklungsphase der Unternehmungen“ soll bei der Ausarbeitung dieser Disposition nicht in Vergessenheit geraten, denn gerade diese ersten zwei Phasen des Lebenszyklusmodells sind prägend und ausschlaggebend für die weitere Existenz eines jeden Unternehmens.

1.1 Zentrale Fragestellung(en) der Untersuchung

Die vorliegende Arbeit soll einige Fragen beantworten die sich im Zusammenhang mit Soloentrepreneurship und der New Economy stellen. Die bearbeitete Untersuchung stellt bereits die zweite Analyse des untersuchten Gegenstandes dar. Im ersten Schritt der Untersuchung wurden Gründungen in der EDV-Dienstleistungsbranche untersucht. Sowohl durch diese erste Erhebung, als auch bei Studien aus dem Ausland, sowie durch Entwicklungen die in der Literatur beschrieben wurden, hat sich das Phänomen der Soloentrepreneure – vor allem in der New Economy – als weiter untersuchungswert herausgestellt. Für die vorliegende Untersuchung, die 3 Jahre nach der ersten Erhebung durchgeführt wurde, haben sich folgende zentrale Fragestellungen ergeben.

- Was sind die Motive von Soloentrepreneuren in der New Economy?
- Was sind die Ursachen für Soloentrepreneurship in der New Economy?
- Was sind die Merkmale von Soloentrepreneuren in der New Economy?
- Was sind die typischen Arbeitsweisen von Soloentrepreneuren in der New Economy?
- Welche Fragestellungen resultieren aus den festgestellten Untersuchungsergebnissen für die weitere Forschung?

1.2 Untersuchungsdesign

Die vorliegende Arbeit soll zunächst einige theoretische Grundlagen zu den zuvor genannten Fragestellungen liefern, um sie dann als Grundlage für die empirische Untersuchung zu verwenden.

Am Ende dieser Arbeit sollen Anregungen gegeben werden, um noch offene/nicht beantwortete Fragen durch weitere Untersuchungen zu klären oder Anregungen zu geben wie neue – im Zuge der Untersuchung neu aufgetretene Fragestellungen – untersucht werden können.

2 Theoretische Grundlagen

Vorweg sollen die verschiedenen Begriffe definiert und kurz erläutert werden.

2.1 Gründungstheorien

Nach neoklassischer Auffassung würde ein Unternehmer ausschließlich aus dem Gewinnmotiv heraus einen Betrieb gründen. Das Gewinnmotiv erschien Schumpeter jedoch für die Erklärung des Ausbrechens aus einem nach Marktgleichwichten tendierenden Prozess nicht ausreichend. Die Hauptmotive seien seiner Meinung nach vielmehr das Streben nach sozialer Machtstellung, die Freude am schöpferischen Gestalten und/oder das Erfolgsstreben um des Erfolges willen (Schumpeter, 1912). Zusammengefasst dominieren im deutschen Sprachraum die folgenden Gründungsmotive (Plaschka 1986): das Streben nach wirtschaftlicher Unabhängigkeit, das Erreichen von Entscheidungs- und Handlungsfreiheit und das Streben nach höherem Einkommen. Bei der Unterscheidung erfolgreicher und nicht erfolgreicher Gründer ergab sich für die erfolgreichen Gründer eine stärkere Ausprägung nach Leistungsstreben, Erfolgsstreben und Innovationsstreben im Vergleich zu den erfolglosen, deren Gründe hauptsächlich in der Unabhängigkeit, der Vermögensbildung und dem Rollenwechsel liegen. Dies unterstreicht, dass der von den meisten Gründern selbst angeführte Hauptbeweggrund der Unabhängigkeit erst dann verwirklicht werden kann, wenn er mit einem starken Leistungsstreben verbunden ist. Das Gewinnstreben tritt in seiner Bedeutung für den erfolgreichen Unternehmensgründer zwar zurück, kann aber als bewusst angestrebter oder

wahrgenommener Maßstab für Erfolg durchaus nicht vernachlässigt werden. (Mugler J., 1998, S. 16)

2.2 Wachstumstheorien

Wenn das Aktivitätenniveau der Unternehmung ohne wesentliche Innovationen erweitert wird, entsteht ein Bedarf nach weiteren Mitarbeitern. Deshalb müssen in der Wachstumsphase zusätzliche Arbeitskräfte von außen beschafft werden. Außerdem ist in dieser Zeit davon auszugehen, dass der Bekanntheitsgrad des Produkts bzw. Unternehmens bereits relativ hoch ist. Das Problem des Unternehmerwachstums besteht in der Regel darin, dass nicht alle Ressourcen gleichmäßig an neue Leistungsvolumina angepasst werden können, sondern Disparitäten entstehen: Über- und Unterkapazitäten im quantitativen, aber auch im qualitativen Sinn. Wenn sich das Anwachsen des Leistungsvolumens abflacht, gelangt ein Unternehmen in eine Reifephase, in welcher steuernde Eingriffe schon dringend notwendig sind. In dieser Phase ist die Finanzierungssituation der Unternehmen in der Regel wegen der vorhergehenden Expansion der Umsätze günstig, die Ausgangslage für neue Erfolgspotentiale wegen der Konzentration auf die Verwertung vorhandener Potentiale aber oft ungünstig: Flexibilität und Kreativität sowie der Mut zu Neuem fehlen, und der Druck zur Veränderung ist noch nicht stark genug. Dies ist auch der Grund, warum viele Forscher einen ständigen Wechsel von Wachstum und Krise als typisch annehmen.

In der Wachstumsphase könnte sich der Übergang zum indirekten Vertrieb als notwendig erweisen. Ein besonderer Fall ist die Ausdehnung des Absatzes auf Exportmärkte. Für Klein- und Mittelbetriebe ist die Gründung eigener Niederlassungen im Ausland meist wohl zu fixkostenintensiv gab es viele Auslandsabsetzer?, weshalb eine Kooperation mit Vertriebspartnern notwendig sein könnte. (Mugler J., 1998, S. 102)

2.3 New-Economy

2.3.1 Was ist die New Economy ?

New Economy ist eines der meist gebrauchten Schlagworte der letzten 5 Jahre. In den USA etablierte sich das Schlagwort schon Mitte der 90er Jahre und wird seit dem Ende des Jahrtausends auch in Europa als Synonym für *Internet-Ökonomie*, *Netzwerkökonomie*, *Neue Ökonomie*, *Wissensökonomie*, *Digital Economy*, *Information Economy*, oder *Brain Power Capitalism* verwendet. (Hopfenbeck W., Mueller M., Peisl T., 2001, S.116)

Durch die Etablierung als Modewort zur Beschreibung der Entwicklungen und Vorgänge in der Wirtschaft der letzten 5 Jahre, wurde dieser Begriff natürlich auch sehr unterschiedlich gebraucht. Die folgende Tabelle soll einen groben Überblick geben über die zwei verschiedenen grundlegenden Verwendungen des Begriffs.

Tabelle 1: Unterscheidung der New Economy

Die NEW Economy	
Die New Economy als Branche	New Economy als „neue“ Wirtschaft
Web-Designer	Tertiarisierung
Info-Broker	Knowledge-Worker
Netzwerk-Administrator	Knowledge-Intrapreneur
Programmierer	Intrapreneurship
Grafik/Internet	Netzwerke/Kooperationen
Internet-Consulter	Lebensunternehmertum
	Ich AG
	Virtuelle Unternehmen
	Telearbeit
	Net-Nomaden

Quelle: Hopfenbeck W., Mueller M., Peisl T., 2001, eigene Darstellung der VerfasserInnen

2.3.2 Die New Economy als Branche

Das neue Wort von der New Economy bezeichnet einerseits den Einsatz neuer Medien und die Eroberung schnell expandierender neuer Märkte im elektronischen Handel (Altvater E., Mahnkopf B. 2000, S. 770) und die dadurch entstandenen neuen Branchen und Berufe. Momentan entstehen durch die New Economy neue Berufe wie der Infobroker, Science-Broker, Indoor-Event-Producer, die überhaupt erst durch die neue IuK-Techniken möglich geworden sind (Hopfenbeck W., Müller M., Peisl T., 2001, S. 198), und stark die Arbeits- und Erwerbslandschaft verändern.

2.3.3 Trends in/der New Economy

Andererseits wird die New Economy durch Trends, Megatrends und neue Paradigmen die alle zusammen in einer „Neuen Wirtschaft“ münden/eine neue Wirtschaft ergeben geformt und bestimmt. Einige dieser Trends werden hier kurz beschrieben, vor allem diejenigen die den Wandel in der Arbeitsumwelt und der Organisationsumwelt beschreiben.

- Ein Megatrend beschäftigt sich mit der Volkswirtschaft als Ganzes und wird mit dem Schlagwort *Tertiarisierung* beschrieben. Die Wirtschaftsleistung verschiebt sich immer stärker Richtung Dienstleistungssektor. Gerade die *unternehmensbezogenen Dienstleistungen* verzeichnen einen starken Anstieg. Allgemein kann man festhalten, dass sich in der New Economy tatsächlich ein Strukturwandel hin zu wissensintensiven Dienstleistungen vollzieht. (Hopfenbeck W., Müller M., Peisl T., 2001, S. 39f)
- Neuere Konzepte zur Organisationsentwicklung heben den Netzwerkcharakter als wesentliches Kennzeichen der New Economy hervor. In der neuen Wirtschaft werden einzelne Unternehmen Netzwerkstrukturen aufweisen, „virtuelle Unternehmen“ bilden und die flexible Bündelung und Kombination von Kernkompetenzen zum Organisationsprinzip wissensbasierter Unternehmen wird weiter betont. (Hopfenbeck W., Mueller M., Peisl T., 2001, S. 412 f)
- Ein letzter Trend in der New Economy der hier kurz erläutert werden soll, beschreibt den Paradigmenwechsel im Verständnis von Arbeit. Der lebenslange Vollarbeitsplatz wird immer mehr ersetzt durch temporär zusammengestellte Teams in virtuellen Netzwerkstrukturen. Eine neue Kultur der Selbständigkeit wird entstehen, da der Trend in der New Economy weg

von der standardisierten, fremdbestimmten Arbeit, hin zu mehr Eigenverantwortung geht. Neue selbstangestellte Wissensarbeiter, werden sich verstärkt ihre Arbeit selbst beschaffen und suchen müssen, und weiters auch Kooperationsfähigkeit in temporären, auftragsbezogenen Teams unter Beweis stellen müssen. (Hopfenbeck W., Müller M., Peisl T., 2001, S.197 ff) Diese Tendenz zur Individualisierung führt zu einer immer größeren Bedeutung von *Ein-Personen-Unternehmen* die sich auch im Anstieg der Unternehmensgründungen („Gründerwelle“) widerspiegelt.

Abschließend und zusammenfassend soll im folgenden Schaubild ein Überblick anhand der Kategorien des Konfigurationsansatzes von Mugler (Mugler J., 2000, S. 234) und über die Trends, die von der New Economy ausgehen und diese gleichzeitig bestimmen gegeben werden.

Tabelle 2: Trends in der New Economy

Trends der New Economy			
Person	Ressourcen	Management	Umwelt
Steigende Ausbildung Wissensarbeiter Knowledge- Intrapreneur Net-Nomaden Lebens- unternehmertum	Telearbeit Ich &Co Solo- Entrepreneurship Einzel- Unternehmertum Teilzeit- selbständige	Kooperationen Netzwerke Virtuelle Unternehmen Intrapreneurship	Tertiarisierung Dienstleistungs- boom Verstärkter Gebrauch der IuK- Techniken Internet E-Commerce/E- Business Boom

Quelle: Waldemar H., Mueller M., Peisl T., 2001, eigene Darstellung der VerfasserInnen

2.4 Soloentrepreneurship

2.4.1 Formen von Soloselbständigen

Es soll hier kurz eine Typisierung von Selbständigen ohne Mitarbeiter gegeben werden.

- Selbständige die noch keine Mitarbeiter haben, aber das „Potenzial“ zum Arbeitgeber haben. Diese - oft als „Techno-Starter“ bezeichnete Gruppe sind sehr oft in der New Economy aktiv. Von Ihnen wird seitens der Politik erwartet, dass sie wachsen und damit zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.
- Selbständige die keine Mitarbeiter haben, und auch bewusst alleine arbeiten möchten. Die „Echten“ Soloentrepreneure ! Sie besetzen Nischen die Grossunternehmen unbesetzt lassen. Sie arbeiten bewusst alleine und zeichnen sich durch ihr hohes fachliches Wissen und Können aus. Sie vermeiden bewusst das managen von Mitarbeitern und verkörpern den Idealtypus vom individualisierten und flexiblen Unternehmer.
- Selbständige die als „Pseudoarbeitnehmer“ betrachtet werden. Sie sind eigentlich Arbeitnehmer, aber rechtlich selbständig. Sie werden oft als Scheinselbständige bezeichnet, da sie eigentlich in die Gruppe der unselbständig Erwerbstätigen gehören. Bis auf Ihren rechtlichen Status, besitzen sie alle Merkmale von Angestellten. Deren Zwitterstellung - zwischen Unternehmertum und Angestelltendasein - wirft einige Fragen bezüglich Besteuerung und Sozialversicherung auf, die aber an dieser Stelle aus Kapazitätsgründen offen gelassen werden müssen(Vgl. Evers G., Wijmans L., 2000, S. 788 ff.).

2.4.2 Ursachen und Motive für Soloselbständige

Die Ursachen für Soloentrepreneurship können einerseits in der Person des Sologründers selbst, als auch in seiner Umwelt des liegen. Im folgen sollen diese 2 Gründe kurz dargestellt werden.

2.4.2.1 Ursachen in der Person des Sologründers

Dieser Ansatz versucht ein wenig Licht auf die Wesenszüge von Soloselbständigen zu werfen. Die Ursachen für die Gründung werden mit psychologischen Faktoren und

persönlichen Eigenschaften erklärt. Insbesondere der Einfluss von Bildung und Wissen spielt in diesem Zusammenhang eine entscheidende Rolle. Diese Erklärung für Soloselbständigkeit deckt weitgehend mit den Trends (in) der New Economy (siehe Kapitel New Economy: Trend zu „Knowledge-Workern“) (Vgl. Bögenhold D., Leicht R., 2000, S.781). Weiter Gründe die in der Person des Gründers liegen decken sich mit den in der Literatur bekannten.

2.4.2.2 Ursachen in der Umwelt des Sologründers

Einige der Gründe für die Gründung von Soloselbständigen liegen in den jeweiligen Ausgangsbedingungen Umweltbedingungen von potentiellen Gründern. Einen wesentlichen Grund sieht Bögenhold in den sich verschlechternden Arbeitsbedingungen am Arbeitsmarkt. Immer mehr Menschen sehen seiner Ansicht nach die Selbständigkeit als einzigen Ausweg aus der Arbeitslosigkeit. Eine andere Ursache für das Ansteigen von selbständiger Erwerbsarbeit wird in der Zunehmenden Tertiarisierung gesehen. Die Volkswirtschaft verschiebt sich zunehmend in Richtung Dienstleistungsökonomie. Diese Entwicklung fördert das Aufkommen von kleinen und kleinsten Unternehmen, da Skaleneffekte immer unwichtiger werden. Der neue Trend der Wirtschaft fördert Unternehmen die eher eine geringe Kapital- aber dafür eine hohe Wissensintensität für den Schritt in die Selbständigkeit erfordern (Bögenhold D., Leicht R., 2000, S.781). Zusammenfassend kann man feststellen, dass die fortschreitende Bildungsexplosion ein Hauptgrund für die vermehrten Gründungsaktivitäten ist.

2.5 Kooperationen/virtuelle Unternehmen

Gerade kleine und mittlere Unternehmen müssen oft infolge ihrer Kleinheit einige Nachteile in Kauf nehmen. Dieser Nachteil der Größe/Kleinheit ist auch unter dem Schlagwort „Liability of Smallness“ bekannt. Solche Nachteile können beispielsweise geringere Einkaufsmengen, schlechtere Aufteilung der Unternehmensfixkosten, u.v.m. sein. Um diese Hypothek der Kleinheit auszugleichen und um sich bessere Chancen am Markt zu verschaffen, trachten nun Einzelselbständige - genauso wie andere Kleinunternehmer – danach sich in Kooperationen der verschiedensten Arten zusammenzuschließen und zu organisieren.

Da Soloentrepreneure stark selbstbestimmt arbeiten, kommen für Sie nur Kooperationsformen in Frage, wo Individuen eine starke Rolle spielen und vor allem

nichts zentral organisiert bzw. entschieden wird. Dies bringt uns zu einem neuen Megatrend oder Schlagwort der New Economy: Das Virtuelle Unternehmen. Diese vieldiskutierte Organisationsform scheint ideal für Soloentrepreneure und wird deshalb im diesem Kapitel näher beleuchtet.

3 Empirische Untersuchung

3.1 Aufbau der Untersuchung

3.1.1 Methodik/Vorgangsweise bei der Untersuchung

Die empirische Untersuchung zu der vorliegenden Arbeit wurde auf Basis einer Ersterhebung vor 3 Jahren durchgeführt. Um das Gründungsgeschehen in der New Economy in Österreich zu untersuchen, wurden alle Kammerzugänge 1999 in der Fachgruppe „EDV-Dienstleistung“ in den Bundesländern Oberösterreich, Wien und Steiermark untersucht. Diese regionale Abgrenzung schien auf Basis einer von Storey und Tethner (1998) durchgeführten Untersuchung als angemessen. Sie ergab, dass die regionale Verteilung von IT- Unternehmen in Europa der regionalen Bevölkerungskonzentration entspricht. Storey und Tethner nannten Wien, Steiermark und Oberösterreich als Konzentrationsräume für IT- Unternehmen.

Die zweite Befragung wurde aufbauend auf die beantworteten Fragebögen der ersten Untersuchung durchgeführt. Die Befragung der neuen Stichprobe erfolgte ebenso wie schon bei der ersten Erhebung telefonisch anhand eines standardisierten Fragebogens (siehe Anhang). Die Fragen bezogen sich auf die Merkmale des Gründers, seinen Motiven für die Selbständigkeit, auf die ihm zur Verfügung stehenden Ressourcen, das Management, und die Wahrnehmung der Unternehmensumwelt. Dies wurde durchgeführt, um ein möglichst umfassenden Bild von Soloselbständigen in der New Economy zu erhalten.

Tabelle 3: Themen der Befragung

Person	Ressourcen	Management	Umwelt
<ul style="list-style-type: none"> • Motiv f. d. Selbständigkeit • Zusätzliche Ausbildungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Zahl d. Mitarbeiter • Art d. Betriebsstätte • Existenzbeitrag • Zusätzlicher Kapitalbedarf • Inanspruchnahme von Förderungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensziele • Planungsintensität • Kooperationen • Beratungsquellen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wahrgenommene Faktoren f.d.Entwicklung d. Firma • Erkannte Wachstumschancen in der Zukunft

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

3.1.2 Datenbasis

Die Stichprobe bei der ersten Erhebung betrug rund 8% der Grundgesamtheit, wie nachfolgender Tabelle zu entnehmen ist. Die Rücklaufquoten der beiden Erhebungen variierten nach Bundesland und sind ebenfalls nachfolgender Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 4: Grundgesamtheit, Stichprobe und Rücklauf (1.+2.Erhebung) nach Bundesländern

Bundesländer	Grund-Gesamtheit	Stichprobe	Rücklauf (1.Erhebung)	Rücklauf% (1.Erhebung)	Rücklauf (2.Ehebung)	Rücklauf% (2.Erhebung)
Wien	850	56	24	43	17	32,7
Steiermark	322	26	11	42	25	48,1
Ober-österreich	608	52	29	56	10	19,2
Gesamt	1780	134	64	48	52	81,25

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

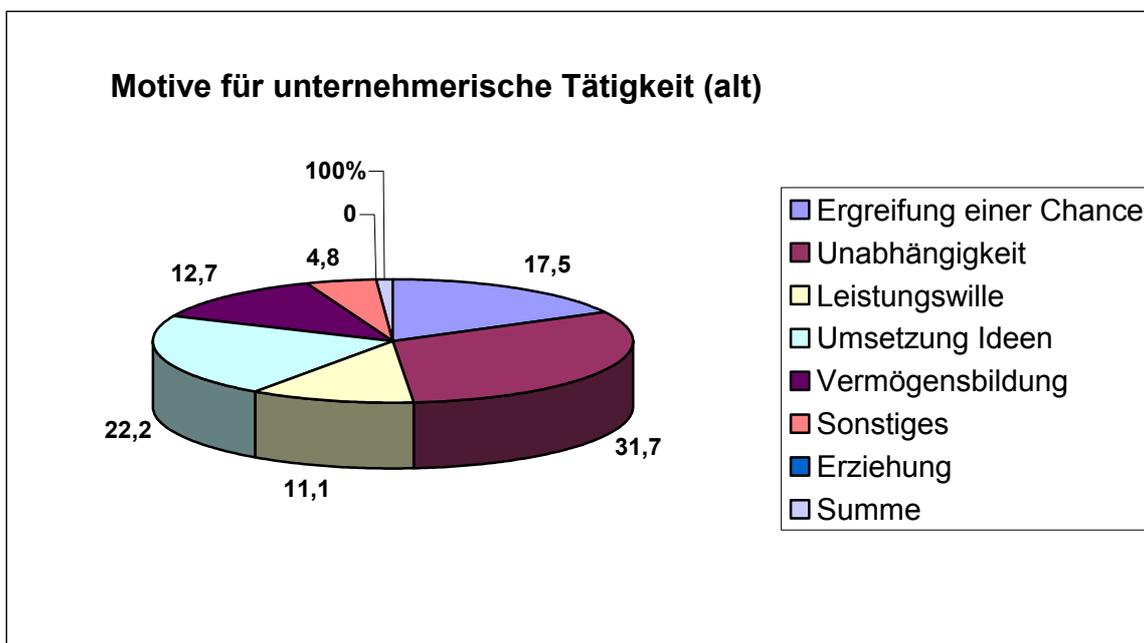
3.2 Darstellung der Untersuchungsergebnisse

3.2.1 Allgemein

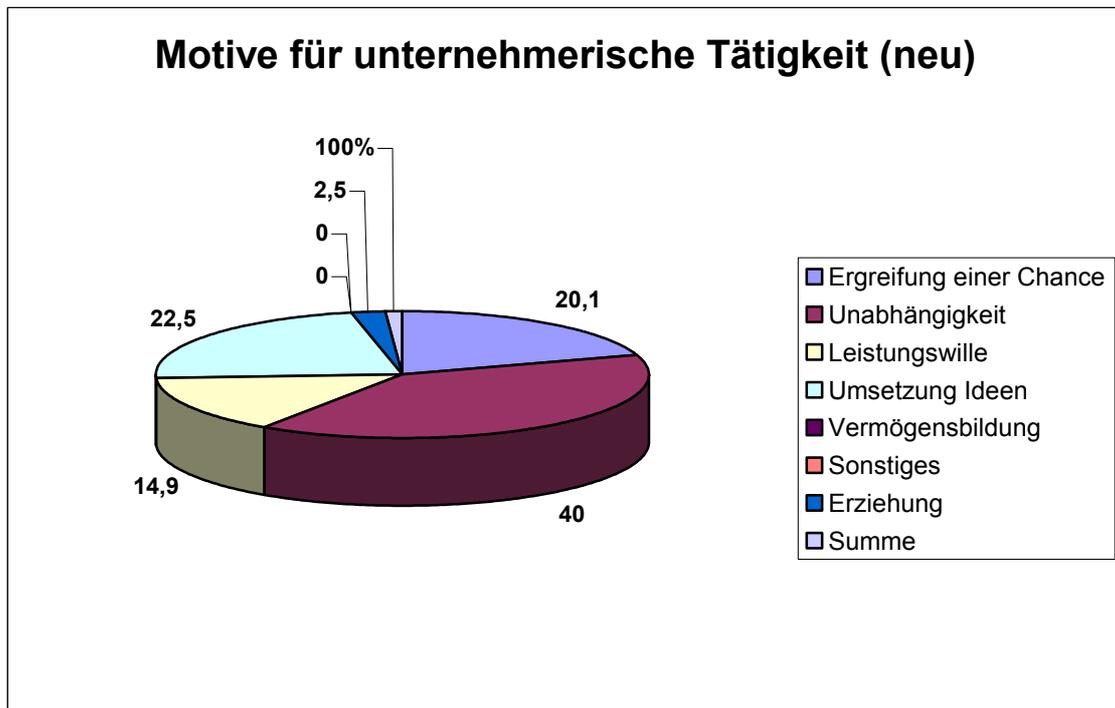
Der Analyseschwerpunkt der vorliegenden Arbeit liegt bei den Gründungen im Zuständigkeitsbereich der Wirtschaftskammer. Von den 200 erhaltenen neu gegründeten Soloentrepreneuren im Bereich der New Economy im Jahr 2000 waren 64 Personen bereit an einer Umfrage teilzunehmen. Bei den 136 verbliebenen handelte es sich um bereits wieder geschlossene Unternehmen, Scheinunternehmen oder bloß Unternehmer, die keine Zeit und/oder Interesse an einer Befragung hatten. Bei dieser Umfrage im Jahr 2001 bleiben von den bereits erwähnten 64 Unternehmen nur 52 Unternehmen, die in diese Arbeit eingebunden werden. Drei davon haben die Aussage aus zeitlichen Gründen verweigert und 9 Unternehmen wurden seither eingestellt bzw. sind unauffindbar.

3.2.2 Person

Abbildung 1: Motive für unternehmerische Tätigkeit (alt)



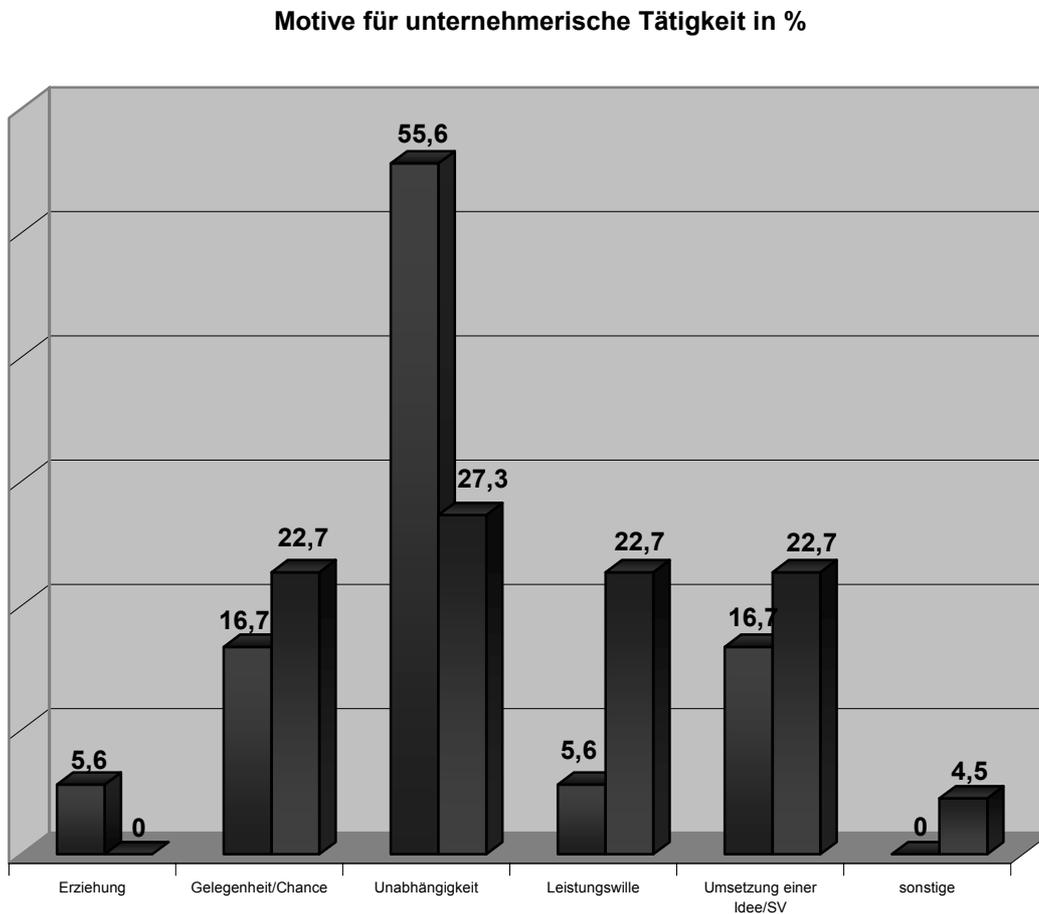
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Abbildung 2: Motive für unternehmerische Tätigkeit (neu)

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

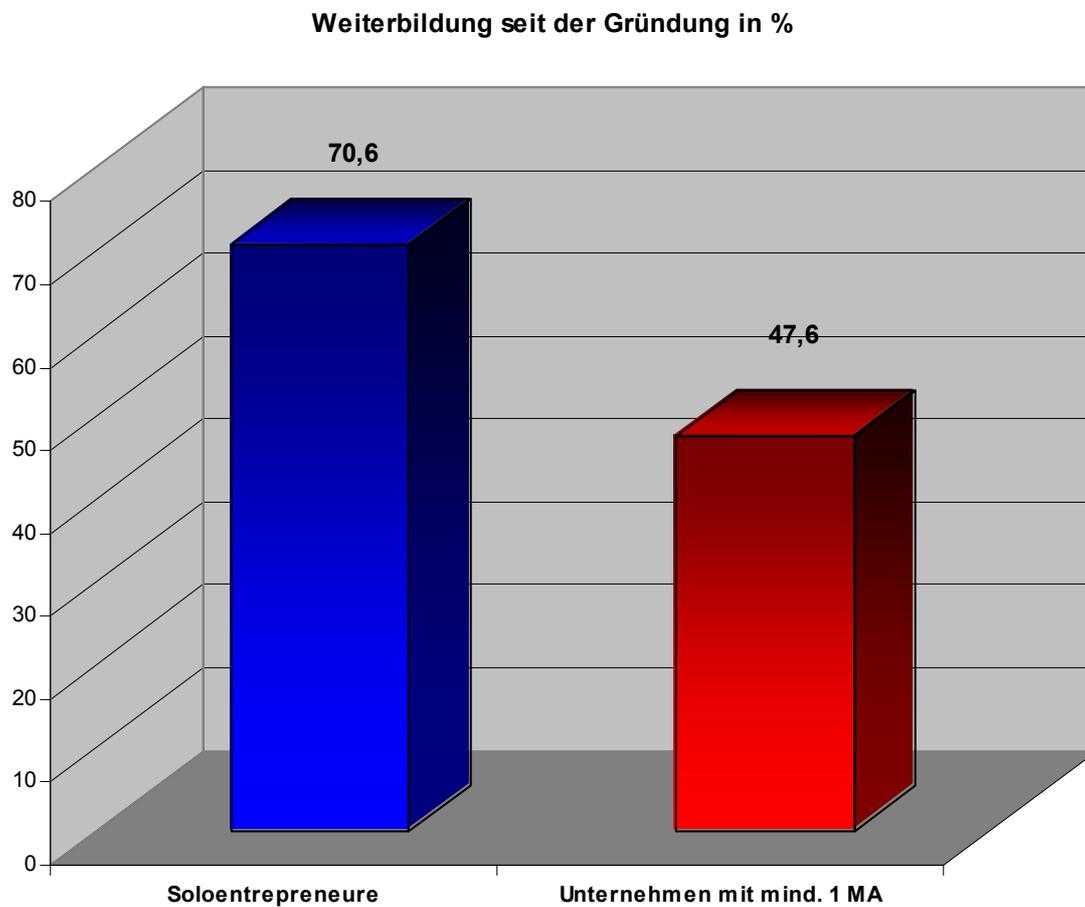
Wie im theoretischen Teil dargelegt sehen die Unternehmer die Unabhängigkeit als den wichtigsten Motivationsgrund unternehmerisch tätig zu sein. Der Grund für den hohen Anteil der Unabhängigkeit liegt darin, dass ein Großteil der Befragten angab, dass sie auch in Zukunft allein als Soloentrepreneur tätig sein wollen. Auffallend wenig gaben in ihrer Antwort den Grund Erziehung an, was unserer Meinung nach zeigt, dass die wirklichen Beweggründe nur sehr schwer zu erfragen sind.

3.2.2.1 Motive für die Selbstständigkeit

Abbildung 3: Motive für unternehmerische Tätigkeit in %

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Wie unsere Befragung zeigt, ist sowohl für Soloentrepreneure als auch für Unternehmer mit Mitarbeiter Unabhängigkeit der wichtigste Motivationsgrund unternehmerisch tätig zu sein. Das Ergreifen einer Chance sowie die Umsetzung einer neuen Idee sind sowohl für Soloentrepreneure als auch für Unternehmer mit Mitarbeiter fast gleichermaßen wichtig. Auffällig ist, dass bei Unternehmern mit Beschäftigten der Leistungswille anscheinend ausgeprägter ist.

Abbildung 4: Weiterbildung seit der Gründung in %

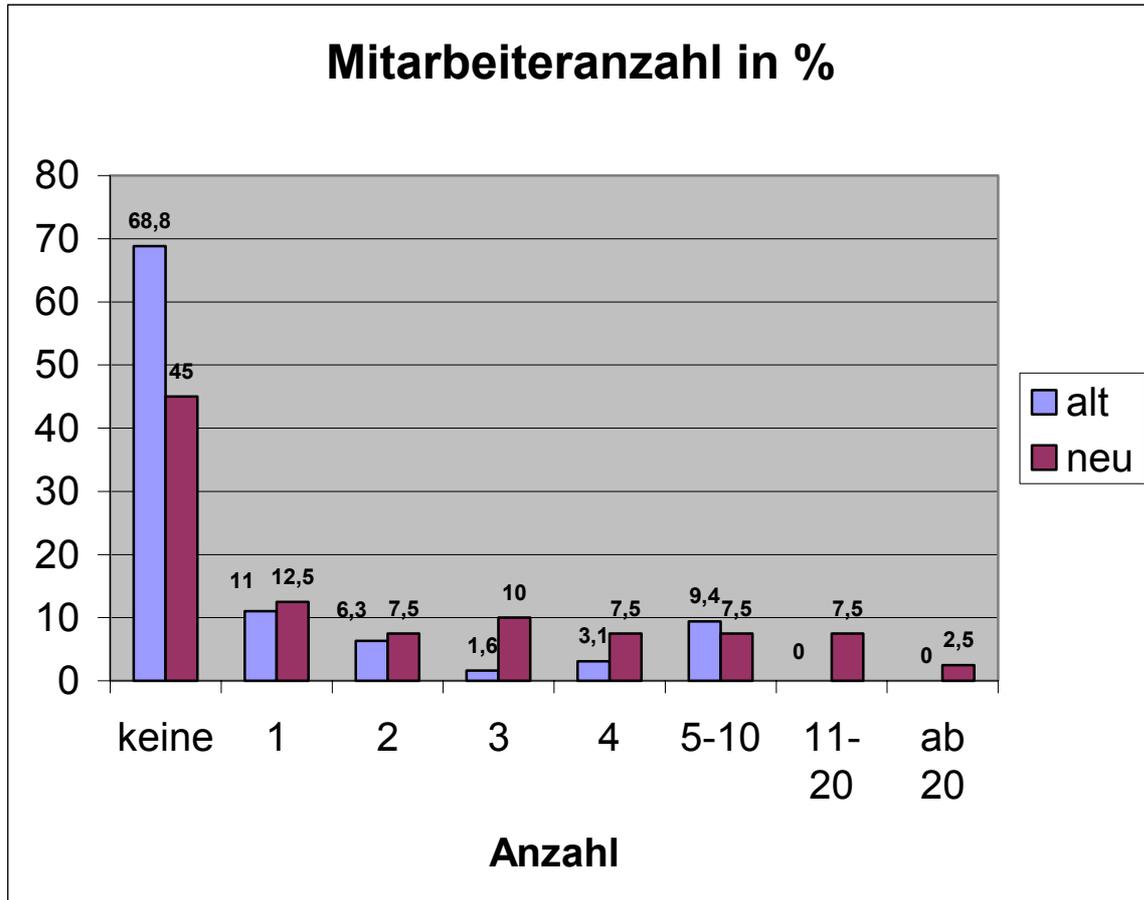
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Das individuelle Wissen ist besonders für Soloentrepreneure wichtig, um dem starken Wettbewerb stand zu halten. Da in der neuen Wirtschaft der Produktionsfaktor Wissen und Information immer wichtiger wird, sind besonders Soloentrepreneure gefordert sich ständig weiterzubilden. Wissens- und Ausbildungsstand sind einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren der New Economy.

3.2.3 Ressourcen

3.2.3.1 Zahl der Mitarbeiter

Abbildung 5: Mitarbeiter in %



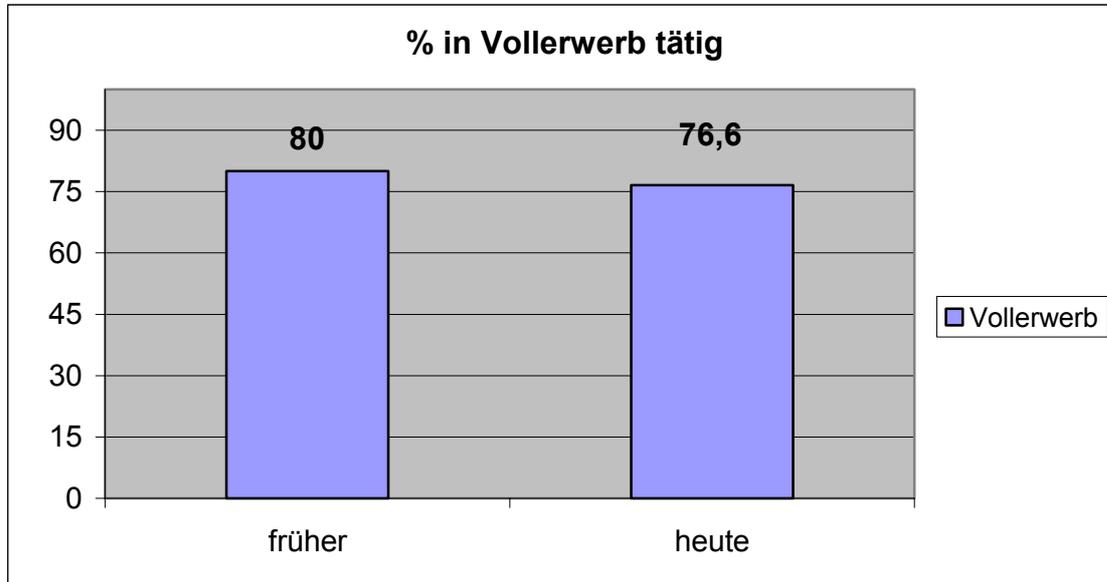
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Im Gründungsjahr hatten 68,8% keine Mitarbeiter angestellt. Der Prozentsatz dazu liegt in diesem Jahr bei 45%. Auffallend ist, dass Soloentrepreneure 3 Jahre nach der Gründung stark zurückgegangen sind. Während sich bei den anderen Unternehmen die Mitarbeiterzahlen unwesentlich verändert haben. 10 % entwickelten sich zu Unternehmen mit über 11 Angestellten.

3.2.3.2 Art der Betriebsstätte

3.2.3.3 Existenzbeitrag

Abbildung 6: % in Vollerwerb tätig

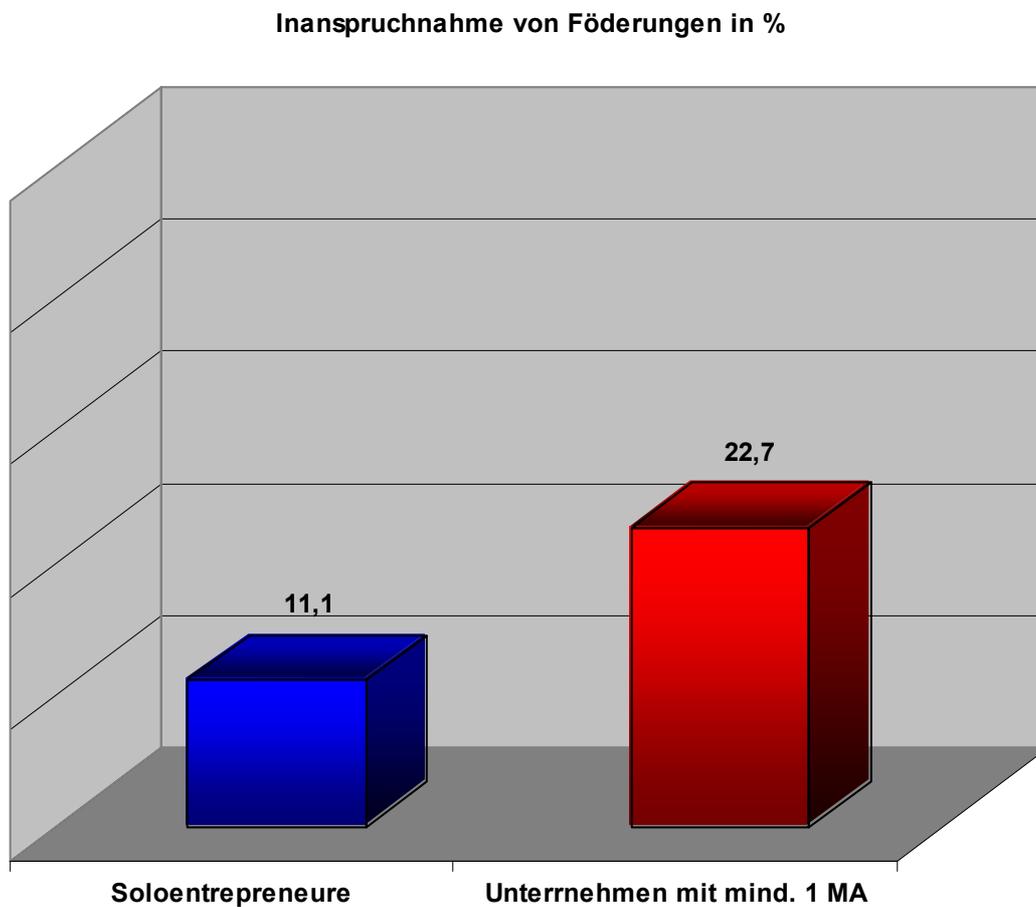


Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Der Anteil derer die ihr Unternehmen im Vollerwerb betreiben bleibt annähernd konstant.

3.2.3.4 Inanspruchnahme von Förderungen

Im Gründungsjahr nahmen 23,4% Förderungen in Anspruch. Zum heutigen Zeitpunkt nehmen nur noch 17,1% Förderungen in Anspruch. Der leichte Rückgang dürfte sich daraus ergeben, dass einige keine Neugründerförderung mehr bekommen

Abbildung 7: Inanspruchnahme von Förderungen in %

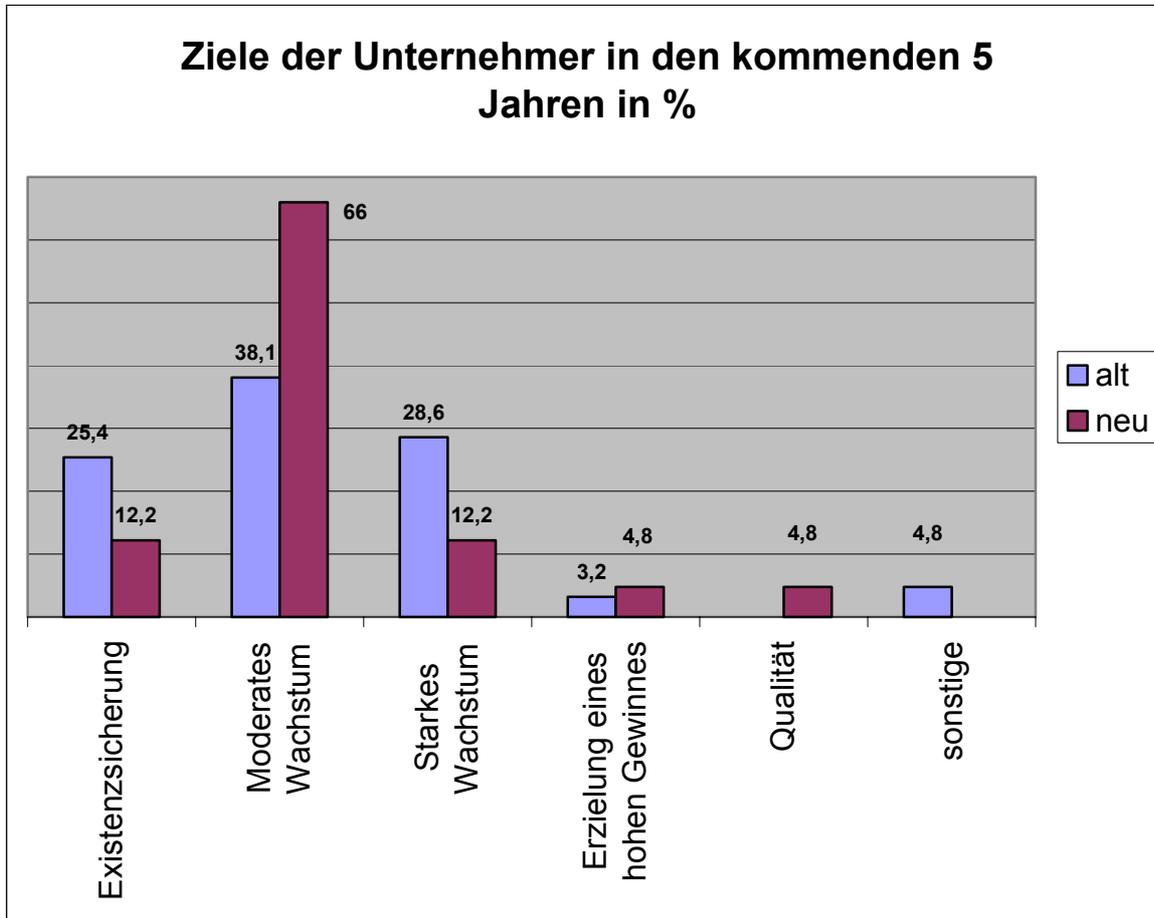
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Wie man aus unserer Umfrage ersehen kann, nehmen Soloentrepreneure fast um die Hälfte weniger Förderungen in Anspruch als Unternehmen mit mind. Einem Mitarbeiter. Mögliche Gründe dafür könnten sein, dass die Bewilligung von Förderungen für einen Soloentrepreneur zu viel (bürokratischen) Aufwand bedeutet und/oder dass Förderungen hauptsächlich für Investitionen genehmigt werden, der Wille dafür bei Soloentrepreneuren aber fehlt. Dies erscheint als widersprüchlich, wenn man bedenkt, dass Kapitalmangel als einer der Hauptgründe der hemmenden Faktoren genannt wurde (siehe 3.2.5.1)

3.2.4 Management

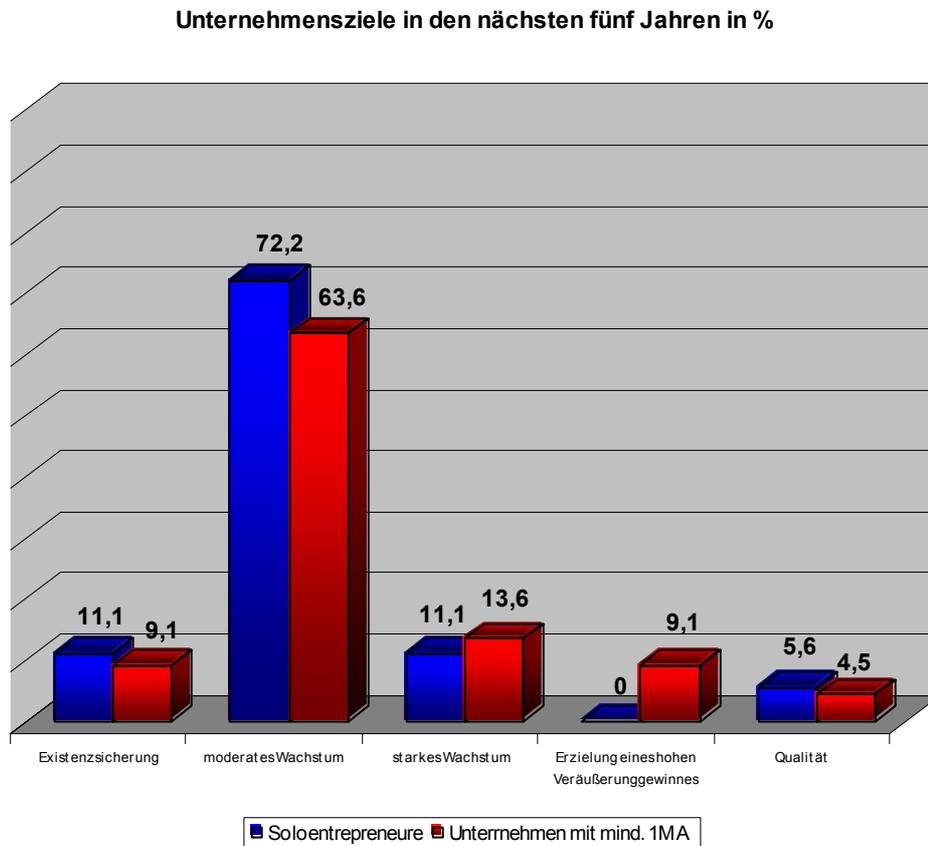
3.2.4.1 Unternehmensziele

Abbildung 8: Ziele der Unternehmer in den kommenden 5 Jahren in %



Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Während vor 3 Jahren Existenzsicherung, moderates und starkes Wachstum sich als Unternehmensziele noch die Waage hielten, haben sich die Ziele mittlerweile stark in Richtung moderates Wachstum entwickelt. Anscheinend dürfte sich die anfängliche Neugründereuphorie mittlerweile in einen gemäßigten Drang zum Größer werden gewandelt haben.

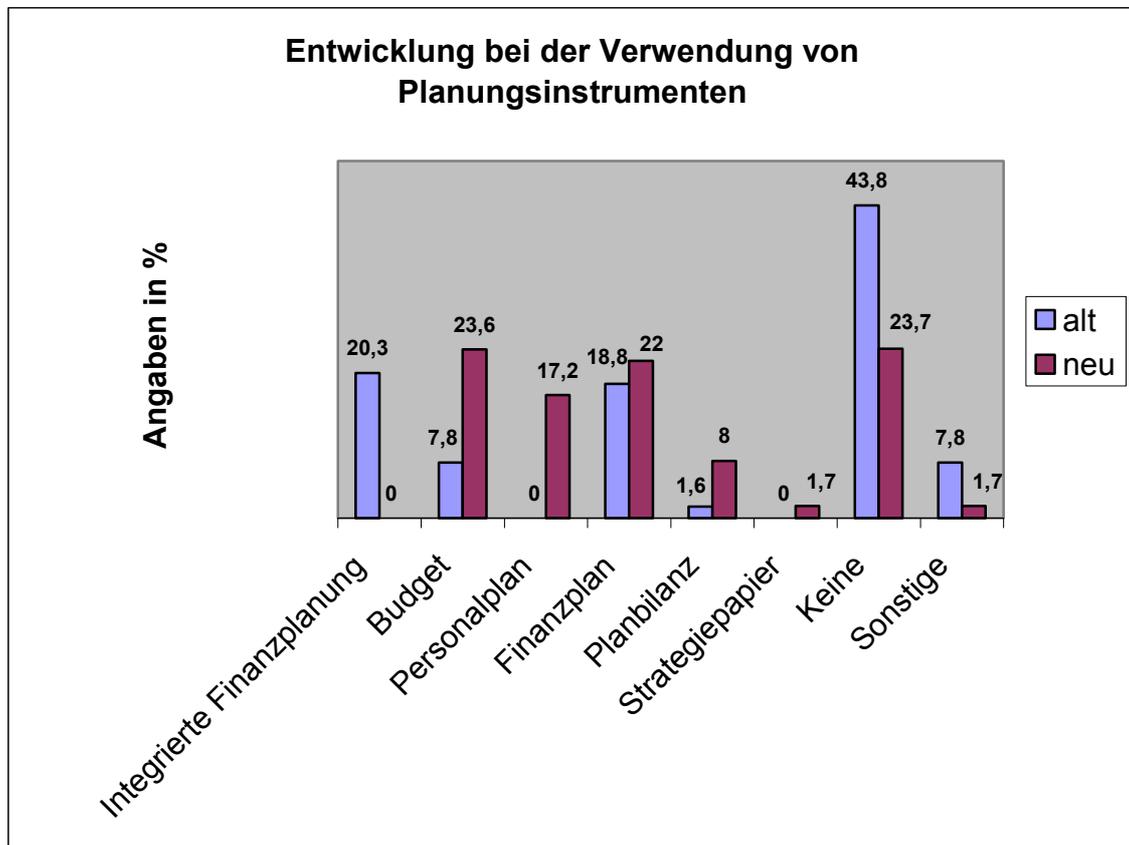
Abbildung 9: Unternehmensziele in den nächsten 5 Jahren in %

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Unternehmer, egal ob mit oder ohne Mitarbeiter haben als Ziel in den nächsten 5 Jahren das moderate Wachstum angegeben. Einerseits könnte der Grund in der in der allgemeinen österreichischen Mentalität liegen, andererseits kann man aber auch vom Ergebnis auf die gesamtwirtschaftliche Lage schließen.

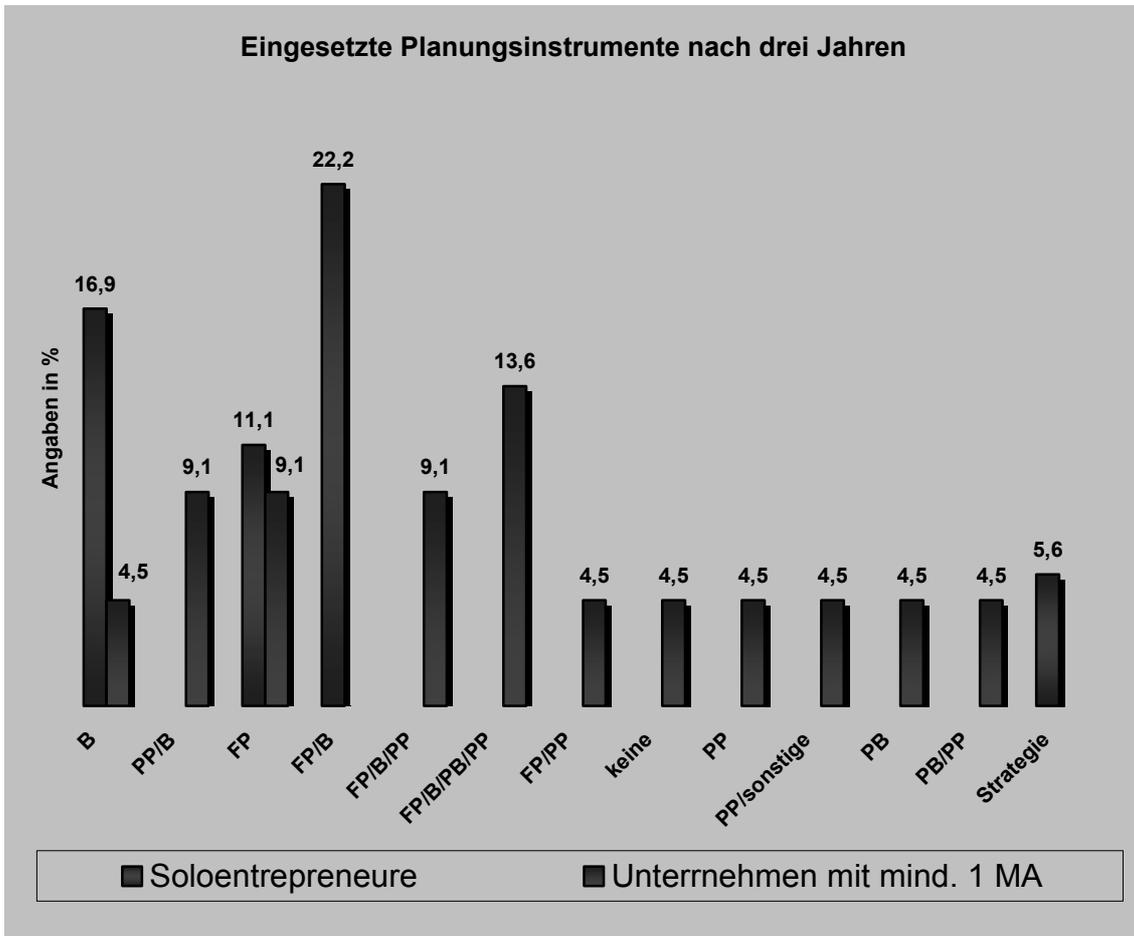
3.2.4.2 Planungsintensität

Abbildung 10: Entwicklung bei der Verwendung von Planungsinstrumenten



Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

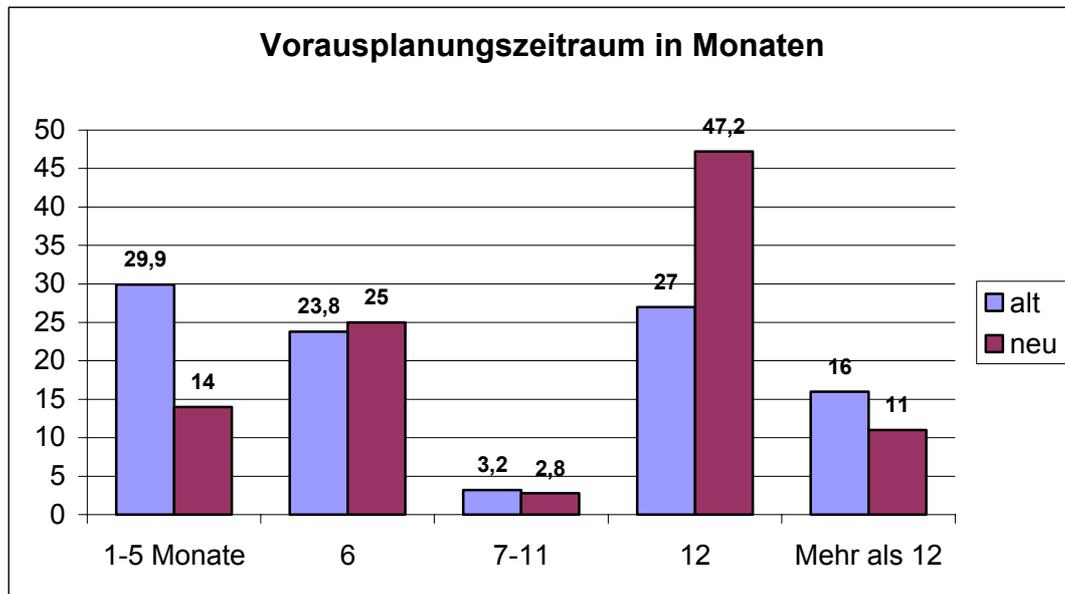
Es ist klar ersichtlich, dass sich heute im Gegensatz zu früher viel mehr Unternehmen mit Planungsinstrumenten beschäftigen bzw. diese aktiv anwenden.

Abbildung 11: Eingesetzte Planungsinstrumente nach 3 Jahren

Legende: B: Budget, PP: Personaleinsatzplan, FP: Finanzplan, PB: Planbilanz
 Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Sehr auffallend bei der Untersuchung war für uns, dass Soloentrepreneur ausschließlich Budget und Finanzplan als Planungsinstrumente verwenden, während sich Unternehmen mit min. 1 Mitarbeiter verschiedenster Planungsinstrumente bedienen. Besonders beliebt bei den Soloentrepreneuren ist die Kombination aus Finanzplan und Budget. Am meisten beliebt bei den Unternehmungen mit Mitarbeitern ist die Kombination aus Finanzplan, Budget, Planbilanz und Personalplan.

Generell lässt sich sagen, dass bei Unternehmungen mit Mitarbeitern die Planungsintensität wesentlich höher ist wie bei Soloentrepreneur. Dies beweist auch ein Blick auf die Häufigkeitstabellen zum Soll-Ist-Vergleich (Soll-Ist Vergleich bei Soloentrepreneuren: ca. 50% - bei Unternehmen mit MA ca. 90%).

Abbildung 12: Vorausplanungszeitraum in Monaten

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Bei der Vorausplanung lässt sich ein leichter Trend zu einer etwas längerfristigen Sichtweise erkennen. Heute planen 11% der Befragten Unternehmer mehr als 12 Monate im Voraus.

3.2.4.2.1 Der Businessplan

Der Businessplan erfüllt in einem Unternehmen emens wichtige und vielfältige Aufgaben:

Als strategisches Element hilft der Businessplan bei der Erkennung von Charakteristiken und Größen verschiedener Marktsegmente. Weiters hilft er beim Feststellen der Produktionserfordernisse und dient der Planung der finanziellen Erfordernisse sowie der Organisationsplanung. (Hisrich R., 1992)

Außer Acht gelassen darf weiters auf keinen Fall die essentielle Bedeutung des Businessplans auf die Fremdkapitalbeschaffung. Sowohl Banken als auch sonstige Investoren, die Venture Capital zur Verfügung stellen, setzen oft einen gut durchdachten und strukturierten Businessplan voraus, um ihre Investitionen rechtfertigen zu können. (Hisrich R., 1992)

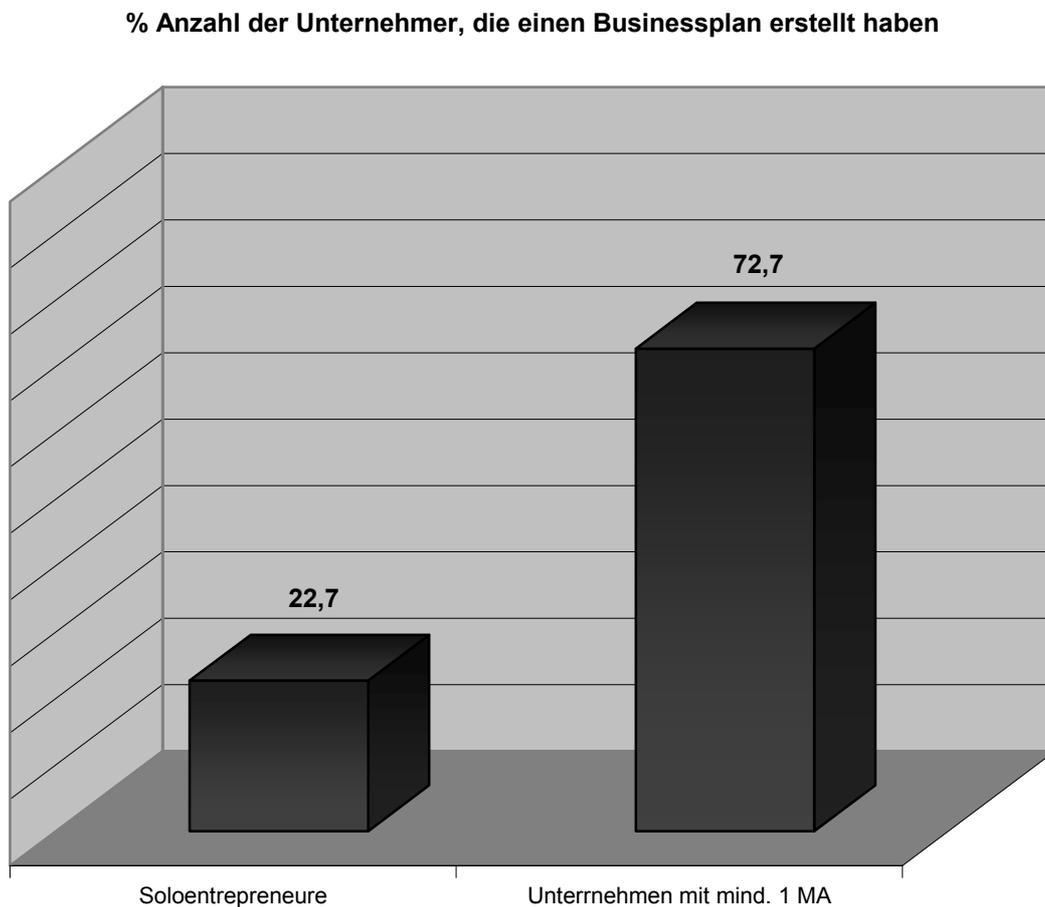
Zu betonen wäre schließlich auch noch, daß sich Businesspläne im Zeitablauf natürlich ändern. Die wirtschaftliche Situation, Konkurrenten, Technologien, Klienten

oder/und sonstige interne Faktoren (z.B. das Ausscheiden eines Schlüsselmitarbeiters) ändern sich oft schneller als erwartet, womit sich auch die generelle „Richtung“ des Businessplans ändert. (Hisrich R., 1992)

Schenkt man der Aussage „nur Geplantes ist auch planbar“ Glauben, so ist ein Businessplan also, unabhängig von der Größe des jeweiligen Unternehmens, ein wichtiges Hilfsmittel zur besseren Umsetzung von Ideen.

Dennoch ist er keine Garantie für den Erfolg – es gibt, wie wir wissen, kein solches erkennbares Patentrezept für eine erfolgreiche Unternehmensgründung oder -weiterführung. (Kornhäusl S., 1998)

Abbildung 13: %Anzahl der Unternehmer, die einen Businessplan erstellt haben



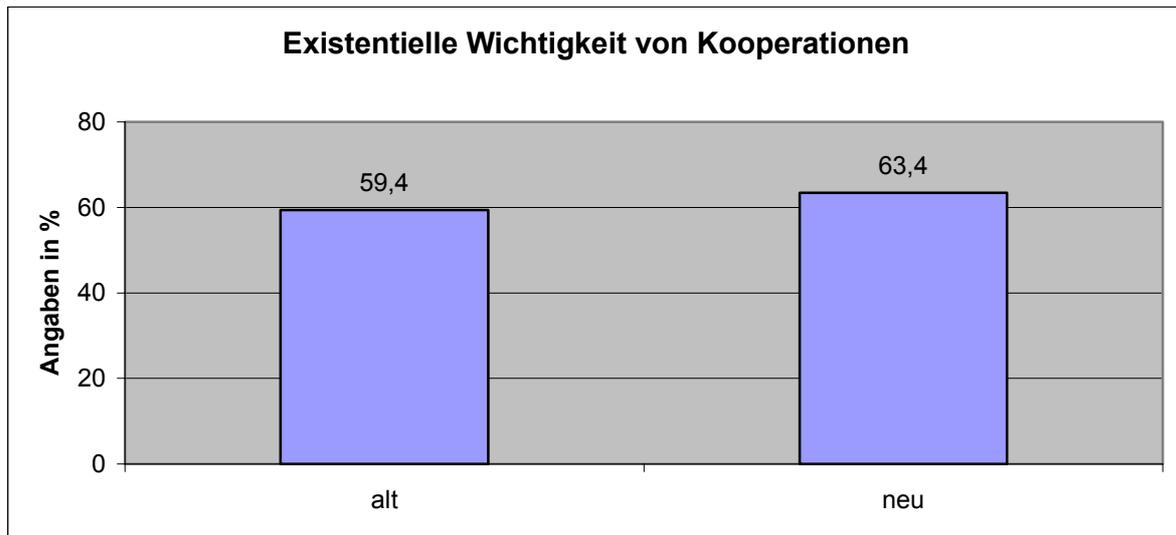
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Wenn man einen Blick auf die Häufigkeitstabellen wirft, lässt sich erkennen, dass Kapitalmangel als wesentlicher Hemmfaktor für Soloentrepreneuren genannt wird, während Unternehmen mit Mitarbeitern diesen Grund nicht als Hemmenden Faktor

anführen. Wie im oberen Teil erläutert ist der Businessplan für das aufreiben von Fremdkapital unter umständen sehr wichtig. Weiters auffallend ist, dass nur rund die Hälfte der Soloentrepreneure ihren Businessplan geändert haben, während 81% der Unternehmen mit Mitarbeitern diesen adaptierten.

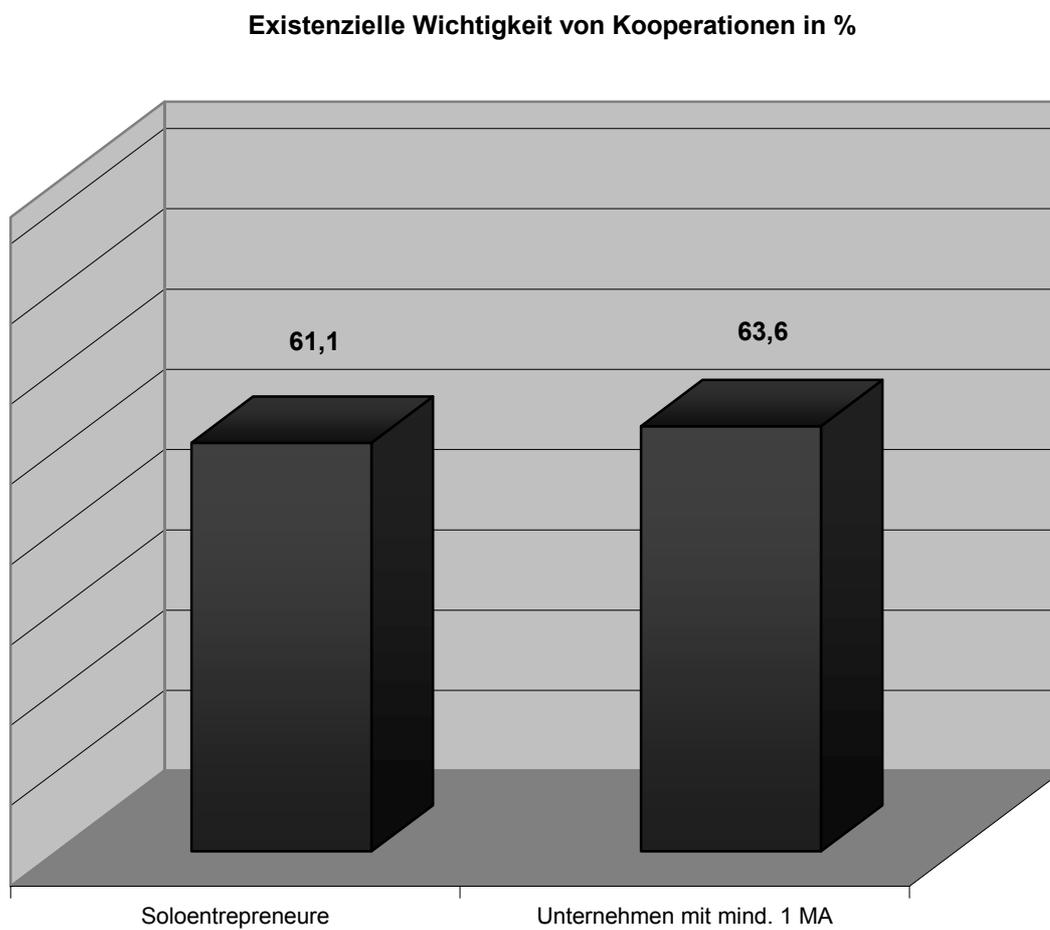
3.2.4.3 Kooperationen

Abbildung 14: Existentielle Wichtigkeit von Kooperationen



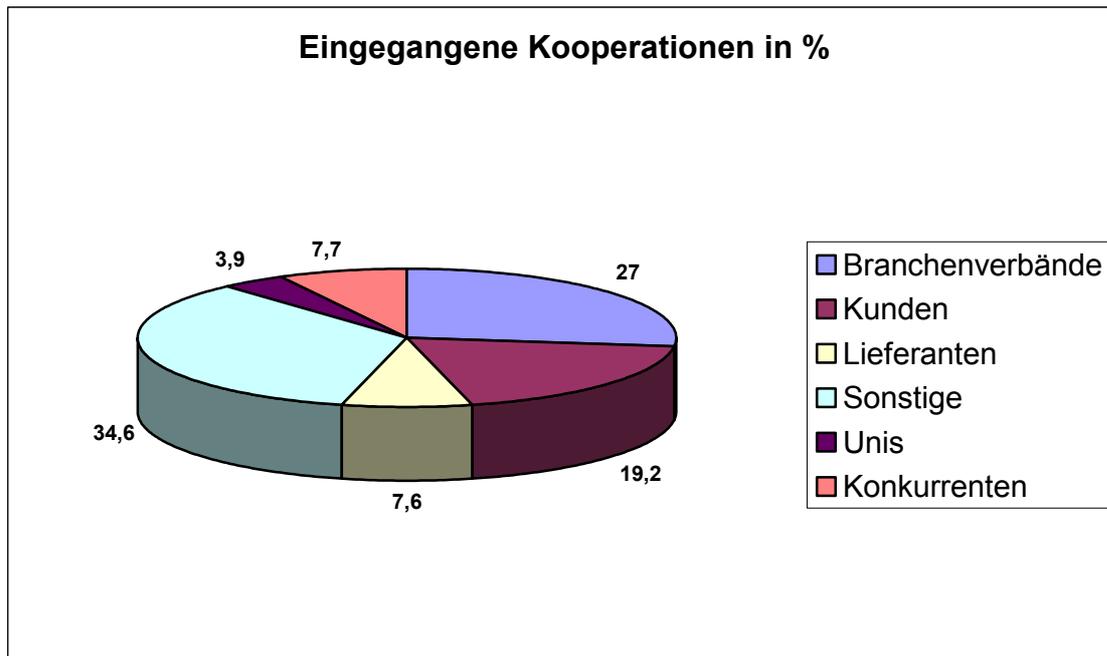
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

59,4% der befragten Unternehmen gingen existentiell wichtige Kooperationen ein, während heute 63,4% Kooperationen als existentiell wichtig sehen.

Abbildung 15: Existenzielle Wichtigkeit von Kooperationen in %

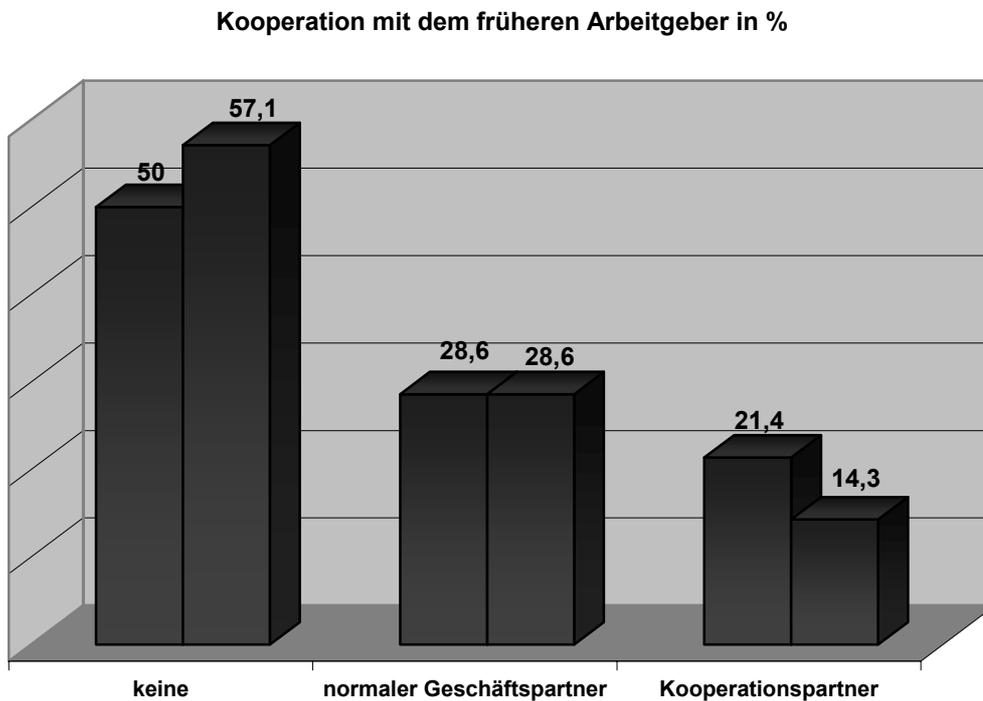
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Entgegen unserer auf der Theorie basierenden Annahme, dass die Bedeutung von Kooperationen für Soloentrepreneure im Vergleich zu Unternehmen mit Mitarbeitern bedeutend wichtiger ist, zeigt die Untersuchung annähernd keinen Unterschied.

Abbildung 16: Eingegangene Kooperationen in %

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Diese Kooperationen finden vor allem innerhalb des gleichen Branchenverbandes statt (27%). Andere Kooperationen finden mit Kunden (19,2%), Lieferanten (7,6%) und Konkurrenten (7,6%) statt.

Abbildung 17: Kooperation mit dem früheren Arbeitgeber in %

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Die Kooperation mit früheren Arbeitgebern scheint für Soloentrepreneure etwas wichtiger zu sein als für Unternehmen mit Mitarbeitern. Dies könnte daran liegen, dass Soloentrepreneure nicht zu einem Konkurrenten übergehen, sondern sich meist freundschaftlich von ihren alten Arbeitgebern trennen und die Beziehung meist weiter aufrecht erhalten bleibt.

3.2.5 Umwelt

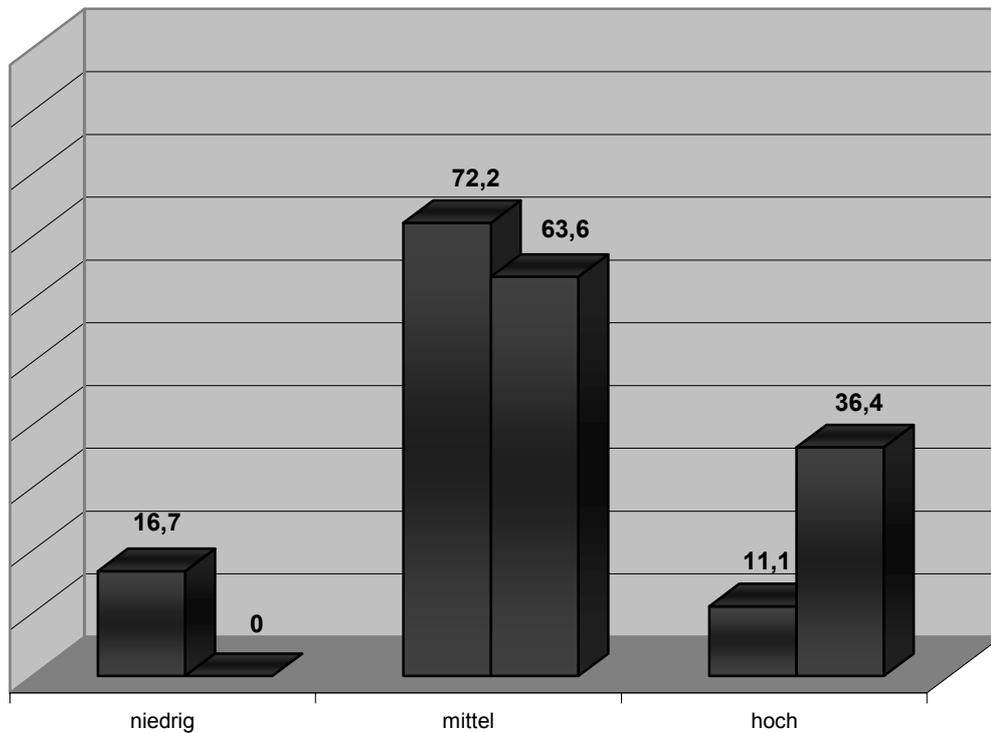
3.2.5.1 Wahrgenommene Faktoren für die Entwicklung des Unternehmens

Die genaue Auslistung der hemmenden bzw. fördernden Faktoren ist hier zu umfangreich und kann im Anhang 3 (Häufigkeitstabellen) nachgeschlagen werden. Grundsätzlich lässt sich aber folgende Gruppierung erkennen. Während der fördernde Hauptfaktor im generellen IT-Trend liegt, lassen sich bei den hemmenden Faktoren vor allem das Problem der Größe des Unternehmens und bei den Soloentrepreneuren der Kapitalmangel erkennen.

3.2.5.2 Erkannte Wachstumschancen in der Zukunft

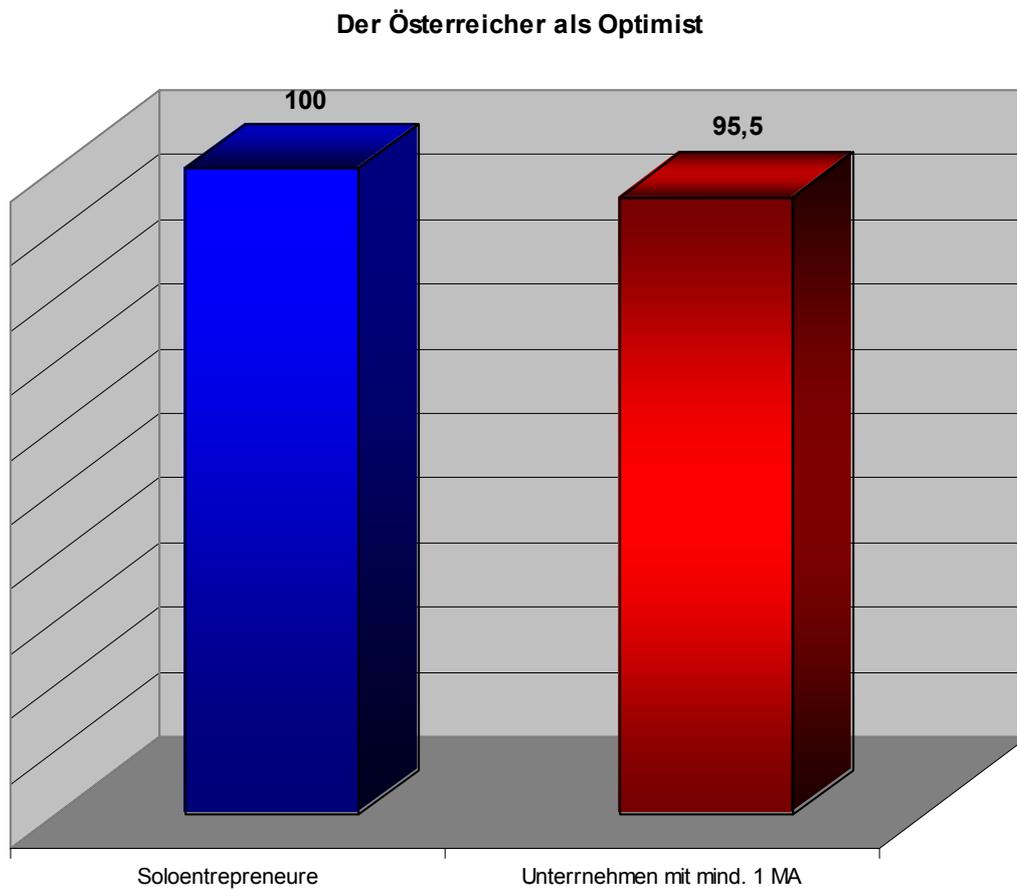
Abbildung 18: Wachstumschancen in den kommenden 3 Jahren

Wachstumschancen in den kommenden drei Jahren



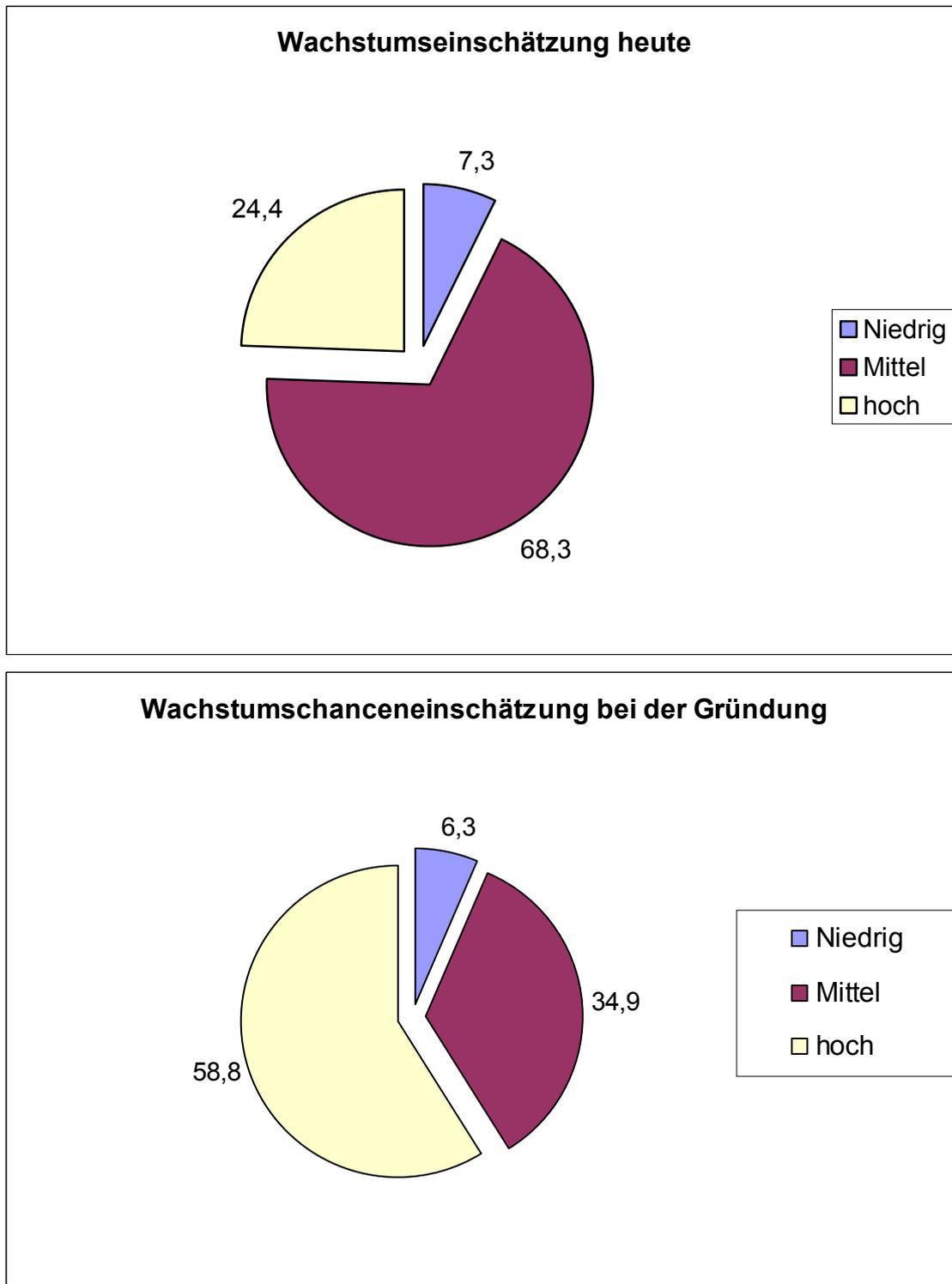
Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Diese Tabelle deckt sich zum Teil mit der Tabelle der Ziele für den Zeitraum für die nächsten 3 Jahre. Die Unternehmer mit Mitarbeitern schätzen ihre Wachstumschancen generell höher ein (vielleicht aufgrund von Teamgründungen), während Soloentrepreneure mit ihrer niedrigen Einschätzung alleine stehen.

Abbildung 19: Der Österreicher als Optimist

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

Generell sieht sich der österreichische Unternehmer – egal ob Soloentrepreneur oder Unternehmer mit Mitarbeitern – als Optimist und scheint die Lebensweisheit „Ana hot oiwei des Bummer!“ zu vernachlässigen.

Abbildung 20: Wachstumseinschätzungen

Quelle: eigene Darstellung der VerfasserInnen

4 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Ausblick

Im Laufe dieser Arbeit haben wir versucht, die am Anfang gestellten Fragen über Motive, Ursachen und Merkmale bestmöglich zu beantworten. Leider lassen sich die Fragestellungen der erhobenen Daten nur teilweise beantworten und eindeutige Aussagen können nur in manchen Fällen geäußert werden. Ein Grund dafür ist die kleine Stichprobenanzahl von nur 64 befragten Personen. Bei der Suche nach den Motiven für Soloentrepreneure in der New Economy ergab sich eindeutig die Unabhängigkeit als Hauptmotiv. Andere Fragestellungen lassen zwar über das Wesen der Soloentrepreneure Zusammenhänge und interessante Tendenzen erkennen, müssten aber für detailliertere Aussagen umfangreicher durchgeführt werden. Weiters ist es zusammenfassend zu bemerken, dass der Anteil der Soloentrepreneuren von 68% auf 45% stark gesunken. Auch dieser Umstand bedürfte einer weiteren tieferen Untersuchung.

Abschließend lässt sich noch festhalten, dass es in manchen Fällen einen auffälligen Unterschied zwischen Soloentrepreneuren und Unternehmern mit Mitarbeitern gibt. Diese wären vor allem die Weiterbildung, die Inanspruchnahme von Förderungen, die Verwendung von Planungsinstrumenten und die erkannten Wachstumschancen für die Zukunft.

Eine nochmalige Bearbeitung der restlichen Soloentrepreneure erscheint uns nicht mehr als sinnvoll, da die Stichprobenanzahl mittlerweile nicht mehr ausreichend und daher nicht aussagekräftig ist.

Literaturverzeichnis und Quellenangaben

Altvater E., Mahnkopf B., (2000): „New Economy“ – nichts Neues unter dem Mond in WSI Mitteilungen, Monatszeitschrift des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts in der Hans-Böckler-Stiftung, Bund Verlag, Frankfurt/Main, Jahrgang 53, Ausgabe 12/2000, S.770 ff.

Bögenhold D., Leicht R., (2000): „Neue Selbständigkeit“ und Entrepreneurship: Moderne Vokabeln und damit verbundene Hoffnungen und Irrtümer, in WSI – Mitteilungen, Monatszeitschrift des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts in der Hans-Böckler-Stiftung, Bund Verlag, Frankfurt/Main, Jahrgang 53, Ausgabe 12/2000, S. 781

Evers G., Wijmans L., (2000): Selbständige ohne Mitarbeiter: Erwerbstätige Arbeitnehmer und Unternehmer ?, in WSI-Mitteilungen, Monatszeitschrift des Wirtschafts- und Sozialwirtschaftlichen Instituts in der Hans-Böckler-Stiftung, Bund Verlag, Frankfurt/Main, Jahrgang 53, Ausgabe 12/2000, S. 790 ff.

Hopfenbeck W., Müller M., Peisl T., (2001): „Wissensbasiertes Management: Ansätze und Strategien zur Unternehmensführung in der Internet-Ökonomie“, Landsberg/Lech, Verlag Moderne Industrie, S. 39 f., S.116, S.197 ff., S.412 f.

Hisrich, Robert D., Peters, Michael P.: “Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise“, Richard D. Irwin, INC., “2nd edition, 1992 – S.33, S.125, S.143

Kornhäusl, Susanne: „ Fördernde und hemmende Faktoren in der Gründungsphase – eine sekundäranalytische und primäranalytische Untersuchung“, Institut für BWL der Klein- und Mittelbetriebe, 1998, Diplomarbeit – S.22ff

Mugler J. (1998): Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Band 1. –
Wien, New York: Springer

Mugler J. (1999): Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Band 2. –
Wien, New York: Springer

ANHANG 1

FRAGEBOGEN

Name des Studenten:

Nummer des Fragebogens:

Internetrecherche

e-mail-Adresse

Vorhanden	1
Nicht vorhanden	2

e-mail-Adresse:

Telefonnummer:

Ansprechpartner:

Fragebogen

1. Besitzen Sie das Unternehmen noch? (statusdrei)

Ja	1
Verkauf	2
Verpachtung	3
Freiwillige Einstellung	4
Zwangsläufige Einstellung infolge Konkurs und/oder Entziehung der Gewerbeberechtigung	5
Sonst. Form der Weitergabe (Schenkung)	6

2. Haben Sie Ihre Rechtsform seit der Gründung verändert? Wenn ja, welche Rechtsform hat Ihr Unternehmen nun? (rfaend)

Einzelunternehmen	1
GesmbH	2
OHG, KG	3
OEG, KEG	4
Gesellschaft nbR	5
Verein	6
Sonstige	7

3. Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie zur Zeit? (Madrei)

.....

3.1. Wenn keine, warum nicht? (Motikei)

Zu teuer	1
Keine qualifizierten Mitarbeiter zu bekommen	2
Unzuverlässig	3
Kein Bedarf	4
Will unabhängig arbeiten	5
Sonstige.....	6

**3.2. Entlohnen Sie qualifizierte Mitarbeiter leistungsbezogen?
(Entleidr)**

Ja	1
Nein	2

3.3. Woher rekrutieren Sie Ihre Mitarbeiter? (Marbqu)

Arbeitsamt (Ams)	1
Personalberater/Headhunter	2
Konkurrenzbetriebe	3
Anzeigenteil von Zeitungen	4
Schulen und Universitäten	5
Durch die eigenen Mitarbeiter	6
Informelle Beziehungen	7
Jobbörsen im Internet	8

4. Haben Sie sich seit dem Gründungszeitpunkt beruflich weitergebildet/zusätzliche Ausbildungen abgeschlossen? (weibil)

Ja	1
Nein	2

Wenn ja, wie haben Sie sich weitergebildet? (weibart).....

.....

**5. Arbeiten Sie ausschließlich im Vollerwerb in Ihrem Unternehmen?
(vollerdr)**

Ja	1
Nein	2

6. Was ist Ihr Beweggrund um unternehmerisch tätig zu sein? (Hauptgrund und Nebengründe möglich) (motunt)

Arbeitslosigkeit, keine andere Erwerbsmöglichkeit	1
Wurde durch Erziehung dazu vorbereitet	2
Nutzung einer guten Gelegenheit/Ergreifung einer einmaligen Chance	3
Unabhängigkeit/freie Zeiteinteilung	4
Leistungswille, Streben nach Eigenverantwortlichkeit	5
Wille zur Umsetzung einer guten Idee/Selbstverwirklichung	6
Vermögensbildung, bessere Verdienstmöglichkeit	7
Sonstiges	8

7. Sind Kooperationen für Ihr Unternehmen existentiell wichtig? (koopdr)

Ja	1
Nein	2

7.1. Wenn Ja, welche? (koodrart)

Branchenverbände	1
Mit Kunden	2
Mit Konkurrenten	3
Mit Lieferanten	4
Sonstige.....	5

7.2. In welchem Umfang sind Sie mit früheren Arbeitgebern verbunden? (kooparbf)

Gar nicht	1
Ein Geschäftspartner wie jeder andere	2
Überdurchschnittlich	3

8. Hatten Sie seit der Gründung zusätzlichen Kapitalbedarf? (kapbedzus)

Ja	1
Nein	2

Wenn ja, wie viel? (kabbzuho)

8.1. Woher stammen überwiegend die Mittel um den zusätzlichen (Kapital-)Bedarf zu decken? (kapzudr)

Eigenkapital	1
Fremdkapital	2
Ausgewogen	3

8.2. Welche Arten des Eigenkapitals werden in Anspruch genommen? (Ekdrart)

Eigenkapitalgeber	Ja	Nein
Venture Capital Firmen	1	0
Business Angel	1	0
Stille Teilhaber/stille Gesellschaft	1	0
Teilhaber aus Familie/Freundeskreis	1	0
Privatgeld	1	0
Sonstige.....	1	0

8.3. Wenn Fremdkapital verwendet wird, wer sind die Fremdkapitalgeber? (Fkgebdr)

Fremdkapitalgeber	Ja	Nein
Lieferanten	1	0
Kunden (Anzahlungen)	1	0
Banken	1	0
Familie, Freunde	1	0
Leasinggesellschaften	1	0
Sonstige	1	0

8.4. Wodurch ergab sich der erhöhte Kapitalbedarf? (gruzkpd)

Steuerliche Gründe	1
Expansionsgründe	2
Private Gründe	3
Werbung	4
Mitarbeiter	5
Konkurrenzsituation	6
Gesteigerte Nachfrage	7
Sonstigen	8

9. Nehmen Sie Förderungen in Anspruch? (foerdr)

Ja	1
Nein	2

9.1. Wenn Ja, welche? (foardr)

.....

.....

10. Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Unternehmen in den nächsten fünf Jahren? (zieldrnf)

Sicherung meiner Existenz	1
Moderates Wachstum	2
Starkes Wachstum	3
Erzielung eines hohen Veräußerungsgewinnes	4
Sonstige	5

11. Haben Sie einen Businessplan erstellt? (buspldr)

Ja	1
Nein	2

11.1. Mussten Sie ihn bereits ändern/anpassen? (busplae)

Ja	1
Nein	2

12. Welche Planungsinstrumente wenden Sie an? (plinstdr)

Finanzplan	1
Budget	2
Planbilanz	3
Personaleinsatzplan	4
Sonstige	5
Keine schriftlichen Pläne	6

13. Für welchen Zeitraum planen Sie im voraus? (plzeidr)

..... Monate

14. Stellen Sie Soll-Ist-Vergleiche an? (soisdr)

Ja	1
Nein	2

15. Von welchen Trends profitieren Sie? (trenddr)

.....
.....

16. Setzen Sie Ihre Leistungen auch im Ausland ab? (expodr)

Ja	1
Nein	2

17. Wie schätzen Sie Ihre Wachstumschancen in den kommenden fünf Jahren? (wachzdr)

Niedrig	1
Mittel	2
Hoch	3

18. Sind Sie optimistisch, was die Erreichung Ihrer Ziele in den nächsten fünf Jahren betrifft? (optidr)

Ja	1
Nein	2

Wenn nein, warum? (grupesdr).....

Wirtschaftliche Gründe	1
Private Gründe	2

19. Wie hat sich Ihr Unternehmen bis zum heutigen Zeitpunkt entwickelt? (entwdr)

Sehr gut	1
Gut	2
Stagniert	3
Schlecht	4

20. Was sind entscheidende Faktoren für die Entwicklung Ihres Unternehmens? Nennen Sie bitte sowohl fördernde als auch hemmende Faktoren.

Fördernde (foerdfak).....

 Hemmende (hemfak).....

ANHANG 2

HYPOTHESEN

HYPOTHESEN

- Es besteht kein Zusammenhang zwischen der Rechtsform des Unternehmens und Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter. **Frage 2 und 3**
- Es besteht ein Zusammenhang zwischen Einzel-Unternehmertum und Arbeit im Vollerwerb im Unternehmen. **Frage 2 und 5**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen Einzelunternehmertum und existentiell wichtigen Kooperationen. **Frage 2 und 7**
- Diese Unternehmer haben bewusst keine Mitarbeiter, da sie zu teuer sind, und/oder da sie unabhängig arbeiten wollen. **Frage 3 und 3.1**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen einer eventuellen beruflichen Weiterbildung des Entrepreneurs und der Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter. **Frage 3 und 4**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen der Arbeit im Vollerwerb und der Anzahl der Mitarbeiter **Frage 3 und 5**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen der Anzahl der Mitarbeiter und dem Hauptbeweggrund um unternehmerisch tätig zu sein. **Frage 3 und 6**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen der existentiellen Wichtigkeit der Kooperationen und der Nichtexistenz von Mitarbeitern. **Frage 3 und 7**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen Anzahl der Mitarbeiter und der Verbundenheit zum früheren Arbeitgeber. **Frage 3 und 7.2**
- Es besteht kein Zusammen hang zwischen zusätzlichen Kapitalbedarf und der Anzahl der Mitarbeiter. **Frage 3 und 8**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen den in den nächsten 5 Jahren verfolgten Zielen und der Anzahl der Mitarbeiter. **Frage 3 und 10**
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Entwicklung des Unternehmens bis zum heutigen Zeitpunkt und der Entlohnungsform der Mitarbeiter. **Frage 3.2 und 19**
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der beruflichen Weiterbildung und der Entwicklung des Unternehmens bis zum heutigen Zeitpunkt. **Frage 4 und 19**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen den Beweggründen des Entrepreneurs und der Verbundenheit gegenüber dem/der früheren Arbeitgeber. **Frage 6 und 7.2**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen den Beweggründen eines Unternehmers ein Unternehmen zu gründen und den in den kommenden 5 Jahren verfolgten Zielen. **Frage 6 und 10**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen Kooperation mit Vertriebspartnern (Konkurrenten?) und Exportleistungen. **Frage 7.1 und 16**
- Es besteht kein Zusammenhang zwischen zusätzlichem Kapitalbedarf und Inanspruchnahme von Förderungen. **Frage 8 und 9**
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen den geschätzten Wachstumschancen in den kommenden 5 Jahren und den verfolgten Zielen in den nächsten 5 Jahren. **Frage 10 und 17**
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Erstellung eines Business Plans und sich in Anwendung befindenden Planungsinstrumenten. **Frage 11 und 12**
- Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Absetzung der Leistung im Ausland und der Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter. **Frage 16 und 3**

ANHANG 3

HÄUFIGKEITEN

Häufigkeiten

Statistiken

Rechercheergebnis nach drei Jahren

N	Gültig	57
	Fehlend	7

Rechercheergebnis nach drei Jahren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	vollständiger Fragebogen	52	81,3	91,2	91,2
	nicht antwortbereit	3	4,7	5,3	96,5
	nicht aufgefunden	1	1,6	1,8	98,2
	verstorben	1	1,6	1,8	100,0
	Gesamt	57	89,1	100,0	
Fehlend	System	7	10,9		
Gesamt		64	100,0		

Häufigkeiten

Statistiken

Status drei Jahre nach der Gründung

N	Gültig	50
	Fehlend	2

Status drei Jahre nach der Gründung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Unternehmen noch im Besitz	41	78,8	82,0	82,0
	Verkauf	1	1,9	2,0	84,0
	Freiwillige Einstellung	8	15,4	16,0	100,0
	Gesamt	50	96,2	100,0	
Fehlend	System	2	3,8		
Gesamt		52	100,0		

Häufigkeiten

Statistiken

Grund f. Nichtfortbestand

N	Gültig	52
	Fehlend	0

Grund f. Nichtfortbestand

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	49	94,2	94,2	94,2
Guter Job m.sicherem Einkommen	1	1,9	1,9	96,2
Interessensmangel festgestellt	1	1,9	1,9	98,1
neben LW zeitlicher Engpass	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Häufigkeiten**Statistiken**

Neue Rechtsform

N	Gültig	12
	Fehlend	40

Neue Rechtsform

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Einzelunternehmen	1	1,9	8,3	8,3
GesmbH	6	11,5	50,0	58,3
OHG, KG	1	1,9	8,3	66,7
OEG, KEG	4	7,7	33,3	100,0
Gesamt	12	23,1	100,0	
Fehlend System	40	76,9		
Gesamt	52	100,0		

Häufigkeiten derjenigen, die Mitarbeiter beschäftigen**Statistiken**

Leistungsbezogene Entlohnung drei Jahre n. d. Gründung

N	Gültig	22
	Fehlend	0

Leistungsbezogene Entlohnung drei Jahre n. d. Gründung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Ja	14	63,6	63,6	63,6
Nein	8	36,4	36,4	100,0
Gesamt	22	100,0	100,0	

Häufigkeiten

Warnungen

In dieser Prozedur wurden keine Fälle eingegeben. Entweder sind keine Fälle in der Arbeitsdatei vorhanden oder alle Fälle wurden herausgefiltert.
Dieser Befehl wird nicht ausgeführt.

Häufigkeiten der Soloentrepreneure**Statistiken**

Motive f. Soloentrepreneurship

N	Gültig	18
	Fehlend	0

Motive f. Soloentrepreneurship

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	3	16,7	16,7	16,7
zu teuer	1	5,6	5,6	22,2
qual. Mitarbeiter schwer zu bekommen	1	5,6	5,6	27,8
keine Bedarf an Mitarbeitern	10	55,6	55,6	83,3
Abhängigkeit von Mitarbeitern unerwünscht	2	11,1	11,1	94,4
Kosten	1	5,6	5,6	100,0
Gesamt	18	100,0	100,0	

Häufigkeiten**Statistiken**

Zahl der Mitarbeiter drei Jahre nach der Gründung

N	Gültig	40
	Fehlend	12

Zahl der Mitarbeiter drei Jahre nach der Gründung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	,00	18	34,6	45,0	45,0
	1,00	5	9,6	12,5	57,5
	2,00	3	5,8	7,5	65,0
	3,00	4	7,7	10,0	75,0
	4,00	3	5,8	7,5	82,5
	5,00	1	1,9	2,5	85,0
	7,00	1	1,9	2,5	87,5
	8,00	1	1,9	2,5	90,0
	13,00	1	1,9	2,5	92,5
	14,00	1	1,9	2,5	95,0
	20,00	1	1,9	2,5	97,5
	40,00	1	1,9	2,5	100,0
	Gesamt	40	76,9	100,0	
Fehlend	System	12	23,1		
Gesamt		52	100,0		

Häufigkeitstabelle**Mitarbeiterrekrutierung**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	AMS	1	1,9	4,2	4,2
	Bildungsstätten	2	3,8	8,3	12,5
	über eigene Mitarbeiter	3	5,8	12,5	25,0
	informelle Beziehungen	7	13,5	29,2	54,2
	verschiedenste Quellen	11	21,2	45,8	100,0
	Gesamt	24	46,2	100,0	
Fehlend	System	28	53,8		
Gesamt		52	100,0		

Weiterbildung seit Gründung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	23	44,2	59,0	59,0
	Nein	16	30,8	41,0	100,0
	Gesamt	39	75,0	100,0	
Fehlend	System	13	25,0		
Gesamt		52	100,0		

Art der Weiterbildung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	31	59,6	59,6	59,6
autodidaktisch	1	1,9	1,9	61,5
div. Kurse	10	19,2	19,2	80,8
Div. Kurse	2	3,8	3,8	84,6
div. Kurse, Studium	1	1,9	1,9	86,5
Fachliteratur, Unternehmensberater	1	1,9	1,9	88,5
Fachseminare	1	1,9	1,9	90,4
Kommunikation, Geschäftsprozesse	1	1,9	1,9	92,3
Literatur	2	3,8	3,8	96,2
Studium	1	1,9	1,9	98,1
Unternehmertraining, techn. Sicherheit	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Vollerwerbsunternehmen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig				
Ja	32	61,5	80,0	80,0
Nein	8	15,4	20,0	100,0
Gesamt	40	76,9	100,0	
Fehlend				
System	12	23,1		
Gesamt	52	100,0		

Motive, unternehmerisch tätig zu sein

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	12	23,1	23,1	23,1
Erziehung	1	1,9	1,9	25,0
Gelgenheit/Chance	8	15,4	15,4	40,4
Unabhängigkeit	16	30,8	30,8	71,2
Leistungswille	6	11,5	11,5	82,7
Umsetzung einer Idee/Selbstverwirklichung	9	17,3	17,3	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Motive2 unternehmerisch tätig zu sein

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Gelegenheit/Chance	4	7,7	20,0	20,0
	Unabhängigkeit	2	3,8	10,0	30,0
	Leistungswille	4	7,7	20,0	50,0
	Umsetzung einer Idee/Selbstverwirklichung	8	15,4	40,0	90,0
	Vermögensbildung	2	3,8	10,0	100,0
	Gesamt	20	38,5	100,0	
Fehlend	System	32	61,5		
Gesamt		52	100,0		

Motive3 unternehmerisch tätig zu sein

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Gelegenheit/Chance	1	1,9	9,1	9,1
	Unabhängigkeit	1	1,9	9,1	18,2
	Leistungswille	3	5,8	27,3	45,5
	Umsetzung einer Idee/Selbstverwirklichung	3	5,8	27,3	72,7
	Vermögensbildung	3	5,8	27,3	100,0
	Gesamt	11	21,2	100,0	
Fehlend	System	41	78,8		
Gesamt		52	100,0		

Sonstige Motive, unternehmerisch tätig zu sein

		Häufigkeit	Prozent
Fehlend	System	52	100,0

Bedeutung von Kooperationen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	existentiell wichtig	26	50,0	63,4	63,4
	unwichtig	15	28,8	36,6	100,0
	Gesamt	41	78,8	100,0	
Fehlend	System	11	21,2		
Gesamt		52	100,0		

Mit wem wird kooperiert?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	26	50,0	50,0	50,0
Branchenverbände	7	13,5	13,5	63,5
Kunden	5	9,6	9,6	73,1
Konkurrenten	2	3,8	3,8	76,9
Lieferanten	2	3,8	3,8	80,8
diverse	8	15,4	15,4	96,2
Sonstige	1	1,9	1,9	98,1
Unis	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Kooperation mit früherem Arbeitgeber

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	keine Kooperation	16	30,8	55,2
	normaler Geschäftspartner	8	15,4	27,6
	Kooperationspartner	5	9,6	17,2
	Gesamt	29	55,8	100,0
Fehlend	System	23	44,2	
Gesamt		52	100,0	

Zusätzlicher Kapitalbedarf seit der Gründung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	20	38,5	48,8
	Nein	21	40,4	51,2
	Gesamt	41	78,8	100,0
Fehlend	System	11	21,2	
Gesamt		52	100,0	

KAPBUHO

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	30000,00	1	1,9	20,0
	35000,00	1	1,9	20,0
	1000000,00	2	3,8	40,0
	2000000,00	1	1,9	20,0
	Gesamt	5	9,6	100,0
Fehlend	System	47	90,4	
Gesamt		52	100,0	

Art des zus. Kapitals

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Eigenkapital	10	19,2	50,0	50,0
	Fremdkapital	3	5,8	15,0	65,0
	Ausgewogen	7	13,5	35,0	100,0
	Gesamt	20	38,5	100,0	
Fehlend	System	32	61,5		
Gesamt		52	100,0		

Häufigkeitstabelle**Eigenkapital von Venture Capitalists**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig		38	73,1	73,1	73,1
	Nein	14	26,9	26,9	100,0
	Gesamt	52	100,0	100,0	

Eigenkapital von Business Angels

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nein	14	26,9	100,0	100,0
Fehlend	System	38	73,1		
Gesamt		52	100,0		

Eigenkapital von Stilem Gesellschafter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	1	1,9	6,7	6,7
	Nein	14	26,9	93,3	100,0
	Gesamt	15	28,8	100,0	
Fehlend	System	37	71,2		
Gesamt		52	100,0		

Eigenkapital von Freunden/aus der Familie

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nein	14	26,9	100,0	100,0
Fehlend	System	38	73,1		
Gesamt		52	100,0		

Eigenkapital aus sonstigen Quellen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig		39	75,0	75,0	75,0
	Privat	13	25,0	25,0	100,0
	Gesamt	52	100,0	100,0	

Fremdkapital von Lieferanten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	1	1,9	9,1	9,1
	Nein	10	19,2	90,9	100,0
	Gesamt	11	21,2	100,0	
Fehlend	System	41	78,8		
Gesamt		52	100,0		

Fremdkapital von Kunden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	1	1,9	9,1	9,1
	Nein	10	19,2	90,9	100,0
	Gesamt	11	21,2	100,0	
Fehlend	System	41	78,8		
Gesamt		52	100,0		

Fremdkapital von Banken

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	9	17,3	75,0	75,0
	Nein	3	5,8	25,0	100,0
	Gesamt	12	23,1	100,0	
Fehlend	System	40	76,9		
Gesamt		52	100,0		

Fremdkapital von Freunden/aus der Familie

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	2	3,8	18,2	18,2
	Nein	9	17,3	81,8	100,0
	Gesamt	11	21,2	100,0	
Fehlend	System	41	78,8		
Gesamt		52	100,0		

Fremdkapital von Leasinggesellschaften1

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	1	1,9	9,1	9,1
	Nein	10	19,2	90,9	100,0
	Gesamt	11	21,2	100,0	
Fehlend	System	41	78,8		
Gesamt		52	100,0		

FKSONDR

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	50	96,2	96,2	96,2
Muttersgesellschaft	1	1,9	1,9	98,1
Netzwerk	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Grund für den zusätzlichen Kapitalbedarf

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	34	65,4	65,4	65,4
Expansionsgründe	9	17,3	17,3	82,7
Mitarbeiter	1	1,9	1,9	84,6
Konkurrenzsituation	2	3,8	3,8	88,5
Gesteigerte Nachfrage	3	5,8	5,8	94,2
diverse	2	3,8	3,8	98,1
Ersatz	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Foerderung nach Gründung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	7	13,5	17,1	17,1
Ja	7	13,5	17,1	17,1
Nein	34	65,4	82,9	100,0
Gesamt	41	78,8	100,0	
Fehlend	11	21,2		
System	11	21,2		
Gesamt	52	100,0		

FOERARDR

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	45	86,5	86,5	86,5
AMS, Bürges	1	1,9	1,9	88,5
Bürges	1	1,9	1,9	90,4
Exportförderung	1	1,9	1,9	92,3
Innovationsagentur	1	1,9	1,9	94,2
Innovationsargentur	1	1,9	1,9	96,2
Kurse, Kredite	1	1,9	1,9	98,1
ÖSB	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Ziele für den Zeitraum von drei bis acht Jahren

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	11	21,2	21,2	21,2
Existenzsicherung	5	9,6	9,6	30,8
Moderates Wachstum	27	51,9	51,9	82,7
Starkes Wachstum	5	9,6	9,6	92,3
Erzielung eines hohen Veräußerungsgewinnes	2	3,8	3,8	96,2
Qualität	2	3,8	3,8	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Erstellung eines Businessplanes

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Ja	21	40,4	51,2	51,2
Nein	20	38,5	48,8	100,0
Gesamt	41	78,8	100,0	
Fehlend System	11	21,2		
Gesamt	52	100,0		

Änderung des Business Plans notwendig?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Ja	15	28,8	68,2	68,2
Nein	7	13,5	31,8	100,0
Gesamt	22	42,3	100,0	
Fehlend System	30	57,7		
Gesamt	52	100,0		

Planungsinstrumente nach drei Jahren

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	11	21,2	21,2	21,2
1	1	1,9	1,9	23,1
Budget	4	7,7	7,7	30,8
Budget, Personaleinsatzplan	2	3,8	3,8	34,6
Finanzplan	4	7,7	7,7	42,3
Finanzplan, Budget	4	7,7	7,7	50,0
Finanzplan, Budget, Personaleinsatzplan	2	3,8	3,8	53,8
Finanzplan, Budget, Planbilanz, Personal	2	3,8	3,8	57,7
Finanzplan, Personaleinsatzplan	1	1,9	1,9	59,6
Finanzplant, Budgte, Planbilanz, Persona	1	1,9	1,9	61,5
keine	14	26,9	26,9	88,5
Keine	1	1,9	1,9	90,4
Personaleinsatzplan	1	1,9	1,9	92,3
Personaleinsatzplan, sonstige einfache	1	1,9	1,9	94,2
Planbilanz	1	1,9	1,9	96,2
Planbilanz, Personaleinsatzplan	1	1,9	1,9	98,1
Strategiepapier	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Planungshorizont drei Jahre nach der Gründung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	,50	1,9	2,8	2,8
1,00	1	1,9	2,8	5,6
2,00	1	1,9	2,8	8,3
3,00	1	1,9	2,8	11,1
5,00	1	1,9	2,8	13,9
6,00	9	17,3	25,0	38,9
8,00	1	1,9	2,8	41,7
12,00	17	32,7	47,2	88,9
15,00	1	1,9	2,8	91,7
60,00	3	5,8	8,3	100,0
Gesamt	36	69,2	100,0	
Fehlend	System	16	30,8	
Gesamt	52	100,0		

Soll-Ist-Vergleich nach drei Jahren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	30	57,7	75,0	75,0
	Nein	10	19,2	25,0	100,0
	Gesamt	40	76,9	100,0	
Fehlend	System	12	23,1		
Gesamt		52	100,0		

Trends, von denen profitiert wird (drei Jahre n. d. Gr.)

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	20	38,5	38,5	38,5
Beratungsbedarf	1	1,9	1,9	40,4
e-business	2	3,8	3,8	44,2
e-commerce, web-entertainment, marketing	1	1,9	1,9	46,2
EDV-Bedarf	1	1,9	1,9	48,1
Gastronomiebedarf	1	1,9	1,9	50,0
High-Tech	1	1,9	1,9	51,9
Informationsbedarf	1	1,9	1,9	53,8
Internet	6	11,5	11,5	65,4
Internet, Telekom	1	1,9	1,9	67,3
Internetbedarf in den Haushalten	1	1,9	1,9	69,2
Nachfrage nach guter Beratung	1	1,9	1,9	71,2
Neue Medien	1	1,9	1,9	73,1
New Economy	1	1,9	1,9	75,0
Outsourcing	2	3,8	3,8	78,8
Outsourcing, Standardsoftwarenutzung	1	1,9	1,9	80,8
PC	1	1,9	1,9	82,7
Preis-Leistungs-Bewusst sein	1	1,9	1,9	84,6
Privatisierung Telekom	1	1,9	1,9	86,5
Qualitätsprobleme der Konkurrenz	1	1,9	1,9	88,5
Rezession	1	1,9	1,9	90,4
Softwareentwicklung	1	1,9	1,9	92,3
Systembetreuungsbedarf	1	1,9	1,9	94,2
Telekom, Internet	1	1,9	1,9	96,2
Trainerbedarf	1	1,9	1,9	98,1
Wirtschaftswachstum	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

Absatz der Leistungen im Ausland (n.3 J.)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	18	34,6	43,9	43,9
	Nein	23	44,2	56,1	100,0
	Gesamt	41	78,8	100,0	
Fehlend	System	11	21,2		
Gesamt		52	100,0		

Wachstumschancen kommende 5 Jahre (3 J. n. Gr.)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	niedrig	3	5,8	7,3	7,3
	mittel	28	53,8	68,3	75,6
	hoch	10	19,2	24,4	100,0
	Gesamt	41	78,8	100,0	
Fehlend	System	11	21,2		
Gesamt		52	100,0		

optimistisch f. d. Zielerreichung i.d. n. fünf Jahren

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	40	76,9	97,6	97,6
	Nein	1	1,9	2,4	100,0
	Gesamt	41	78,8	100,0	
Fehlend	System	11	21,2		
Gesamt		52	100,0		

GRUPESDR

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig		51	98,1	98,1	98,1
	1	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt		52	100,0	100,0	

Entwicklung während der ersten drei Jahre

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Sehr gut	16	30,8	40,0	40,0
	Gut	22	42,3	55,0	95,0
	Stagniert	1	1,9	2,5	97,5
	Schlecht	1	1,9	2,5	100,0
	Gesamt	40	76,9	100,0	
Fehlend	System	12	23,1		
Gesamt		52	100,0		

FOERDFAK

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	16	30,8	30,8	30,8
Aufschwung der Branche	1	1,9	1,9	32,7
EDV-Bedarf	1	1,9	1,9	34,6
EDV-Dominanz	1	1,9	1,9	36,5
Eigene Flexibilität, Netzwerk	1	1,9	1,9	38,5
Energietrends	1	1,9	1,9	40,4
Erfahrung, persönl. Netzwerk	1	1,9	1,9	42,3
Globalisierung	1	1,9	1,9	44,2
hohe Qualität	1	1,9	1,9	46,2
Internet	2	3,8	3,8	50,0
IT-Entwicklung	1	1,9	1,9	51,9
IT-Markt	1	1,9	1,9	53,8
Konzentration auf Kernkomp	1	1,9	1,9	55,8
Kooperationen	1	1,9	1,9	57,7
Kostensenkungsbedarf	1	1,9	1,9	59,6
Kundenakquisition	1	1,9	1,9	61,5
Kundenkontakt	1	1,9	1,9	63,5
mangelnde Fachkenntnis Kunden	1	1,9	1,9	65,4
Marktnische	1	1,9	1,9	67,3
Netzwerk	2	3,8	3,8	71,2
Netzwerke, persönl.Einstellung	1	1,9	1,9	73,1
niedrige Kosten Internet	1	1,9	1,9	75,0
Niedrige Startinvestitionen	1	1,9	1,9	76,9
Personal	2	3,8	3,8	80,8
Pionierstimmung	1	1,9	1,9	82,7
positive Einstellung	1	1,9	1,9	84,6
Produktvielfalt	1	1,9	1,9	86,5
Qualität und Service	1	1,9	1,9	88,5
Rezession, Kleinheit	1	1,9	1,9	90,4
Servicebedarf	3	5,8	5,8	96,2
Systembetreuungsbedarf	1	1,9	1,9	98,1
Übernahme von Verantwortung	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	

HEMFAK

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	25	48,1	48,1	48,1
Abgaben ohne Förderung	1	1,9	1,9	50,0
Abhängigkeit von Partnern	1	1,9	1,9	51,9
Bürokratie, Gesetze	1	1,9	1,9	53,8
Euro-Umstellung	1	1,9	1,9	55,8
Fremdkapitalmangel	1	1,9	1,9	57,7
Großkaufhäuser	1	1,9	1,9	59,6
inhaltslose Visionäre	1	1,9	1,9	61,5
Kapitalmangel	1	1,9	1,9	63,5
Kapitalmangel, Bürokratie	1	1,9	1,9	65,4
Komplexität des Mediums	1	1,9	1,9	67,3
Konjunktur	2	3,8	3,8	71,2
Liquidität der Kunden	1	1,9	1,9	73,1
Liquidität, Kapazität	1	1,9	1,9	75,0
Mitarbeiterakquisition	2	3,8	3,8	78,8
Produzenten disk. Kleine	1	1,9	1,9	80,8
Rechtliche Voraussetzungen	1	1,9	1,9	82,7
schlechte Qualität	1	1,9	1,9	84,6
Stress, Kleinheit	1	1,9	1,9	86,5
unfairer Wettbewerb	1	1,9	1,9	88,5
Zahlungsmoral, zu jung	1	1,9	1,9	90,4
Zeitdruck	1	1,9	1,9	92,3
Zeitmangel	2	3,8	3,8	96,2
zu rasches Wachstum	1	1,9	1,9	98,1
zu wenig Förderungen	1	1,9	1,9	100,0
Gesamt	52	100,0	100,0	