

Patent verwertet

TU-Gründungsumfrage
2008/09

Inhalt

Grußwort	4
Zusammenfassung	6
Summary	8

1. GRÜNDUNGSFÖRDERUNG AN DER TU BERLIN

1.1	Geschichte und Strukturen	11
1.2	Aktuelle Angebote	12
1.3	Ergebnisse	16

2. KONZEPTION DER AKTUELLEN UMFRAGE

2.1	Begriffsklärungen	19
2.2	Datengrundlage und methodisches Vorgehen	22
2.3	Rücklauf	26
2.4	Struktur der Studie	29

3. UNTERNEHMENSPROFIL DER GRÜNDUNGEN AUS DER TU BERLIN

3.1	Standort	31
3.2	Branchen und Hauptgeschäftsfelder	34
3.3	Gründungsjahr	38
3.4	Gesellschaftsform	43
3.5	Kapitalbedarf im ersten Jahr nach Gründung	44
3.6	Arbeitsplätze	46
3.7	Umsatz	54
3.8	Gewinn	62
3.9	Verwertung von Forschungsergebnissen	64
3.10	Besitz des Unternehmens	67
3.11	Aufgegebene Unternehmen	69

4. PROFIL DER GRÜNDER UND GRÜNDUNGSINTERESSIERTEN UND GENESE DER GRÜNDUNGSDIEE

- 4.1 Gründer und Gründungsteam 72
- 4.2 Gründungsmotivation:
Wunsch nach einem eigenen Unternehmen 84
- 4.3 Gründungssensibilisierung:
Berührung mit dem Thema Gründung 90
- 4.4 Gründungsidee:
Zeitpunkt und Kontext der Entstehung 97
- 4.5 Gründungsunterstützung 100
- 4.6 Netzwerke 108
- 4.7 Preise und Auszeichnungen 109
- 4.8 Gründungsinteressierte und Nichtgründer 110

5. KONTAKTE ZUR TU BERLIN

- 5.1 Kontakte und Kooperationen in der Start-up Phase 113
- 5.2 Aktuelle Kontakte und Kooperationen 116
- 5.3 Teilnahme am Alumniprogramm 120
- 5.4 Erwünschte Kontakte und Kooperationen
seitens der TU-Absolventen 124
- 5.5 Angebote der Gründer zur Förderung von Start-ups 130

ANHANG

- Grafik- und Übersichtsverzeichnis 135
- Literaturverzeichnis 138
- Abkürzungsverzeichnis 139
- Liste der Unternehmen 140
- Liste der recherchierten Unternehmen 143

Grußwort

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Innovationen sind Schlüsselfaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland. Daher ist der Transfer von wissenschaftlichen Forschungsergebnissen, Know-how und Technologie aus den Universitäten so wichtig. Er wird auch über die kommenden Jahre immer mehr an Bedeutung zunehmen. Auch an der TU Berlin wird kontinuierlich an dem Ziel gearbeitet, neue Erkenntnisse zum Wohle der Gesellschaft und der Umwelt zu gewinnen. Die Unterstützung von Spin-offs ist einer der erfolgreichsten Wege, aus wissenschaftlichen Entdeckungen Produkte zu entwickeln, die heute und zukünftig vom Markt nachgefragt werden.

Seit über 35 Jahren werden an der TU Berlin Unternehmen ausgegründet, das erste uns bekannte im Jahre 1971. Mit dem im Jahr 2004 etablierten Gründungsservice werden diese nun in besonderer Weise gefördert und unterstützt. Neue Qualifizierungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen wurden entwickelt und ein professionelles Beratungsangebot eingerichtet. Mitten auf dem TU Campus eröffnete 2007 die Gründungswerkstatt. Möglich wurde dies durch eingeworbene Drittmittel in Höhe von 3,5 Mio. Euro seit Bestehen des Gründungsservice und durch das große Engagement der Universitätsleitung. Unsere zentrale Aufgabe ist es, unternehmerisches Denken und Handeln bei Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern anzuregen sowie gründungsinteressierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler beim Transfer von Erkenntnissen in die Wirtschaft und bei der Unternehmensgründung zu beraten. Nun ist es an der Zeit, die Ergebnisse der letzten 35 Jahre zu evaluieren, zu reflektieren und Wege zu suchen, die TU-Gründerinnen und Gründer wieder an ihre Alma Mater zurück zu holen – sei es als Vorbilder, als Mentorinnen und Mentoren, als Referentinnen und Referenten, als Business-Angel oder als Sponsoren.

Die TU Berlin ist in der glücklichen Lage, auf eine Serie von Gründungsbefragungen (2001, 2003 und 2005) zurück greifen zu können und über umfangreiche, langjährige Kontakte zu Gründungen aus

der TU Berlin zu verfügen. Wir hoffen, dass dieses Buch als weiterer Baustein dazu beiträgt, Studierende, wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Professorinnen und Professoren zu motivieren, unternehmerisch tätig zu werden und ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Wir hoffen zudem, dass diese Studie die Universitätsleitung sowie die Berliner Senatsverwaltungen bewegt, die Förderung von Gründungen aus Hochschulen weiter zu unterstützen und nachhaltig zu etablieren, um zukünftigen Spin-offs attraktive Startbedingungen zu bieten und diese in Berlin anzusiedeln.

Insgesamt haben 431 Unternehmen seit 2001 unsere Umfragen beantwortet, über 800 Gründungen sind der TU Berlin bekannt. Diese Spin-offs haben eine direkte Wirkung auf die regionale Wirtschaft, da sie überwiegend in der Region Berlin-Brandenburg bleiben und Arbeitsplätze schaffen.

Die Ergebnisse machen Mut. Sie bestärken uns, weiterhin Zeit und persönliches Engagement in die Unterstützung von Spin-offs zu investieren.

Ich möchte ganz besonders Uta Kirchner für ihre große Begeisterung für das Thema danken und ihre außergewöhnliche Arbeit, die sie in die Konzeption, Auswertung und das Verfassen der Studie eingebracht hat. Die ganze Studie wäre nicht möglich gewesen ohne die Unterstützung und Kooperation mit dem Nationalen und Internationalen Alumniprogramm der TU Berlin, dem Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship und Innovationsmanagement sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Gründungsservice, insbesondere Kristina Götze, Andre Breske, Marco Weist, Anja Brastrup und Franziska Werner. Myriam Fricke sei Dank für die SPSS-Unterstützung. Zu guter Letzt möchte ich der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie für die finanzielle Unterstützung danken.

Mit freundlichen Grüßen



Agnes von Matuschka

Leiterin des Gründungsservice der TU Berlin

Berlin, im November 2009

Zusammenfassung

Die vorliegende Studie präsentiert die aufbereiteten Ergebnisse einer Gründungsumfrage aus dem Jahre 2008/09, die vom Gründungsservice der TU Berlin in Kooperation mit dem nationalen und internationalen Alumniprogramm unter aktuellen und ehemaligen Studierenden und Mitarbeitern¹ der TU Berlin durchgeführt wurde.

Die aktuelle Umfrage baut auf früheren Befragungen aus den Jahren 2001, 2003 und 2005 auf. Gleichzeitig ergänzt sie diese um neue Fragestellungen insbesondere zu den Persönlichkeiten der Gründer, ihrer Motivation und der von ihnen in Anspruch genommenen Gründungsunterstützung. Sie erhebt dabei keinen Anspruch auf Wissenschaftlichkeit.

Insgesamt wurden im Rahmen der aktuellen Umfrage 1682 Gründungsinteressierte und Unternehmer in Deutschland sowie 2393 Mitglieder des Internationalen Alumniprogrammes weltweit kontaktiert, etwa jeder fünfte Adressat war eine Frau. 256 Unternehmensgründer der TU Berlin und 66 Gründungsinteressierte haben sich beteiligt. Damit kann die TU Berlin auf die stolze Zahl von insgesamt 431 Unternehmen verweisen, die an den Befragungen seit 2001 teilgenommen haben und einen Bezug zur TU Berlin aufweisen. Ihnen allen gilt unser herzlicher Dank!

Mit fast 74% ist die große Mehrheit der in der aktuellen Umfrage erfassten Firmen in Berlin und vier von fünf Firmen in der Region Berlin-Brandenburg angesiedelt. Für fast jeden sechsten Berliner Unternehmer (16%) war die Nähe zur TU Berlin und zu anderen Forschungseinrichtungen ausschlaggebend für die Standortentscheidung. Damit leistet die TU Berlin einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung und Innovationskraft der Hauptstadt.

Mehr als jeder fünfte Unternehmer ist derzeit im Consulting-Bereich tätig. Fünfzehn Prozent der Befragten ordnen sich im weitesten Sinne der Bau- bzw. Planungsbranche zu. Stark vertreten sind ferner die Elektrotechnik/Telekommunikation sowie die Softwarebranche, die jeweils mit reichlich 9% zu Buche schlagen sowie sonstige Internet-Geschäftsmodelle, mit denen weitere 7,5% der TU-Absolventen am Markt sind.

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend bis auf Ausnahmen nur die neutralen Bezeichnungen Gründer, Unternehmer, Absolvent etc. genutzt, die sowohl männliche wie weibliche Personen einschließt.

Die übergroße Mehrheit von 178 Unternehmern betrachtet Dienstleistungen als ein wichtiges Geschäftsfeld, 138 Befragte gar als das wichtigste Geschäftsfeld ihrer Firma. Ebenfalls eine große Rolle spielt der Bereich Forschung und Entwicklung, den insgesamt 101 Unternehmer für ihre Firma als zentral bewerten.

Über die Hälfte der untersuchten Unternehmen ist als GmbH auf dem Markt, fast jeder dritte Befragte agiert als Selbstständiger bzw. Freiberufler. Für die Gesellschaftsform der GbR haben sich ca. 10 %, für eine Aktiengemeinschaft nur knapp über 5 % entschieden. Jedes zweite Unternehmen wurde im Team gegründet.

Der Umfrage zufolge haben die erfassten Unternehmen 2007 einen Umsatz von ca. 500 Millionen Euro erwirtschaftet und hielten zum Zeitpunkt der Befragung 5.910 Arbeitsplätze vor. Jedes zweite Unternehmen beschäftigte mehr als fünf Mitarbeiter. Zusammen mit den noch am Markt befindlichen Unternehmen aus den früheren Umfragen aus den Jahren 2001 – 2005 haben TU-Unternehmen im Jahr 2007 insgesamt bis zu 1,35 Mio Euro erwirtschaftet und ca. 10.400 Arbeitsplätze geschaffen.

Erfreulich ist nicht zuletzt die hohe Zahl der Gründer, die sich ihrer alten Alma Mater verbunden fühlen. So sind 193 Mitglied im Alumni-programm der TU Berlin, 56 kooperieren bereits mit Fachgebieten der TU Berlin und knapp jeder dritte äußert Interesse an einer Zusammenarbeit. Last but not least sind fast zwei Drittel aller Gründer (62%) bereit, Wissen und Erfahrungen an zukünftige Gründungsinteressierte und Gründer weiterzugeben.

Einen genaueren Blick auf das Profil der aus der TU Berlin hervorgegangenen Unternehmen und deren Gründer bietet die vorliegende Studie »Patent verwertet. Gründungsumfrage 2008/9«.

Wir laden Sie herzlich ein, sich mit dem Thema Gründung auseinanderzusetzen und sich Ihr eigenes, vielleicht neues Bild von jenen Firmen zu machen, die von den beteiligten Absolventen der TU Berlin aus der Taufe gehoben wurden.

Summary

The study presents the results of a survey of start-up enterprises carried out in 2008/09 by the Entrepreneurship Services of TU Berlin among current and former students and staff of the TU Berlin (in cooperation with its national and international alumni programme).

This survey draws on the previous surveys conducted in 2001, 2003 and 2005. New questions have also been included, in particular relating to the personality of the entrepreneurs, their motivation, and the use they made of available start-up support.

A total of 1,682 prospective and existing entrepreneurs were contacted in Germany as well as 2,393 members of the international alumni programme, and one fifth of those contacted were women. Replies were received from 256 founders of new enterprises and also from 66 respondents interested in starting up in business. This means that an impressive total of 431 companies with links to the TU Berlin have taken part in the surveys since 2001. We are very grateful for this cooperation!

Of the companies registered in the current survey, some 74% are based in Berlin and four out of five companies are located in the Berlin-Brandenburg region. About every sixth Berlin entrepreneur (16%) said that the proximity to the TU Berlin and other research institutions was a key factor for them when choosing a location. This means that the TU Berlin is making a considerable contribution to the economic development of Germany's capital city and to its innovative potential. More than a fifth of the entrepreneurs are currently active in the consulting sector. Fifteen percent of respondents classified themselves in the construction and planning sector in the broad sense. Also well represented are electrical engineering/telecommunications, and the software sector, each accounting for some 9%, with a further 7.5% of responding TU alumni operating other Internet business models.

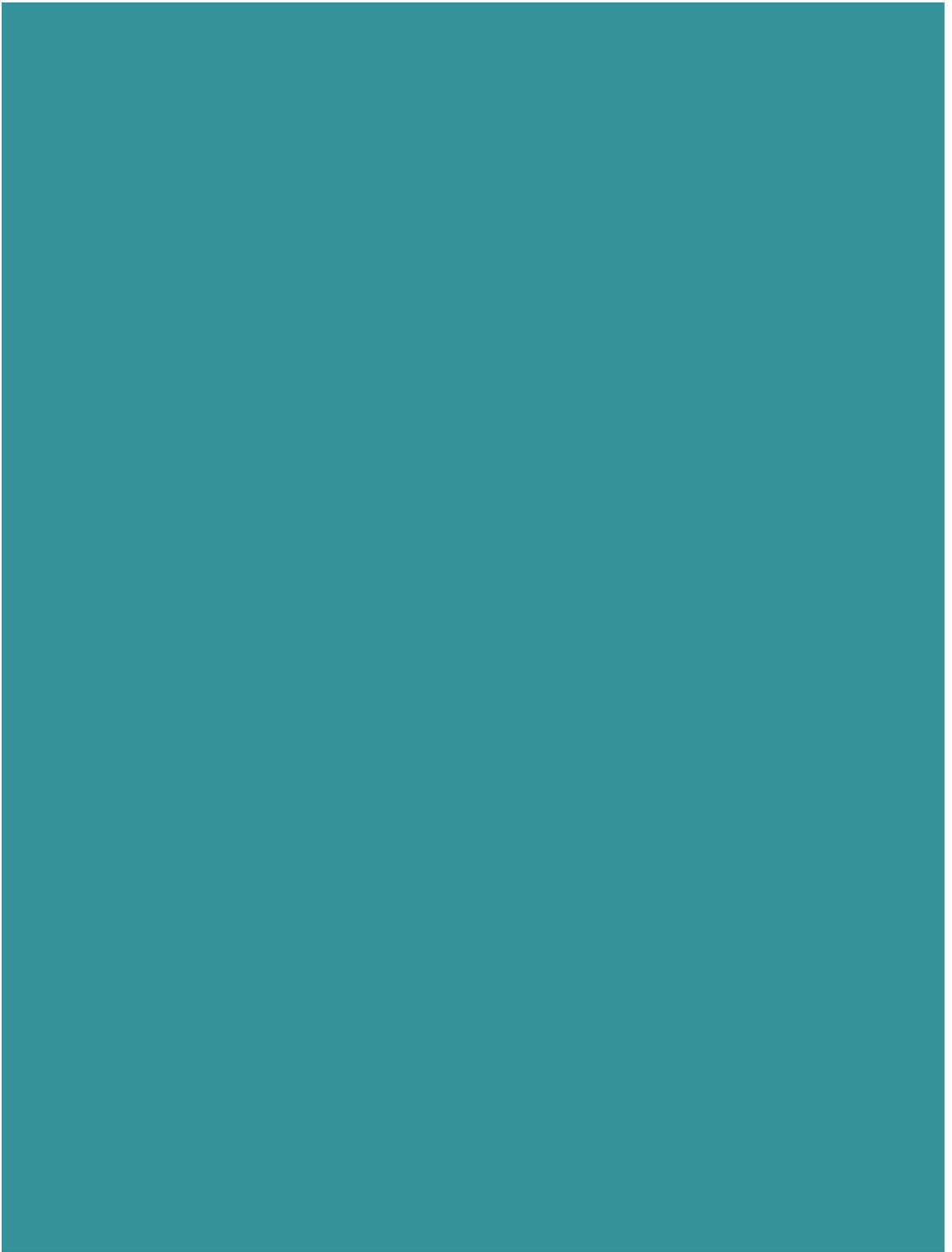
A total of 178 entrepreneurs regard the provision of services as an important field of business, and 138 respondents rated this as the most important business sector for their company. An important role is also played by research & development, which 101 respondents said was of key importance for their company.

More than half of the start-ups covered by the survey are a limited liability company (GmbH), nearly a third of respondents are self-employed or freelance professionals. Approximately 10% of respondents have established a partnership (GbR), but only about 5% have set up a public limited company (AG). Every second company was started up by a team.

According to the figures in the replies, the companies covered by the survey generated revenues in 2007 of approx. EUR 500 million and were employing 5,910 people. Every second company had more than five employees. Together with the other companies from the previous surveys (2001–2005) which are still operating, TU-companies in 2007 have generated as much as EUR 1.35 billion and created approx. 10,400 jobs.

A gratifying feature is the large number of the entrepreneurs who still feel ties to their Alma Mater. 193 are members of the alumni programme of TU Berlin, 56 cooperate with faculties of the university, and nearly a third said that they would be interested in such cooperation. Last but not least, two-thirds of all the start-up entrepreneurs (62%) are willing to pass on knowledge and experience to those who are considering starting up their own business.

Full details of the profile of the start-up companies from the TU Berlin and the people involved can be found (in German) in the study »Patent verwertet. Gründungsumfrage 2008/9«.



1. Gründungsförderung an der TU Berlin

11

1.1 GESCHICHTE UND STRUKTUREN

Die TU Berlin ist seit über 25 Jahren bestrebt, Unternehmensgründungen aus ihren eigenen Reihen zu fördern. Bereits 1983 stand sie Pate für das erste deutsche Gründerzentrum, dem Berliner Innovations- und Gründerzentrum (BIG) in der stillgelegten AEG-Fabrik im Stadtteil Wedding, später erweitert zum Technologie- und Innovationspark Berlin (TIB). Fast 350 Unternehmen, ein Großteil davon mit Bezug zur TU Berlin, wählten diese Adresse seither als ihren Firmensitz und fanden hier neben Arbeitsräumen auch Kontakte zu Gleichgesinnten und Unterstützung.

Eine kaum minder lange Geschichte kann die TU Berlin in punkto Beratung zu Gründungs- und Patentfragen aufweisen. Sie ist aktuell in der Abteilung V angesiedelt.

Seit einigen Jahren ist der Gründungsservice der TU Berlin die erste Adresse für Gründungsinteressierte und Gründer in der Start-Phase. Angefangen von der Sensibilisierung für das Thema Gründung, über diverse Qualifizierungsangebote bis hin zur Gründungswerkstatt und konkreter Hilfestellung bei der Beantragung von Fördermitteln, finden hier Studierende, Graduierte sowie wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Unterstützung auf dem Weg in die berufliche Selbstständigkeit.

Flankiert werden diese Angebote einerseits durch Seminare und Beratung zu betriebswissenschaftlichen Fragen seitens des Lehrstuhls für Technologie- und Innovationsmanagement, Prof. Dr. Hans-Georg Gemünden und des Stiftungslehrstuhls für Entrepreneurship und Innovation von Prof. Jan Kratzer, der im Frühjahr 2009 eingerichtet wurde. Am Zentrum für Technik und Gesellschaft werden zudem Coaching-Angebote für interdisziplinäre Forschungsteams und für gründungsinteressierte Migranten unterbreitet.

Mit Ausnahme des Stiftungslehrstuhls werden alle Angebote aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) finanziert und bestehen aus den aufeinander abgestimmten Projekten zur Qualifizierung und Beratung: »Human Venture«, »Venture Campus«, »Entrepreneurial Research Teams« und »StartUp Interkulturell«! (siehe Punkt 1.2). Darüber hinaus wird der Gründungsservice aktuell durch die Programme EXIST des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und »Power für Gründerinnen« des Bundesministeriums für Bildung und Forschung finanziell gefördert. Einige Veranstaltungen werden auch von Sponsoren unterstützt.

Der Gründungsservice hat über das nationale und internationale Alumniprogramm der TU Berlin Kontakt zu rund 900 TU-Absolventinnen und Absolventen, die ihr eigenes Unternehmen gegründet haben.

1.2 AKTUELLE ANGEBOTE ²

Sensibilisierung

Der Gründungsservice nutzt vielfältige Wege, um die berufliche Selbstständigkeit als eine Alternative zum Beschäftigungsverhältnis aufzuzeigen. Mit niedrigschwelligen Online-Angeboten wie einem Profiltest und Unternehmensplanspiel, mit ermutigenden Plakaten und Postkarten, mit lebendigen Vorträgen von gestandenen Unternehmerinnen und Unternehmern sowie regelmäßig stattfindenden Informationstagen werden Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter angeregt, sich mit dem Gedanken an ein eigenes Unternehmen auseinanderzusetzen. Dabei werden Frauen gezielt angesprochen.

Mit der Wanderausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« präsentiert die TU Berlin auf lebensgroßen Aufstellfiguren einige ihrer erfolgreichen Gründerinnen und Gründer.

² Nähere Informationen zu allen Angeboten finden Sie unter: www.gruendung.tu-berlin.de



Postkartenkampagne



Wanderausstellung
»Profil zeigen«

Die Wanderausstellung und die drei bisher erschienenen Ausstellungskataloge vermitteln einen interessanten Eindruck vom Gründungspotenzial der TU Berlin. Sie laden den Betrachter ein, sich mit dem Thema Gründung zu beschäftigen und sich ein eigenes, vielleicht neues Bild von den Unternehmerinnen und Unternehmern der TU Berlin zu machen. Alle porträtierten TU-Gründerinnen wurden selbstverständlich auch für die vorliegende Befragung kontaktiert. Eine auf den Seiten des Gründungsservice verlinkte Gründungslandkarte gibt einen Überblick über die Gründungsaktivitäten der TU Berlin sowie den Firmensitz einiger TU-Alumni-Gründungen.³ Gleichzeitig strahlen auch alle in der Folge genannten Qualifizierungs- und Unterstützungsangebote in die Uni und die Region aus, sind sie doch durchgängig bewusst so konzipiert, dass sie zur Sensibilisierung für das Thema Unternehmertum beitragen.

³ Siehe
<http://www.gruendung.tu-berlin.de/319.html>

Qualifizierung und Beratung

Mit der im Sommer 2004 aufgelegten und kontinuierlich weiterentwickelten TU-Gründungsinitiative stehen gründungsinteressierten wissenschaftlichen Mitarbeitern, Studierenden und Absolventen umfassende Qualifizierungs- und Beratungsmöglichkeiten im Bereich Unternehmensgründung zur Verfügung.

So werden im Projekt »Human Venture« des Gründungsservice die wesentlichen Schlüsselkompetenzen für Gründer in Seminaren und Workshops geschult und Angebote zur Vernetzung und Information unterbreitet. Alumni, die gegründet haben, werden in die Gründungsfördermaßnahmen erfolgreich einbezogen und als Referenten in ihre Alma Mater eingeladen, um über ihre Praxiserfahrung zu sprechen und einen Einblick in ihr Unternehmen zu geben. Sie fungieren als Vorbilder, Mutmacher und Wegbereiter für gründungsinteressierte Studierende, Absolventen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der TU Berlin.

Der Lehrstuhl Technologie- und Innovationsmanagement vermittelt in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl Entrepreneurship und Innovation, dem Lehrstuhl Finanzierung und Investition sowie dem Lehrstuhl Marketing und Strategisches Controlling im Rahmen des Projektes »Venture Campus« das für eine Gründung nötige betriebswissenschaftliche Wissen bis hin zur Erstellung eines Businessplanes. Ergänzt werden diese Angebote einerseits durch das Projekt »Entrepreneurial Research Teams« des Zentrums Technik und Gesellschaft, in dem interdisziplinäre Forschungsverbände und die in ihnen arbeitenden wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die gemeinsame Ausgründung und Verwertung wirtschaftlich relevanter Forschungsergebnisse befähigt und ermutigt werden, andererseits durch das Projekt »StartUp Interkulturell!«, dessen Ziel es ist, hochqualifizierte Migrantinnen und Migranten zielgruppenspezifisch zu beraten.

Darüber hinaus wird seit dem Wintersemester 2007/2008 regelmäßig eine Ringvorlesung zum Thema »Entrepreneurship – von der Idee zum Markt« angeboten, die mit 2 SWS in alle Studiengänge eingebracht werden kann. Sie vermittelt einerseits Grundlagenwissen, u. a. zu den Themen Patente, Recht und Vertrieb. Andererseits bietet sie dank der Einbindung von erfahrenen Praktikern und erfolgreichen Unternehmern auch Beispiele und Anregungen für eine eigene Unternehmensgründung. Die Vorlesung ist offen für Studie-

rende aller Fachrichtungen, das Angebot wird allerdings auch gerne von wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wahrgenommen.

Die Qualifizierungs- und Beratungsangebote der TU-Gründungsinitiative wurden im Jahr 2008 von ca. 1.900 Gründern, Gründerinnen und Gründungsinteressierten genutzt.

Zusätzlich zu diesen Qualifizierungs- und Beratungsangeboten stehen gründungserfahrene Professorinnen und Professoren den Gründungsinteressierten als Mentoren und Ansprechpartner zur Verfügung. Als sogenannte Gründungsexperten oder -botschafter sorgen sie auch dafür, dass das Thema und die entsprechenden Angebote in den Fakultäten ankommen und in den Forschungsgruppen und Studiengängen Verankerung finden.

Last but not least erhalten wissenschaftliche Mitarbeiter neben der unter 1.1 erwähnten Patentberatung auch in dem Workshop Produktpropeller die Möglichkeit, eine andere Sicht auf ihre wissenschaftlichen Ergebnisse und deren Marktpotenzial zu erlangen. Damit Forschungsergebnisse nicht in den Schubladen der Wissenschaftler verschwinden, sondern systematisch wirtschaftlich umgesetzt werden, entwickeln die Teams in diesem Workshop ausgehend von den eigenen Forschungen gemeinsam marktrelevante innovative Produkt- und Dienstleistungsideen.

4. Eine Übersicht über die aktuellen Gründungsteams in den Räumen der TU Berlin findet man unter: <http://www.gruendung.tu-berlin.de/318.html>

Räume in der Universität

Das Konzept Gründung in der Universität ermöglicht gegenwärtigen oder ehemaligen Mitarbeitern und Graduierten der TU Berlin, ihre

Gründungs idee bereits in der Universität umzusetzen. Dazu stehen in den unterschiedlichen Phasen der Gründung verschiedene TU-Räume und -Ressourcen zur Verfügung.

In der Vorgründungsphase erhalten Gründungsinteressierte in der Gründungswerkstatt bzw. in den sogenannten Gründungsinseln nicht nur ein voll ausgestattetes Gründerbüro, sondern auch eine individuelle professionelle Begleitung während des Gründungsprozesses sowie Zugang zu wichtigen Multiplikatoren und Experten aus

dem Gründungsnetzwerk der TU Berlin.⁴ Auch während und nach der vollzogenen Gründung können Unternehmerinnen und Unternehmer seit nunmehr bereits acht Jahren zu günstigen Konditionen TU-Räume und -Ressourcen mieten.



Blick in die Gründungswerkstatt

Sonstige Gründungsunterstützung

Neben der finanziellen Förderung in Form der kostenlosen bzw. -günstigen Bereitstellung von Räumen auf dem Campus der TU Berlin unterstützt der Gründungsservice Gründungsinteressierte auch bei der Beantragung von Fördermitteln wie beispielsweise dem EXIST-Gründerstipendium und dem EXIST-Forschungstransfer.

Mithilfe der Online-Teambörse können Gründungsinteressierte, Gründerinnen und Gründer gezielt und kostenlos Partnerinnen und Partner für die Realisierung ihrer Geschäftsidee suchen und finden.

Im November 2008 lud die TU Berlin zum ersten Mal zu einem Alumni.Angel.Abeland ein. Das Ziel des Abends war, das Konzept der Business Angel, nämlich Förderer und Finanzierer für Start-up Unternehmen zu finden, auf die Alumni der TU Berlin zu übertragen. Über 120 Alumni sowie Gründer und Gründungsinteressierte nahmen die Einladung zu diesem Netzwerkevent an, auf dem sich fünf Gründungsteams präsentierten und zahlreiche viel versprechende Kontakte geknüpft wurden.

1.3 ERGEBNISSE

Maßnahmen zur Sensibilisierung sind schwer zu evaluieren, Qualifizierungs- und Beratungsangebote tragen oftmals erst nach Jahren erste Früchte. Dennoch erlauben – neben den in dieser Studie vorgestellten Daten – auch einige andere Fakten, die bisherigen Anstrengungen zur Förderung von Unternehmensgründungen an der TU Berlin als erfolgreich zu bewerten.

So stieg die Zahl der Beratungen alleine im Gründungsservice von ursprünglich 45 jährlich auf zuletzt 213. In einer Umfrage »Mach mit« unter Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeitern der TU Berlin im Jahre 2007 waren 50% der Beschäftigten und 35% der Studierenden mit den Angeboten zur Unterstützung von Gründungsinteressierten und Gründern vertraut. Die wichtige Gruppe des wissenschaftlichen Personals zeichnete sich dieser Umfrage zufolge in hohem Maße durch eine grundsätzlich positive Einstellung zur beruflichen Selbstständigkeit aus.

Schließlich schaffte es die TU Berlin 2007 auch in dem Ranking »Vom Studenten zum Unternehmer. Welche Universität bietet die besten Chancen?« auf Platz 8, nachdem sie noch im Jahr 2005 auf Platz 27 lag. (Schmude/Uebelacker 2005; Schmude/Heumann 2007)⁵

⁵ Insgesamt untersuchte man 65 deutsche Hochschulen nach ihren Aktivitäten im Bereich der akademischen Gründungs-förderung. Durchgeführt wurde das Ranking vom Lehrstuhl für Wirtschafts-geographie der Universität Regensburg in Kooperation mit Handelsblatt.com. Das Gesamturteil ergibt sich aus acht Kategorien, darunter Vielfalt und Umfang der Gründungsausbildung während des Studiums sowie Mobilisierung von Studierenden und Lehrpersonal, Kommunikation der Angebote oder externe Vernetzung.

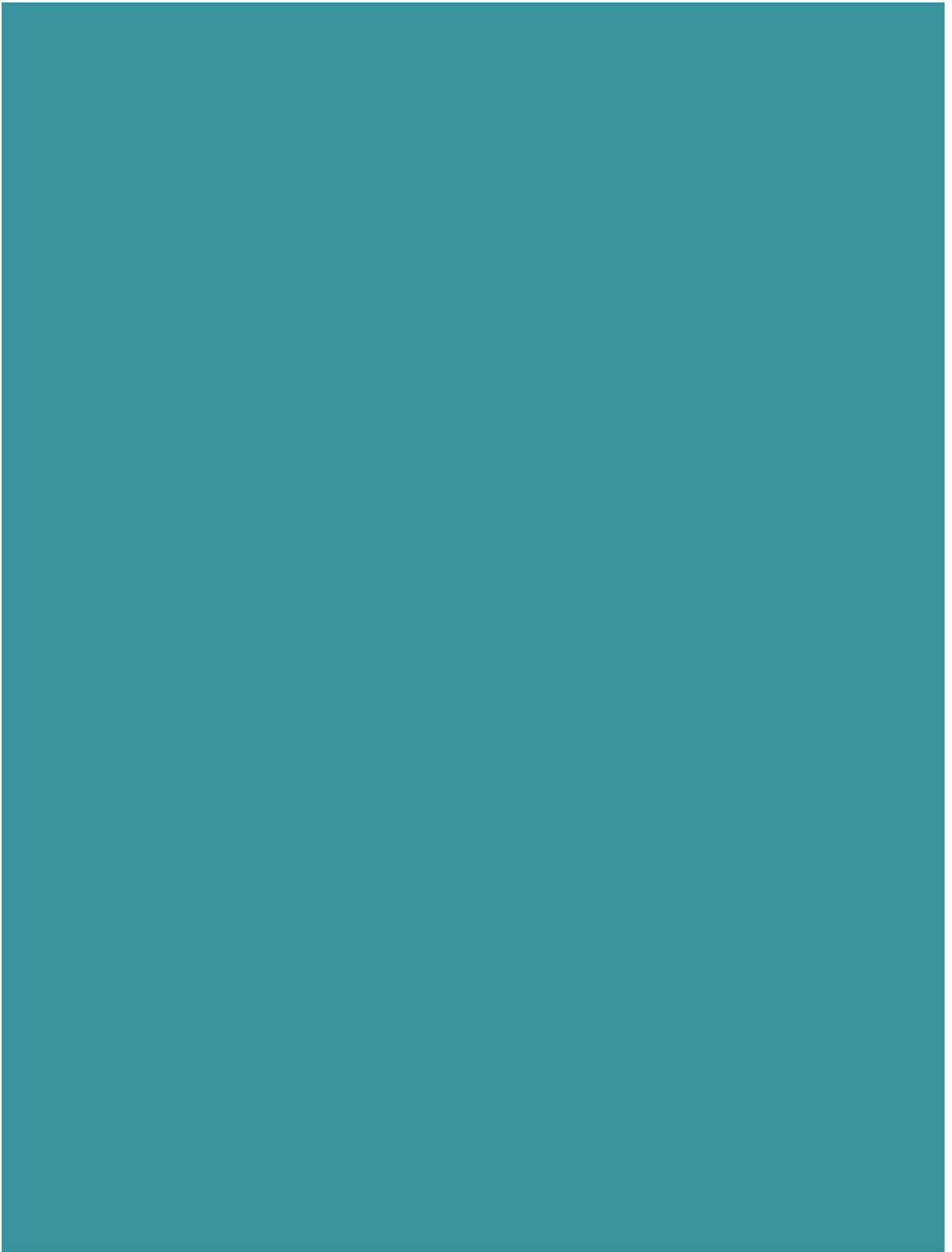


Lichthof der TU Berlin
zum 1. Alumni.Angel.Abeland

Die TU Berlin steht auch beim alljährlich stattfindenden Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW) im Vergleich zu den anderen Berliner Hochschulen sehr gut da. Mit durchschnittlich 130 Teilnehmern belegte sie in den vergangenen fünf Jahren regelmäßig einen der beiden vorderen Plätze im Wettbewerb um den BPW-Hochschulpreis »Ideenschmiede«, mit dem die Hochschule mit den meisten eingereichten Geschäftsplänen gewürdigt wird.

Steht bei der Auszeichnung als Ideenschmiede die Quantität der Gründungsideen im Mittelpunkt, erlauben andere Angaben Rückschlüsse auf die Qualität der Gründungen aus der TU Berlin. So belegten TU-Teams beim Wettbewerb »Mit Multimedia erfolgreich starten« in den letzten drei Jahren regelmäßig Siegerplätze. Auch 2009 wurden wieder zwei Unternehmen auf der IFA in Berlin ausgezeichnet. Zudem konnte die TU Berlin im Jahr 2008 auf neun bewilligte Exist-Gründerstipendien und zwei erfolgreiche Anträge für das Programm EXIST-Forschungstransfer verweisen, im laufenden Jahr werden bereits neun Gründerteams mit dem EXIST-Gründerstipendium gefördert, weitere drei sind aktuell in der Pipeline. Zudem wurden zwei Anträge für EXIST-Forschungstransfer eingereicht.

Einen genaueren Blick auf das Profil, die Quantität und Qualität der aus der TU Berlin hervorgegangen Gründungen liefern nicht zuletzt die drei vorangegangenen Gründungsumfragen und die vorliegende Studie.



2. Konzeption der aktuellen Umfrage

2.1 BEGRIFFSKLÄRUNGEN

Gender

In der Studie verwenden wir aus Gründen der Lesbarkeit für Personengruppen in der Regel die männliche Form. Selbstverständlich beziehen wir dabei jeweils Gründerinnen, Professorinnen, Mitarbeiterinnen, Studentinnen und Absolventinnen ein.

TU-Absolventen

Um Mitwirkung an der Umfrage gebeten wurden zum einen alle registrierten Gründer des nationalen Alumniprogrammes sowie weitere recherchierte Gründer aus den Reihen der TU Berlin. Zum anderen wurden aktuelle und ehemalige Teilnehmer der unter Punkt 1.2 vorgestellten Qualifizierungs- und Unterstützungsprogramme kontaktiert. Schließlich wurden erstmals auch ausgewählte Teilnehmer des internationalen Alumniprogrammes angeschrieben.

Alle genannten Zielgruppen umfassen sowohl aktuelle wie ehemaligen Studierende, Doktoranden, wissenschaftliche Mitarbeiter und Professoren. Der Einfachheit halber sollen in dieser Studie alle befragten und antwortenden Personen der oben genannten Gruppen im weitesten Sinne als TU-Absolventen bezeichnet werden, auch wenn einige dieser Personen möglicherweise noch studieren bzw. noch immer als Wissenschaftler an der TU Berlin tätig sind.

TU-Alumni

Als TU-Alumni hingegen werden nur diejenigen bezeichnet, die über das Nationale oder Internationale TU-Alumniprogramm erfasst sind. Die meisten Mitglieder dieses Programms sind ehemalige Studierende, aber auch aktuelle bzw. ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiter und Professoren der TU Berlin.

TU-Gründung

In Anlehnung an Lilischkis (2001) sollen im Folgenden als Gründungen aus der TU Berlin alle Unternehmensgründungen verstanden werden, die sich durch eine sachliche, personelle und/oder zeitliche Nähe zur TU Berlin auszeichnen. Dabei ist die sachliche Nähe gegeben, wenn der Unternehmensgründung Inhalte, Wissen oder Kompetenzen zu Grunde liegen, die an der Hochschule erworben wurden. Das Kriterium der personellen Nähe ist erfüllt, wenn die Gründung von Absolventen der TU Berlin – entsprechend der oben vorgestellten weiten Definition – initiiert und umgesetzt wurde. Die zeitliche Nähe zielt darauf ab, dass Hochschulgründungen in der Regel in einem engeren zeitlichen Zusammenhang mit dem Erwerb des Wissens an der Einrichtung erfolgen.

Anhand der vorliegenden Daten kann konstatiert werden, dass weder die sachliche Nähe noch die zeitliche Nähe zwingend erforderlich ist, um von einer Gründung aus der Hochschule zu sprechen. (siehe auch Uebelacker 2005)

Als TU-Gründung werden daher im folgenden alle Gründungen bezeichnet, die von Absolventen der TU Berlin realisiert wurden: angefangen von Ausgründungen aus Forschungsverbänden, über Unternehmen, die unter enger Betreuung oder Mitwirkung von Professoren oder dem Gründungsservice der TU Berlin aus der Taufe gehoben wurden bis hin zu studentischen und akademischen Gründungen, die wenig oder keine Unterstützung seitens der TU Berlin in Anspruch genommen haben.

Gründungsinteressierte

In der Literatur wird vielfach das Bild eines Trichters genutzt, um die Entwicklungsstadien auf dem Weg zum Gründer bzw. zur Gründerin darzustellen. (u. a. Otten 2000; Welter/Bergmann 2002) Dabei unterscheiden die Modelle in der Regel die zeitlich aufeinander folgenden Stadien der Gründungssensibilisierten, Gründungsinteressierten, Gründungswilligen und Gründungsplanenden bzw. der Gründungsoffenen, -entschlossenen und -aktiven. (u. a. Josten et al. 2008)

Das Konzept unserer Studie sieht eine solche Differenzierung nicht vor. Stattdessen werden alle, die über die Gründungsunterstützungsangebote der TU Berlin mit dem Thema Gründung in Kontakt gekommen sind und aus diesem Grunde für die Befragung kontaktiert

wurden, als Gründungsinteressierte bezeichnet. Dies umfasst Gründungssensibilisierte genauso wie Studierende, die sich – beispielsweise mit Hilfe des EXIST-Gründerstipendiums – bereits sehr konkret auf eine Gründung vorbereiten, diese aber noch nicht vollzogen haben.

Gründer und Nichtgründer

In der Darstellung der Ergebnisse unserer Studie wird vielfach nach Gründern und Nichtgründern unterschieden. Dabei werden unter Gründern selbstredend alle TU-Absolventen verstanden, die bereits ein Unternehmen gegründet haben – unabhängig davon, wann dieses Unterfangen gestartet wurde und ob dieses noch am Markt besteht. Als Nichtgründer werden diejenigen bezeichnet, die bislang keine Unternehmensgründung realisiert haben, sei es, weil sie noch unschlüssig sind, ob sie den Weg in die berufliche Selbstständigkeit einschlagen wollen, weil sie noch keine konkrete Gründungsidee verfolgen, noch keine geeignete Partner gefunden haben oder mittlerweile die Idee eines eigenen Unternehmens bereits wieder aufgegeben haben. Aufgrund der Konzeption und der befragten Personengruppen dieser Umfrage sind die als Nichtgründer bezeichneten Personen in dieser Studie als gründungsinteressiert, zum Teil möglicherweise auch als angehende Gründer einzuschätzen.

Grafiken und Prozentangaben

Zunächst muss darauf hingewiesen werden, dass den einzelnen Auswertungen und Grafiken unterschiedlich große Gesamtmengen zugrunde liegen, da ein Großteil der befragten Gründer nicht alle Fragen beantwortet hat.

Da wir mit dieser Studie keinen Anspruch auf Wissenschaftlichkeit erheben, sondern ein möglichst buntes Bild der Unternehmen und Unternehmer aufzeigen wollten, wurden auch unvollständige Datensätze berücksichtigt und damit diese Schwankungen billigend in Kauf genommen.

Auffallend war, dass diejenigen, die den Papierfragebogen bearbeiteten, mit wenigen Ausnahmen den kompletten Fragebogen von der ersten bis zur letzten Frage ausfüllten, während ein großer Prozentsatz derer, die sich des Online-Fragetools bedienten, nur einen Teil der Fragen beantworteten. Den Rückmeldungen der Befragten zufolge gab es teilweise methodische Probleme aufgrund des gewählten personenbezogenen Ansatzes und der – erstmalig – gewählten Form

der Online-Befragung. Einige Teamgründer verzichteten daher darauf, die Fragen zu beantworten, die in ihren Augen Abstimmungsprozesse innerhalb des Gründungsteams erforderten. Die Angabe (n=x) unter den Grafiken wie auch die Prozentangaben beziehen sich bei allen Grafiken immer auf die Anzahl der antwortenden Personen, nicht auf die Anzahl der insgesamt zu der Fragestellung verzeichneten Antworten. Dies gilt auch für Fragen, bei denen Mehrfachnennungen möglich waren.

Bei einigen wenigen Fragen war keine negative Antwortmöglichkeit gegeben, so dass nicht ersichtlich ist, ob die Frage nicht beantwortet oder verneint wurde. In diesen Fällen beziehen sich die Prozentangaben auf das gesamte Befragungssample. In Fußnoten wird auf diese Besonderheit hingewiesen.

Bei Grafiken mit zwei Größenachsen werden in der Regel auf der linken Größenachse die Anzahl (n), auf der rechten die Prozente (%) abgebildet.

2.2 DATENGRUNDLAGE UND METHODISCHES VORGEHEN

In die Befragung aufgenommen wurden:

1. 437 Gründer, die bereits an früheren Befragungen teilgenommen hatten
2. 887 registrierte Mitglieder des Nationalen TU-Alumniprogramms⁶
3. 156 sonstige dem Gründungsservice bekannte bzw. in diversen Medien recherchierte Gründer der TU Berlin
4. 38 frühere und aktuelle EXIST-Seed geförderte Gründungsinteressierte der TU Berlin
5. 708 Teilnehmer aktueller Sensibilisierungs- und Qualifizierungsprogramme für Gründungsinteressierte und Gründer an der TU Berlin (»Human Venture«: 427 Teilnehmer und »Venture Campus«: 281 Teilnehmer)
6. 160 Teilnehmer des Berliner Businessplan-Wettbewerbs der letzten Jahre mit Bezug zur TU Berlin
7. 2393 Mitglieder des Internationalen Alumniprogrammes der TU Berlin⁶

⁶ Weitere Informationen:
<https://www.alumni.tu-berlin.de>

Der Abgleich der genannten Datenquellen (1) bis (6) ergab nach Streichung der Doppelungen eine Grundgesamtheit von insgesamt 1682 Personen in Deutschland, die von uns kontaktiert wurden, darunter zahlreiche Adressaten, die im Rahmen früherer TU-Gründungsfragen bislang nicht angeschrieben wurden (Gruppen 3, 5 sowie teilweise 4 und 6). Erstmalig angeschrieben wurden auch die 2393 ausgewählten Mitglieder des Internationalen Alumniprogrammes.

Insgesamt wurden 325 Frauen in Deutschland und 510 Frauen über das Internationale Alumniprogramm angeschrieben. Das entspricht national 19,3%, international sogar 21,3% aller Kontaktierten und ist damit fast doppelt so viel wie in den vergangenen Umfragen. Dies mag zum einen der Tatsache geschuldet sein, dass teilweise über die Hälfte der Teilnehmer an den aktuellen Sensibilisierungs- und Qualifizierungsprogrammen an der TU Berlin weiblich sind. Zum anderen wurden im Rahmen von Drittmittelprojekten, insbesondere des BMBF-Projektes »Power für Gründerinnen – Erfolgreich ist weiblich«, zum Teil sehr enge Kontakte zu Absolventinnen und Alumnae mit Gründungshintergrund aufgebaut.

Während von den kontaktierten Personen, die den Gruppen (1) bis (3) zugeordnet werden können, bekannt war, dass sie bereits ein Unternehmen gegründet haben, kann bei den Personen der Gruppen (4) bis (6) lediglich von einem mehr oder weniger ausgeprägten Gründungsinteresse und einer gewissen Gründungsbereitschaft ausgegangen; bei den Internationalen Alumni (Gruppe 7) noch nicht einmal diese vorausgesetzt werden. Durch die Aufnahme dieser Personengruppen in den Verteiler wurde daher – anders als in den früheren Gründungsumfragen der Jahre 2001 bis 2005 – erstmalig auch eine große Anzahl von Personen angeschrieben und befragt, die möglicherweise nicht bzw. noch nicht gegründet haben.

Alle 4075 ermittelten Zielpersonen wurden im Sommer 2008 per Email kontaktiert und in einem Anschreiben des Präsidenten der TU Berlin um die Teilnahme an der Online-Gründungsbefragung gebeten. Nach zwei nachfassenden Emails im Spätsommer wurden schließlich im November 2008 leicht modifizierte Papierfragebögen auf dem Alumni.Angel.Abend (siehe Punkt 1.2) verteilt sowie an jene ca. 80 ermittelten Zielpersonen verschickt, die an der Umfrage 2005 teilgenommen, sich aber bis dato noch nicht an der aktuellen Online-Befragung beteiligt hatten.

Im Anschluss an die Online- bzw. schriftliche Befragung wurden einige bei der Beantwortung offen gebliebene Angaben telefonisch nachgefasst, andere Angaben auch nach Recherchen ergänzt und vereinzelte offensichtliche Unstimmigkeiten bei der Erfassung der Daten bereinigt. Leere Datensätze wurden gelöscht und bei der Auswertung nicht berücksichtigt.

Bei den Online- wie auch den Papierfragebögen handelt es sich um eine größtenteils gestützte Abfrage mit weitgehend vorgegebenen Antwortoptionen, freie Ergänzungen waren unter dem Stichwort »Sonstiges« in den meisten Fällen möglich.

In Absprache mit dem für das Projekt EXIST damals zuständigen Referenten beim BMWi, Herrn Dr. Hartmut Clausen, wurden zu Vergleichszwecken einige Fragen samt Antwortoptionen einer Umfrage übernommen, die Anfang 2008 vom Projektträger Jülich unter ehemaligen EXIST-Seed Geförderten durchgeführt wurde. Dies betrifft insbesondere die Fragen zur Gründungssensibilisierung und -vorbereitung sowie zur Entstehung der Gründungsidee. (Kulicke / Schleinkofer 2008)

In Anlehnung an die vorangegangenen Befragungen in den Jahren 2001, 2003 und 2005 sowie aus Interesse an den persönlichen Einschätzungen und Angaben jedes einzelnen Gründers wurde erneut ein personenbezogener Ansatz gewählt: Alle kontaktierten Personen wurden daher gebeten, die personenbezogenen Fragen aus ihrer Sicht zu beantworten, auch wenn andere Gründer des Teams möglicherweise ebenfalls angeschrieben worden waren.

Der Online-Fragebogen variierte je nach Status des Gründungsvorhabens: Die kategorisierenden Eingangsfragen ermöglichten eine Unterscheidung einerseits nach Gründern und Nichtgründern. Andererseits wurde differenziert nach Gründern, deren Unternehmen noch besteht und jenen, die ihr Unternehmen zwischenzeitlich aufgegeben haben. Abgesehen von wenigen Angaben, die auf Grund der differenzierten Befragung nur von einer Statusgruppe erhoben wurden, richtete sich der Großteil der Fragen an mehrere bzw. alle drei Statusgruppen.

Im Einzelnen umfasste die Online-Befragung für die verschiedenen Statusgruppen die folgenden Themenbereiche:

2.2 Themenbereiche der Befragung

Abgefragte Themenbereiche	Aktueller Status des Gründungsvorhabens		
	Gründung vollzogen und existierend (Gründer)	Aufgabe des gegründeten Unternehmens	Nicht realisierte Gründungsvorhaben (Nichtgründer)
Kategorisierende Eingangsfragen			
Gegründet/nicht gegründet	X	X	X
Gründungsjahr	X	X	
Bestand des Unternehmens	X	X	
I. Persönliche Kontaktdaten	X	X	X
II. Allgemeine Angaben			
zu den Gründern	X	X	
zum aktuellen beruflichen Status		X	X
zum Unternehmen allgemein	X	X	
zum Unternehmen aktuell	X		
III. Persönliche Angaben zu den Gründern			
Gründe für die Unternehmensaufgabe		X	
Anstoß und Motivation zur Gründung	X	X	einzelne Fragen
Erhaltene Preise	X		
Genutzte Netzwerke	X		
VI. Kooperations-Interesse			
Aktuelle Kontakte & Kooperationen	X		
Gewünschte Kontakte	X		
Bereitschaft zur Unterstützung von (angehenden) Gründern	X	X	
Interesse am Alumniprogramm der TU Berlin	X	X	X
Kenntnis weiterer TU-Gründungen	X	X	X
V. In Anspruch genommene bzw. von der TU Berlin erwünschte Gründungsunterstützung	X	X	X

Bei den Papierfragebögen wurden aufgrund des eingeschränkten Adressatenkreises (siehe oben) und aus Gründen der Übersichtlichkeit lediglich die relevanten Fragen für Gründer aufgenommen und erhoben.

2.3 RÜCKLAUF

7 Fünf der 2008 an der Umfrage teilnehmenden TU-Absolventen, darunter zwei Gründer und drei Nichtgründer haben keine Angaben zu ihrem Geschlecht gemacht. Die Prozentangaben beziehen sich daher nur auf die 317 Antwortenden des Befragungssamples, die ihr Geschlecht angegeben haben.

Insgesamt haben sich von den 1682 in Deutschland und weltweit 2393 angeschriebenen Zielpersonen 322 Absolventen an der Befragung beteiligt (=Befragungssample), darunter 256 Gründerinnen und Gründern. Dies entspricht national einem Rücklauf von 18,9%. Davon nutzten 221 das Online-Fragetool.

Insgesamt stellt sich der Rücklauf im Vergleich zu früheren Umfragen folgendermaßen dar:

2.3 Rücklauf der Befragungen 2001 – 2009

	2001	2003	2005	2008 ⁷	
				national	international
Grundgesamtheit an Personen - um Teilnahme gebeten	290	330	614	1682	2393
Frauen - in % der Grundgesamtheit	25 =8,6%	32 =9,7%	71 = 11,6%	325 =19,3%	510 = 21,3%
Männer - in % der Grundgesamtheit	265 =91,4%	298 =90,3%	543 =88,4%	1357 =80,7%	1883 =78,7%
Befragungssample = Rücklauf Beteiligung an Umfrage - absolut - in % der Grundgesamtheit	29 = 44,5%	140 = 42,4%	189 = 30,8%	318 = 18,91%	4 = 0,16%
Rücklauf Frauen gesamt - in % des Befragungssamples	k.A.	8 = 5,7%	16 = 8,5%		50 = 15,8%
Rücklauf Männer gesamt - in % des Befragungssamples	k.A.	132 = 94,3%	173 = 91,5%		267 = 84,2%
Beteiligung von Gründer/innen - absolut - in % des Befragungssamples	129 = 100%	140 = 100%	189 = 100%		256 = 79,5%
Rücklauf Gründerinnen - in % der Gründer/innen	k.A.	8 = 5,7%	16 = 8,5%		34 = 13,4%
Rücklauf Gründer - in % der Gründer/innen	k.A.	132 = 94,3%	173 = 91,5%		220 = 86,6%
Gründer/in mit Unternehmensaufgabe - in % der Gründer/innen	0	0	0		5 = 2,0%
Beteiligung von Nichtgründer/innen - absolut - in % des Befragungssamples	-	-	-		66 = 20,5%
Rücklauf Nichtgründerinnen - in % der Nichtgründer/innen	0	0	0		16 = 25,4%
Rücklauf Nichtgründer - in % der Nichtgründer/innen	0	0	0		47 = 74,6%

- Die niedrige Rücklaufquote – auch im Vergleich zu früheren Befragungen – ist in erster Linie der Ausweitung der Grundgesamtheit der Befragten und der Aufnahme neuer Zielgruppen geschuldet (siehe Punkt 2.2)
- So ist eine auffallend niedrige Quote einerseits bei den Teilnehmern der Qualifizierungs- und Beratungsangebote zu registrieren, andererseits bei den Teilnehmern des internationalen Alumniprogramms. (Gruppe 5 bzw. 7, siehe Punkt 2.2) Dies mag bei beiden Gruppen zum einen im Titel der Umfrage »Gründungsumfrage« begründet liegen, der möglicherweise Nichtgründer weniger angesprochen hat, auch wenn ihre Teilnahme durchaus erwünscht war. Zum anderen gilt es bei den Teilnehmern des internationalen Alumniprogramms den sprachlichen Aspekt zu berücksichtigen: Der Umfang der Umfrage und die Tatsache, dass keine englische Version angeboten wurde, mag wenig motivierend gewirkt haben. Da diese letztgenannte Personengruppe zudem erstmalig befragt wurde, sind in den ersten Zeilen zu Vergleichszwecken die nationalen und internationalen Rückmeldungen getrennt ausgewiesen.
- Hingegen ist eine besonders hohe Rücklaufquote sowohl bei den Mitgliedern des nationalen Alumniprogramms als auch bei jenen Gründern zu verzeichnen, die sich bereits an früheren Umfragen beteiligt hatten. (Gruppe 2 und 1, siehe Punkt 2.2 und 5.2)
- 25 Unternehmen hatten sich bereits an allen früheren TU-Gründungsumfragen in den Jahren 2001, 2003 bzw. 2005 beteiligt. Weitere neun Unternehmer haben an allen Befragungen seit 2003 und noch einmal andere 47 Unternehmer sowohl an der aktuellen als auch an der letzten Umfrage im Jahr 2005 teilgenommen. Deren Antworten bieten die Möglichkeit, intertemporale Auswertungen über bis zu neun Jahre vorzunehmen.
- Fast zwei Drittel, nämlich 159 Gründerinnen und Gründer haben sich erstmalig an der TU-Gründungsumfrage beteiligt, darunter zahlreiche Start-ups aus den letzten Jahren und einige gestandene Unternehmen, zu denen bislang seitens der TU Berlin kein Kontakt bestand.
- Nur fünf der antwortenden Gründer hatten ihr Unternehmen bereits wieder aufgegeben. Die auffallend geringe Beteiligung dieses Personenkreises und der dadurch niedrige Prozentsatz der nachweislich aufgegebenen Gründungen decken sich mit den Erfahrungen und Ergebnissen früherer TU-Gründungsbefragungen.

- 66 Personen, d.h. ein gutes Fünftel der Antwortenden haben bislang (noch) kein Unternehmen gegründet.

Aufgrund der guten Rücklaufquoten unter den Alumni, bereits erfassten Gründern und Start-ups wird in dieser Studie dennoch im Großen und Ganzen davon ausgegangen, dass die untersuchten Unternehmen für die Gesamtheit der von Absolventen der TU Berlin vorgenommenen Gründungen repräsentativ sind.

Aufgrund des Titels der Befragung »TU-Gründungsbefragung« muss allerdings – wie oben bereits angesprochen – vermutet werden, dass sich innerhalb der Grundgesamtheit vornehmlich Personen angesprochen und zur Mitarbeit bemüht fühlten, die tatsächlich bereits eine Gründung realisiert haben und mit dieser auch noch erfolgreich am Markt sind.

Es ist daher anzunehmen, dass im Vergleich zum Befragungssample einerseits ein deutlich höherer Prozentsatz der kontaktierten Personen nicht gegründet hat als die erfassten Zahlen erwarten lassen. Dies betrifft insbesondere Zielpersonen der Gruppe 5 und 7. (siehe Punkt 2.2) Andererseits kann unterstellt werden, dass ein größerer Prozentsatz der im Umfeld der TU Berlin realisierten Gründungen bereits wieder aufgegeben wurde als das Befragungssample nahe legt.

Nicht zuletzt steht zu vermuten, dass sich überproportional viele Gründer und Gründerinnen an der Umfrage beteiligt haben, deren Firmensitz in Berlin ist, die enger mit der TU Berlin kooperieren bzw. die erst in den letzten Jahren gegründet haben.

Wir gehen daher von einer Positivauswahl im Rücklauf sowohl bezüglich der Realisierungsquote der geplanten Gründungen als auch bezüglich des Unternehmenserfolges, der räumlichen bzw. institutionellen Nähe zur TU Berlin und der zeitlichen Nähe des Gründungsgeschehens aus.

Im Rahmen der Befragung musste leider größtenteils sowohl auf die Recherche der Unternehmen bzw. der angeschriebenen Personen, die sich nicht an der Umfrage beteiligt haben als auch auf eine durchgängige Plausibilitätsprüfung der erhobenen Daten verzichtet werden. Offensichtliche Unstimmigkeiten wurden allerdings, wie oben ausgeführt, bereinigt.

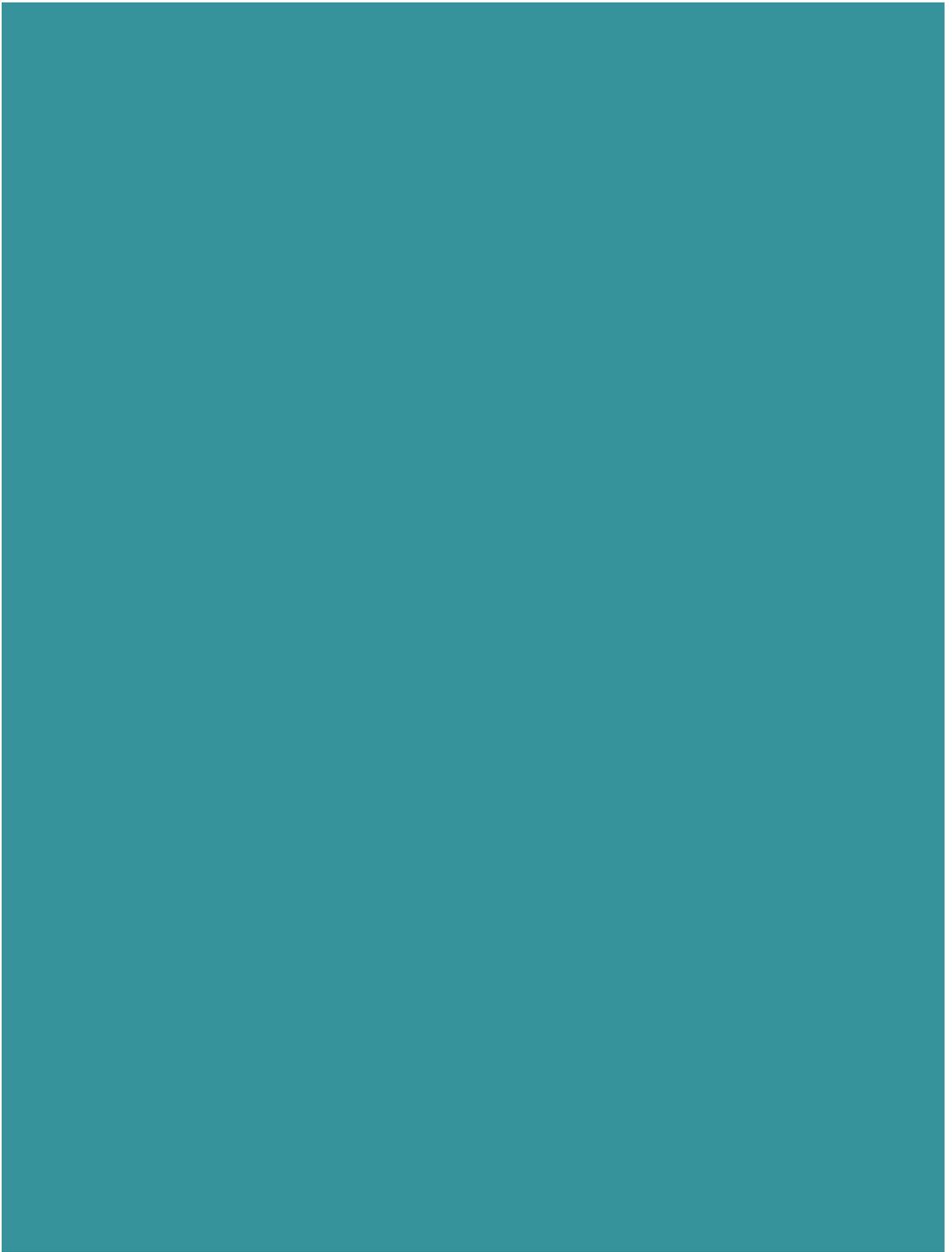
Im Gegensatz zu anderen, ähnlich gearteten Befragungen anderer Hochschulen (u.a. Oskarsson/Schlöpfer 2008, Lawton Smith/Ho 2006) bietet die vorliegende Studie demnach weder die Möglichkeit, Über-

lebensraten oder eine Quote der gescheiterten Gründungen zu ermitteln noch diese mit durchschnittlichen Überlebensraten anderer Institutionen oder Regionen zu vergleichen.

2.4 STRUKTUR DER STUDIE

Im folgenden Kapitel 3 werden zunächst die erhobenen Daten zu den gegründeten Unternehmen dargestellt. In Kapitel 4 widmen wir uns den persönlichen Profilen der Gründer und der Gründungsinteressierten, die aus verschiedenen Gründen (noch) kein Unternehmen gegründet haben sowie der Genese des Gründungswunsches der ersten Personengruppe. Die Kontakte und Kooperationen zwischen Unternehmern und ihrer (ehemaligen) Alma Mater werden im fünften und letzten Kapitel beleuchtet.

Wenn sinnvoll und möglich, werden Parallelen oder Unterschiede zu ähnlich konzipierten Befragungen und Studien zu Hochschulgründungen aufgezeigt bzw. Vergleiche mit den Daten der früheren TU-Gründungsumfragen aus den Jahren 2001, 2003 und 2005 gezogen.

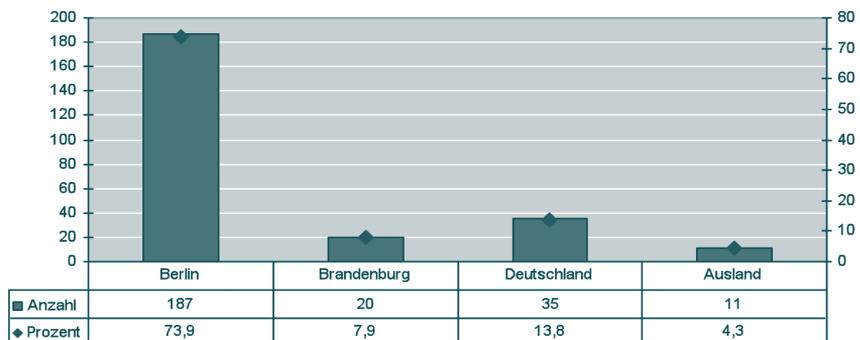


3. Unternehmensprofil der Gründungen aus der TU Berlin

3.1 STANDORT

Die für die TU Berlin wichtige Frage nach dem Unternehmensstandort der aktuell erfassten Firmen veranschaulicht die folgende Grafik:

3.1.1 Aktueller Unternehmensstandort – Umfrage 2008



n=253

Mit fast 74% ist die große Mehrheit der mit dieser Umfrage erfassten Firmen in Berlin angesiedelt. Wie in den folgenden Ausführungen dargelegt wird, leistet die TU Berlin damit einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung und Innovationskraft der Hauptstadt.

Auffallend sind insbesondere Ballungen in den Stadtbezirken Charlottenburg und Mitte. So sind in Charlottenburg stolze 41, d.h. fast jedes vierte der 187 Berliner TU-Unternehmen angesiedelt, in Mitte sind es 28, d.h. ca. 15% der befragten Firmen.

Berlin-Charlottenburg ist nicht nur Sitz der TU Berlin und anderer Hochschulen, sondern auch zahlreicher Forschungseinrichtungen wie den Fraunhofer Instituten für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik, für Software und Systemtechnik sowie Adresse der

Physikalisch-Technischen Bundesanstalt. Als urbaner Bezirk zeichnet sich Charlottenburg auch durch eine hohe Lebensqualität aus.

Berlin-Mitte weist als beliebter Szenebezirk eine hohe Dichte an innovativen, kreativen Kleinunternehmen, Modeläden und Galerien auf, ist aber gleichzeitig auch Sitz mehrerer außeruniversitärer Forschungseinrichtungen.

Interessant ist jedoch, dass lediglich vier Unternehmer ihren Firmensitz in Adlershof gewählt haben, das mit seinem Wissenschafts- und Technologiepark bekanntermaßen insbesondere technologieorientierte Unternehmen anzieht.

Eine Firmenadresse in Brandenburg gaben weitere 20 Befragte an. Auffallend sind dabei Ballungen einerseits in der Landeshauptstadt Potsdam mit fünf Unternehmen, andererseits in Teltow mit sechs Unternehmen. Teltow liegt unmittelbar vor den Toren Berlins, ist gut an die Hauptstadt angebunden und hat mit dem 1990 gegründeten Technologiezentrum Teltow (TZT) das erste Innovations- und Gründerzentrum des Landes Brandenburg aufzuweisen.

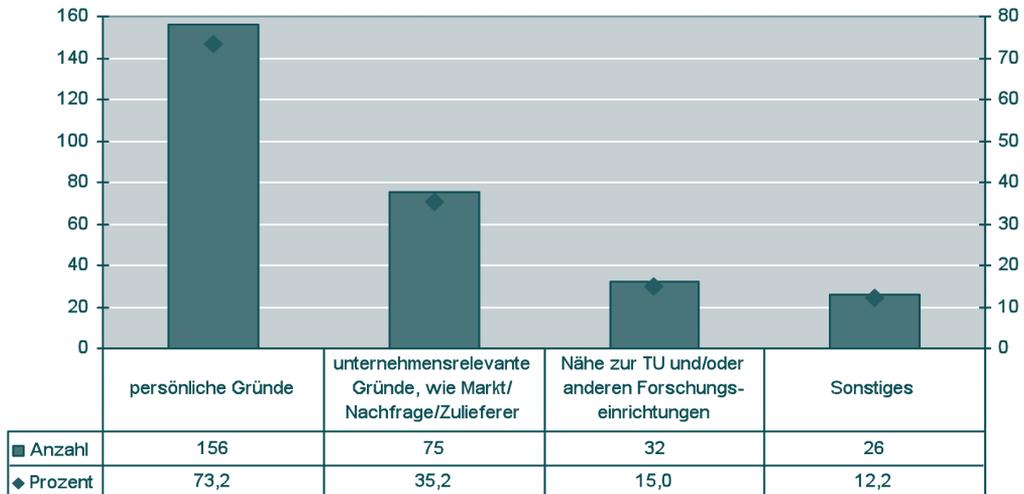
Lediglich knapp 14% der antwortenden TU-Absolventen wählten einen Firmensitz in anderen Teilen Deutschlands, darunter vier in München, drei in Leipzig und je zwei in Bonn, Essen und Stuttgart.

Nur 11 Befragte gründeten ein Unternehmen im Ausland. Drei Unternehmer machten keine Angaben zu ihrem Firmensitz.

Bei der Bewertung dieser Zahlen muss allerdings berücksichtigt werden, dass Unternehmer, die sich für eine Firmenadresse in Berlin oder gar in unmittelbarer Nähe der TU Berlin entschieden haben, möglicherweise engere Kontakte zur TU Berlin pflegen als Firmengründer mit Unternehmenssitz in anderen Teilen Deutschlands oder im Ausland (siehe auch Kapitel 5). Sie sind daher einerseits mit größerer Wahrscheinlichkeit als Gründer, beispielsweise als Mitglied im Alumniprogramm der TU Berlin erfasst und somit im Rahmen der Umfrage angeschrieben worden. Andererseits sind sie möglicherweise aufgrund dieser Kontakte oder der räumlichen Nähe auch eher bereit, sich an der Umfrage zu beteiligen. Es ist daher gut möglich, dass die 253 erfassten Firmen in dieser Hinsicht ein verzerrtes Bild aller insgesamt kontaktierten bzw. aller von TU-Absolventen gegründeten Unternehmen darstellen.

Betrachtet man die von den Unternehmern angegebenen Gründe für die Standortwahl, überraschen diese sehr klaren Ergebnisse für Berlin nicht:

3.1.2 Gründe für die Standortwahl – Umfrage 2008



n=213, Mehrfachnennung möglich⁸

Mit 156 Nennungen führen fast drei Viertel aller 213 Unternehmer persönliche Gründe als ausschlaggebend für ihre Standortentscheidung an. Für immerhin 32 Firmengründer war (auch) die Nähe zur TU Berlin bzw. zu anderen Forschungseinrichtungen entscheidend, darunter in 30 Fällen bei Firmen mit Sitz in Berlin und bei einem Unternehmen in Brandenburg. Fünfzehn Befragte nannten die Nähe zur TU Berlin und/oder anderen Forschungseinrichtungen gar als das einzige Argument für ihre Standortentscheidung.

Auch der Großteil der unter Sonstiges aufgeführten Gründe spricht in der Tat für Berlin als Firmensitz, wobei unter anderem die folgenden Punkte genannt wurden:

- Zentral in Berlin (2)
- within the market zone
- Politiknähe
- Miete/eigene Immobilie
- Kosten
- Erfahrung Kontakte
- sehr guter Pool für Mitarbeiter, Infrastruktur einer Großstadt
- Wissensaustausch mit anderen Unternehmen
- Berlin als Testmarkt gut geeignet

⁸ Die Angabe (n= x) unter den Grafiken wie auch die Prozentangaben beziehen sich bei allen Grafiken (auch da, wo Mehrfachnennungen möglich waren) immer auf die Anzahl der antwortenden Personen, nicht auf die Anzahl der insgesamt zu der Fragestellung verzeichneten Antworten.

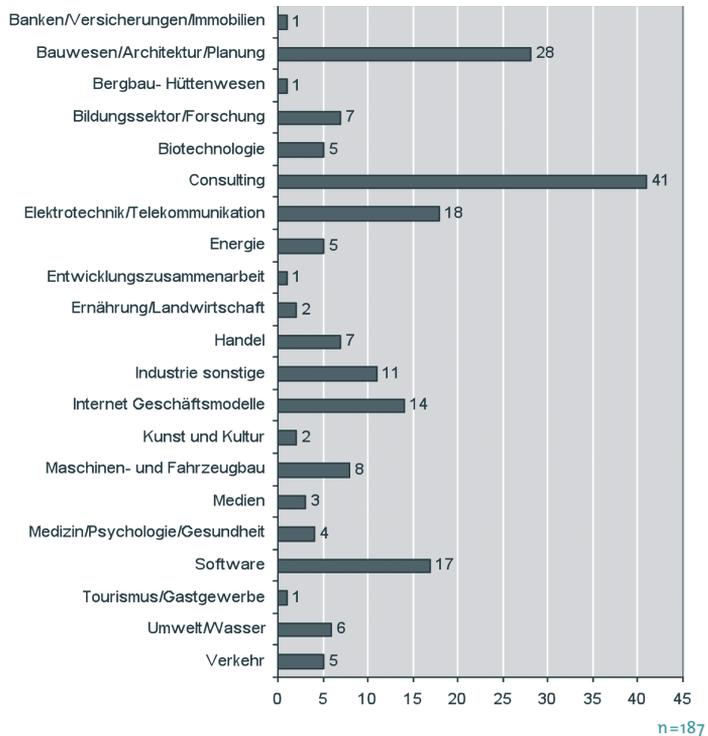
- Verkehrsanbindung in Deutschland zu Städten
- Berliner Innovations- und Gründerzentrum
 - Einfacher Start, Infrastruktur
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf

43 Unternehmer haben keine Angaben zu den Gründen ihrer Standortwahl gemacht.

3.2 BRANCHEN UND HAUPTGESCHÄFTSFELDER

Die untenstehende Zusammenstellung beleuchtet die von den Unternehmern im Rahmen der aktuellen Umfrage vorgenommene Zuordnung zu 24 Branchen bzw. Antwortoptionen, die aus Gründen der Vergleichbarkeit analog zu den früheren Befragungen vorgegeben waren.

3.2.1 Verteilung nach Branchen – Umfrage 2008



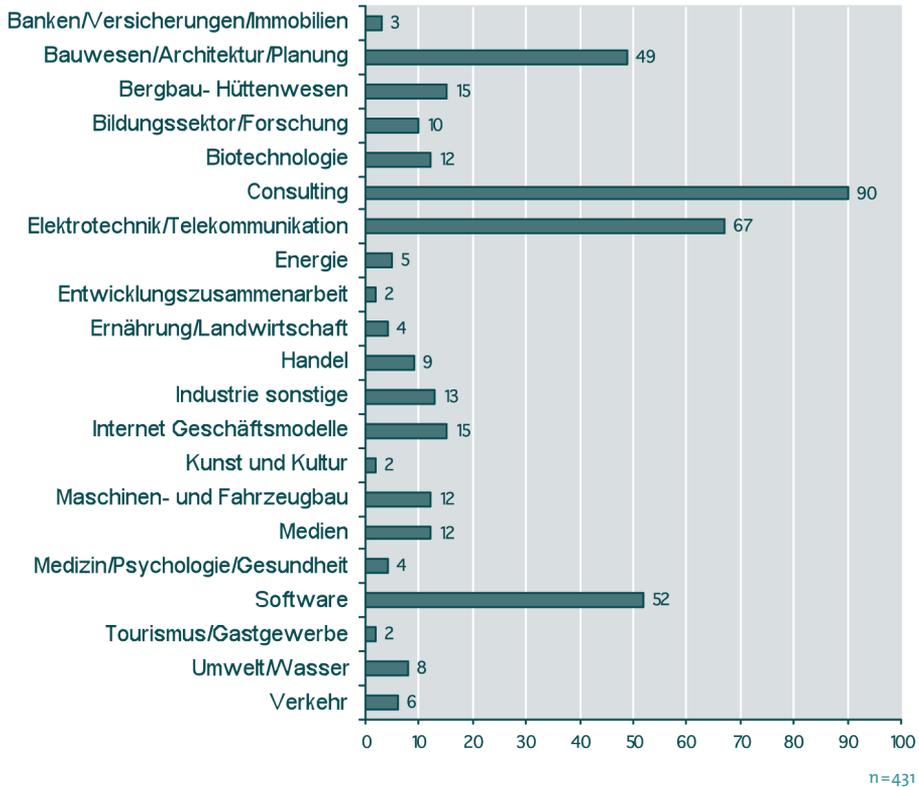
Demnach ist mehr als jeder fünfte Unternehmer, der sich an der Umfrage beteiligt hat, im Consulting-Bereich tätig, was evt. auf ein gesteigertes Antwortverhalten dieser Gründer schließen lässt. 15 % aller erfassten Unternehmer ordnen sich im weitesten Sinne der Bau- bzw. Planungsbranche zu. Erwähnenswert sind ferner die Bereiche Elektrotechnik / Telekommunikation sowie Software, die jeweils mit reichlich 9% zu Buche schlagen sowie sonstige Internet-Geschäftsmodelle, mit denen weitere 7,5% der TU-Absolventen am Markt tätig sind.

Keine Zuordnungen wurden vorgenommen zu den Branchen Chemie / Pharma, Politik sowie Sozialarbeit. 69 Unternehmer haben ihrem Unternehmen in der aktuellen Umfrage keine Branche zugeordnet.

Berliner Unternehmen stellen bei der überwiegenden Mehrzahl der Branchen zwei Drittel bis 100% aller Unternehmen und spiegeln damit die regionale Verteilung des gesamten Befragungssamples. Allerdings ergibt die Standortanalyse, dass der Prozentsatz der Berliner Unternehmen in der Umwelt- und Wasserbranche mit 2 von 6 Nennungen (33,3%) sowie in der sonstigen Industrie mit 4 von 11 Firmen (36,4%) besonders gering ausfällt.

Ansonsten entspricht die Verteilung im Großen und Ganzen den Kernbereichen der TU Berlin und ähnelt der Verteilung vorangegangener Befragungen, wie die folgende kumulative Darstellung nach Branchen aller uns sowohl aus der aktuellen als auch aus allen vorhergehenden Befragungen bekannten Gründungen von TU-Absolventen belegt:

3.2.2 Verteilung nach Branchen – Umfragen 2001 bis 2008



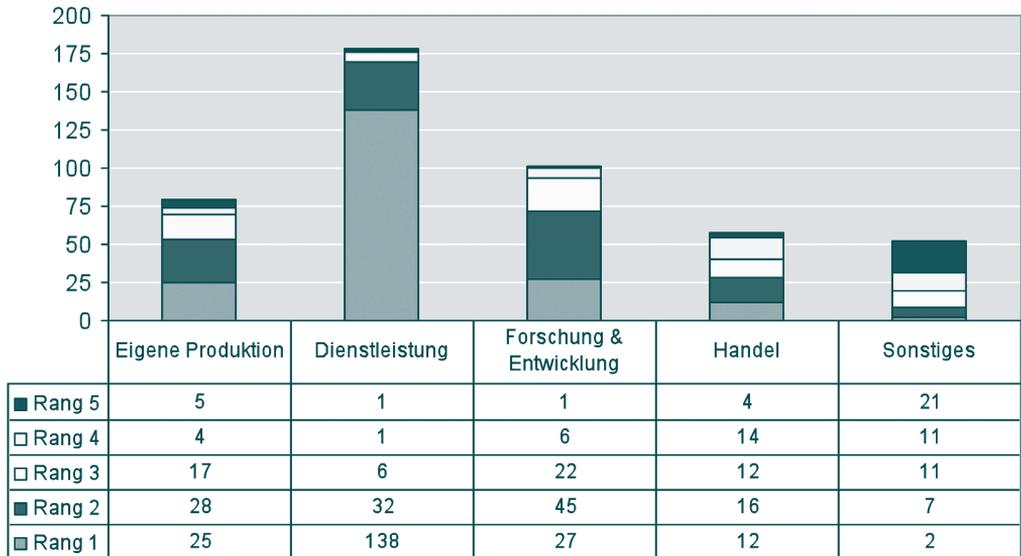
Wie in der aktuellen Umfrage dominieren auch in der Summe aller vier bereits durchgeführten Befragungen mit deutlichem Abstand Unternehmen, die im Consulting-Bereich tätig sind (90 von 431 erfassten Firmen), gefolgt von 67 Unternehmen in der Elektrotechnik- / Telekommunikationsbranche. Knapp über bzw. unter 50 Firmen machen mit Software Umsätze bzw. sind im weitesten Sinne dem Baugewerbe, inklusive Architektur- und Planungsbüros zuzuordnen. 39 Firmen konnten keiner Branche zugeordnet werden.⁹

Eine kumulative Darstellung der insgesamt 431 erfassten Unternehmen nach Branche und Gründungsjahr finden Sie unter Punkt 3.3.

Befragt nach einer Auswahl und Rangliste der für ihr Unternehmen wichtigen Geschäftsfelder, machten die Befragten in der aktuellen Umfrage folgende Angaben:

⁹ Wo möglich, wurden hierfür Branchen unsererseits recherchiert und die Zuordnungen entsprechend vorgenommen. Dies gilt ebenso für die Übersichten 3.3.2a und 3.3.2b.

3.2.3 Verteilung der Hauptgeschäftsfelder – Umfrage 2008



n=200

178 Unternehmer und damit die übergroße Mehrheit betrachten Dienstleistungen als ein wichtiges Geschäftsfeld, 138 Befragte gar als das wichtigste Geschäftsfeld ihrer Firma.

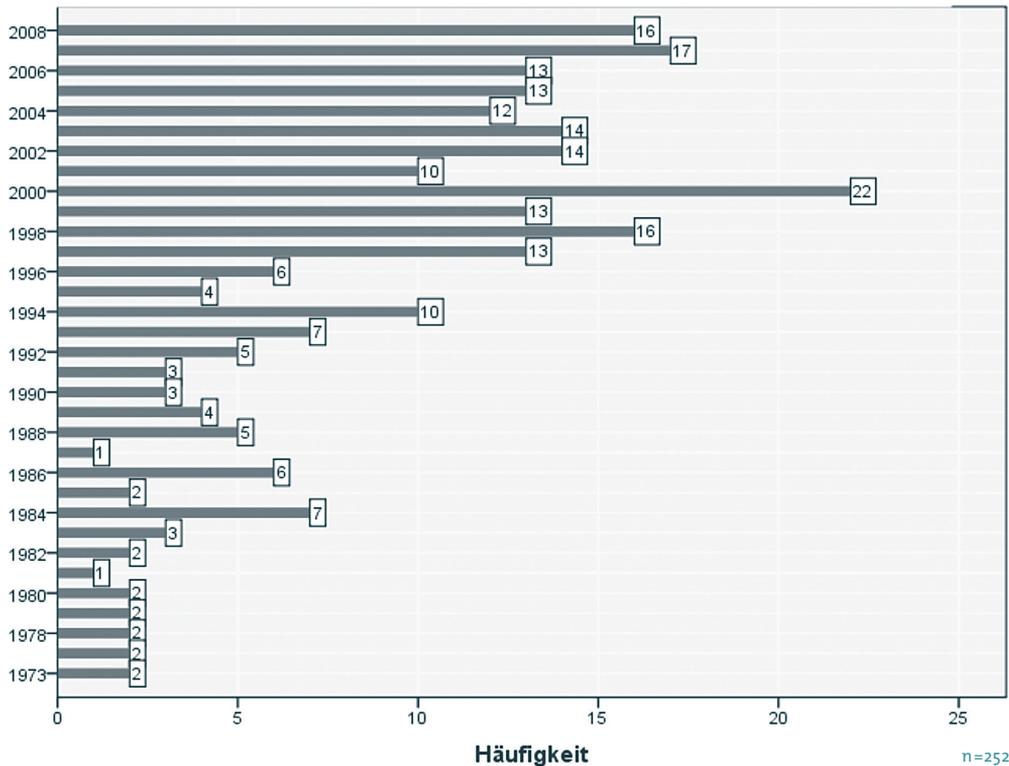
Ebenfalls eine große Rolle spielt der Bereich Forschung und Entwicklung, den insgesamt 101 Unternehmer als ein gewichtiges, darunter jeder vierte als wichtigstes Geschäftsfeld genannt haben. 79 Unternehmer halten die Antwortoption »Eigene Produktion« als für ihre Firma zutreffend und zentral. In den vorgegebenen Antwortoptionen »Handel« bzw. »Sonstiges« finden sich insgesamt 58 bzw. 52 Firmeninhaber wieder.

56 Unternehmer haben sich zu ihren Geschäftsfeldern nicht geäußert.

3.3 GRÜNDUNGSJAHR

Das Alter der in der aktuellen Umfrage erfassten Gründungen veranschaulicht die folgende Grafik:

3.3.1 Verteilung nach Gründungsjahr – Umfrage 2008



Vier Unternehmer haben keine Angaben zum Jahr der Gründung ihrer Firma gemacht.

Das Befragungssample lässt auf den ersten Blick einen Anstieg der Gründungsaktivität in den Jahren 1997 bis 2000 vermuten, der mit 22 gegründeten Unternehmen im Jahr 2000 sein Maximum erreicht hat. Er weist zeitliche Parallelen mit dem Gründungsboom der New Economy auf und konnte in ähnlicher Form in zahlreichen ähnlich konzipierten Befragungen und Studien festgestellt werden. (u.a. für die Universität Magdeburg Gansel/Raith/Wilker 2005)

Diese Vermutung gilt es jedoch zu hinterfragen, kommt es doch diesen Zahlen zufolge außer im Jahre 2001 nach dem Platzen der dot.com Blase nicht zu dem generell zu verzeichnenden deutlichen Einbruch der Gründungsaktivitäten. Die Zahl der erfassten Gründungen liegt ab dem Jahr 2002 wie kurz vor dem Jahr 2000 bei ca. 13 bis 15 pro Kalenderjahr.

Bei der Bewertung der Daten muss demnach einerseits berücksichtigt werden, dass sich – wie eingangs unter Punkt 2.3 dargestellt – an der Befragung primär Absolventen beteiligt haben, deren Unternehmen noch am Markt bestehen. Wir können daher davon ausgehen, dass sehr viele Start-ups, die am Ende der 90er Jahre des letzten Jahrtausends ins Leben gerufen wurden, aber die Jahre der Gründungseuphorie nicht überlebt haben, in die obige Darstellung nicht Eingang gefunden haben. Andererseits steht zu vermuten, dass Firmeninhaber, die erst kürzlich ihre Geschäftstätigkeit aufgenommen haben, eher geneigt und bereit sind, sich an einer solchen Umfrage zu beteiligen – erst recht, wenn sie möglicherweise selbst den Gründungssupport der TU Berlin in Anspruch genommen haben. (siehe auch Kapitel 5) Auch in dieser Hinsicht mag es daher zu einer Verzerrung kommen.

Beide Annahmen gelten uneingeschränkt auch für die folgende kumulative Darstellung, die dennoch etwas aussagekräftiger ist, da sie die Ergebnisse sowohl der aktuellen als auch früherer Gründungsfragen seit 2001 berücksichtigt. Dabei ergibt sich bezüglich der Gründungsdaten und Branchen das folgende Gesamttabelleau:

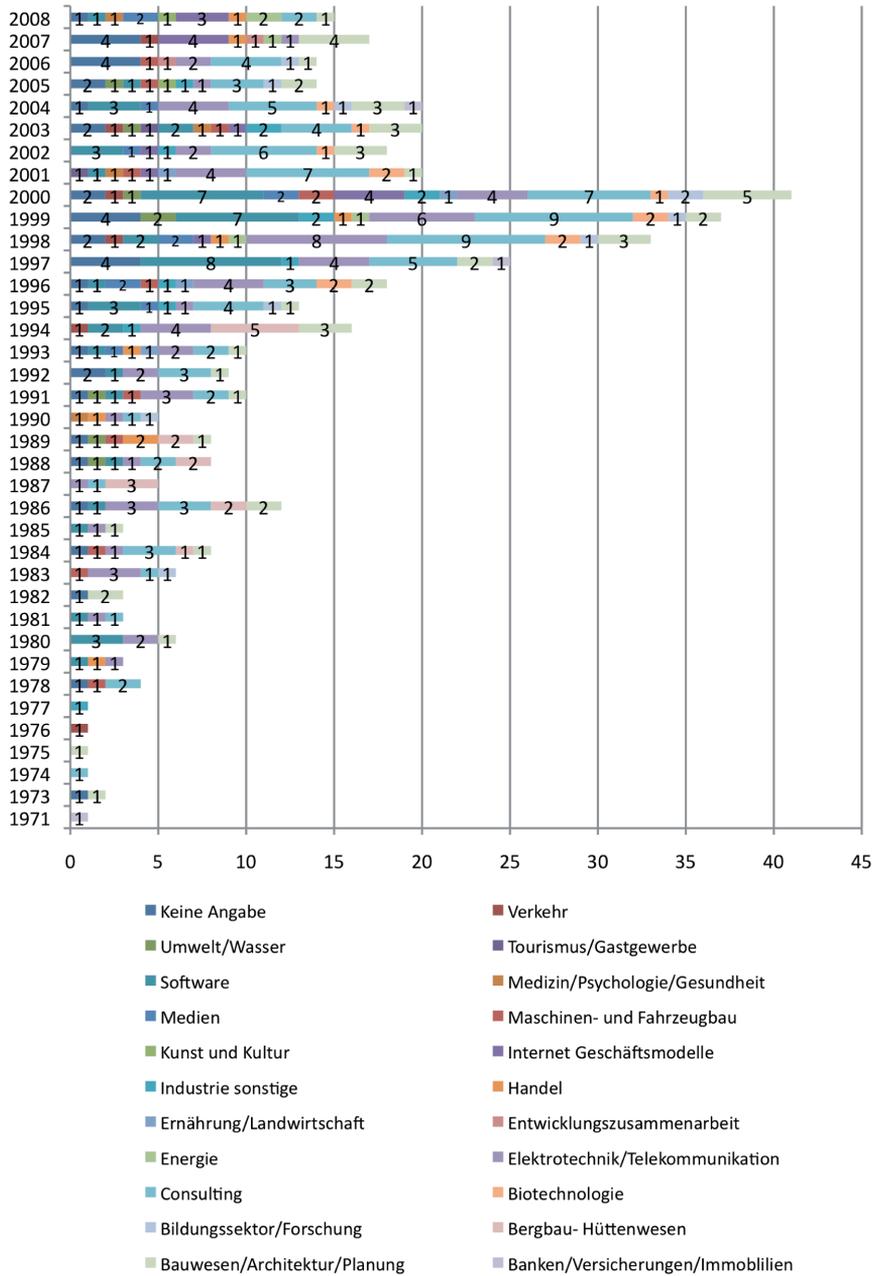
3.3.2a Gründungsjahr und Branchen – Umfragen 2001 bis 2008

	Gesamt	1971– 1975	1976– 1980	1981– 1985	1986– 1990	1991– 1995	1996– 2000	2001– 2005	ab 2006
Banken/Versicherungen/ Immobilien	3	1	0	0	0	0	1	1	0
Bauwesen/Architektur / Planung	49	2	1	4	3	7	14	12	6
Bergbau- Hüttenwesen	15	0	0	1	9	5	0	0	0
Bildungssektor/ Forschung	10	0	0	1	1	1	4	2	1
Biotechnologie	12	0	0	0	0	0	7	5	0
Consulting	90	1	2	5	7	11	33	25	6
Elektrotechnik / Telekommunikation	67	0	3	6	6	12	26	11	3
Energie	5	0	0	0	0	0	2	0	3
Entwicklungs- Zusammenarbeit	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Ernährung/ Landwirtschaft	4	0	0	0	0	1	2	1	0
Handel	9	0	1	0	3	1	2	0	2
Industrie sonstige	13	0	1	0	0	2	6	4	0
Internet Geschäftsmodelle	15	0	0	0	0	0	5	3	7
Kunst und Kultur	2	0	0	0	0	0	0	1	1
Maschinen- und Fahrzeugbau	12	0	1	2	1	1	3	3	1
Medien	12	0	0	0	0	2	6	2	2
Medizin/Psychologie/ Gesundheit	4	0	0	0	1	0	0	2	1
Software	52	0	4	2	2	8	25	10	1
Tourismus/Gastgewerbe	2	0	0	0	0	0	0	2	0
Umwelt/Wasser	8	0	0	0	2	1	3	2	0
Verkehr	6	0	1	0	0	1	2	1	1
Keine Angabe	39	1	1	2	3	5	13	5	9
Summe	431	5	15	23	38	58	154	92	46

Der Auswertung dieser Daten und der folgenden Grafik muss zunächst der deutliche Hinweis vorangehen, dass in beide Zusammenstellungen alle Unternehmen eingegangen sind, die sich an der aktuellen und/oder früheren Befragungen beteiligt haben – und zwar unabhängig davon, ob sie heute noch am Markt und in der ursprünglichen Branche tätig sind. Es ist folglich möglich, dass einige der Unternehmen ihre Geschäftstätigkeit zwischenzeitlich eingestellt haben.

Anders als die aktuelle Umfrage (siehe Grafik 3.3.1) lässt diese Zusammenstellung wie auch die folgende Grafik einen deutlicheren Zuwachs an Gründungen in den Boom-Jahren 1996–2000 erkennen, der einerseits mit der Gründungseuphorie jener Jahre und andererseits mit der zeitlichen Nähe zu den TU-Gründungsbefragung 2001, 2003 und 2005 zu erklären ist. Alleine 84 der 154 in diesen Jahren gegründeten Unternehmen sind den Branchen Consulting, Software und Elektrotechnik/Telekommunikation zuzuordnen. Während in diesen drei Branchen nach 2000 durchaus ein Einbruch der Gründungszahlen zu verzeichnen ist, bleibt die Anzahl der Start-ups u. a. in der Architektur- und Planungsbranche nach 2001 unverändert hoch.

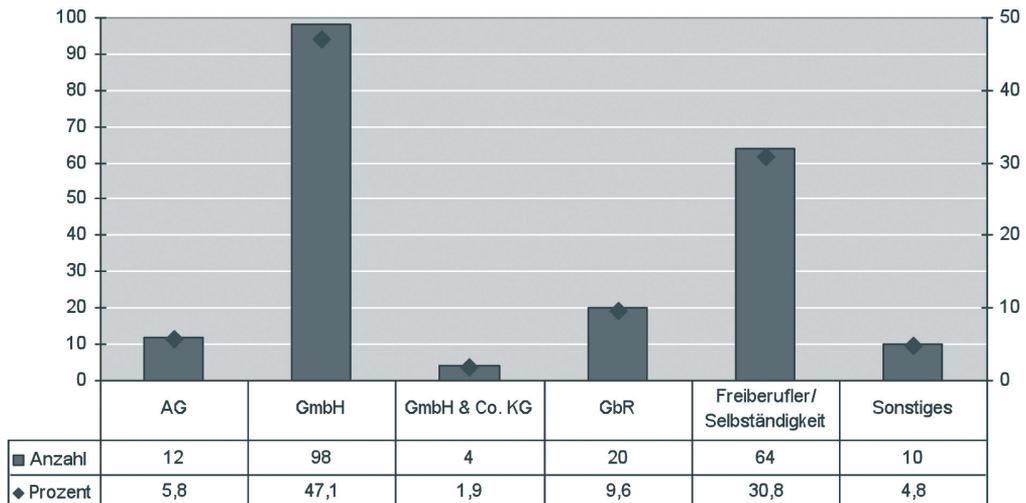
3.3.2b Gründungsjahr und Branchen – Umfragen 2001 bis 2008



3.4 GESELLSCHAFTSFORM

Die Wahl der Gesellschaftsform wirft nicht nur ein Licht auf den aktuellen Stand des Unternehmens, sondern auch auf die seitens des Unternehmers erwartete zukünftige wirtschaftliche Entwicklung. Befragt nach der aktuellen Gesellschaftsform, konnten folgende Antworten verzeichnet werden:

3.4 Übersicht über die gewählte Gesellschaftsform – Umfrage 2008



n=208

Den Angaben der Befragten zufolge sind über die Hälfte der untersuchten Unternehmen als GmbH auf dem Markt. Der überwiegende Rest der Unternehmerinnen und Unternehmer, nämlich insgesamt fast jeder dritte, agiert als Selbstständiger bzw. Freiberufler. Für die Gesellschaftsform der GbR haben sich ca. 10%, für eine Aktiengesellschaft nur etwas über 5% entschieden.

Aufgeschlüsselt nach den in dieser Untersuchung am stärksten vertretenen Branchen (vgl. 3.2) können folgende Aussagen getroffen werden:

- Die Verteilung der Gesellschaftsformen der Unternehmen der Consulting- als auch der Software-Branche ist mit dem des Befragungssamples fast identisch: So sind 45% der Consulting- bzw. 47%

der Softwareunternehmen als GmbH eingeschrieben, jeweils 35% der Befragten beider Branchen sind als Freiberufler tätig.

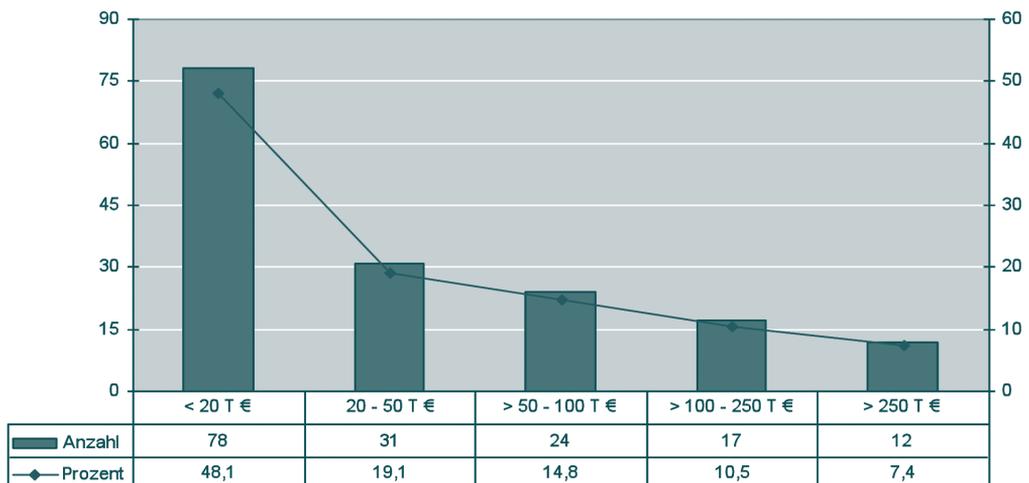
- Anders das Bild bei den Architekten: Wie nicht anders zu erwarten, ist mit 53% der Architekten und Planern die Mehrheit freiberuflich bzw. selbstständig tätig. Nur jedes fünfte Unternehmen in dieser Branche ist als GmbH im Handelsregister eingetragen.
- Hingegen überwiegt sowohl in der Elektrotechnik-/Telekommunikationsbranche als auch bei den Internetdiensten mit knapp 78% bzw. 64% deutlich die Gesellschaft mit beschränkter Haftung.
- Schließlich sind von den Unternehmen, die der sonstigen Industrie zugeordnet wurden, mit 36% überproportional viele als AG auf dem Markt, weitere 45 als GmbH und nur 18% freiberuflich tätig.

Von 48 Unternehmen liegen zu dieser Frage keine Informationen vor.

3.5 KAPITALBEDARF IM ERSTEN JAHR NACH GRÜNDUNG

Befragt nach dem Kapitalbedarf im ersten Jahr nach der Gründung, meldeten die Unternehmer und Unternehmerinnen folgende Zahlen:

3.5 Kapitalbedarf in Tsd. Euro im ersten Jahr nach Gründung – Umfrage 2008



n=162

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich die Zahl der Unternehmen umgekehrt proportional zur Höhe des Finanzbedarfs verhält, d.h. die Zahl der Unternehmen nimmt bei steigendem Finanzbedarf ab:

- Von den insgesamt 162 Gründern, die diese Frage beantworteten, hatte der überwiegende Teil, nämlich 78 Start-ups im ersten Jahr nach der Gründung einen Kapitalbedarf von weniger als 20 Tsd. Euro.
- Nur 12 Unternehmer mussten im ersten Jahr einen Kapitalbedarf von über 250 Tsd. Euro decken, darunter vier Unternehmen der Branche »Internet Geschäftsmodelle« und drei Start-Ups, die die Befragten dem Bereich »sonstige Industrie« zuordneten.

Der überraschend geringe Finanzierungsbedarf im ersten Jahr nach der Gründung deckt sich mit Befragungen anderer technischer Universitäten, beispielsweise der Universität Twente (Karnebeek 2001). Er ist im engen Zusammenhang mit der (kaum) in Anspruch genommenen finanziellen Unterstützung seitens der Gründer zu sehen. (siehe Punkt 4.5)

Betrachten wir wiederum die an dieser Umfrage am stärksten vertretenen **Branchen** (vgl. 3.2), können folgende Aussagen getroffen werden:¹⁰

- Wie im gesamten Befragungssample haben auch in der Architektur- und Baubranche, in der Consulting- und in der Softwarebranche die übergroße Mehrheit der Unternehmen im ersten Jahr nach Gründung einen Kapitalbedarf von unter 20.000 Euro angegeben: Dabei sind sowohl bei den Architekten und Planern mit 65% als auch bei den Softwarefirmen mit 60% sogar deutlich mehr als die Hälfte aller beteiligten Unternehmen mit weniger als 20.000 Euro im ersten Jahr nach Gründung ausgekommen, in der Beratungsbranche 51% aller Firmen.
- Anders das Bild in der Elektrotechnik- / Telekommunikations-Branche: Hier gaben insgesamt neun von zwölf Unternehmen, die sich zu dieser Frage geäußert haben, einen Finanzbedarf von unter 50 Tsd. Euro an, darunter fünf Firmen, die weniger als 20 Tsd. Euro im ersten Geschäftsjahr benötigten.
- Relativ ausgeglichen sieht hingegen das Bild bei den Internet Geschäftsmodellen bzw. in der sonstigen Industrie aus. Allerdings verzeichneten eine leichte Mehrheit der Unternehmen dieser beiden Branchen einen Finanzbedarf von über 50 Tsd. Euro im ersten Jahr

¹⁰ Die Prozentangaben beziehen sich auf die Zahl der Unternehmen je Branche, zu denen uns Angaben zum Finanzbedarf vorliegen.

ihres Bestehens: sieben von zehn antwortenden Unternehmen (sonstige Industrie) bzw. sieben von 13 (Internet) gaben einen Finanzbedarf von über 50 Tsd. Euro an, darunter, wie oben ausgeführt, drei bzw. vier Unternehmen einen Bedarf von über 250 Tsd. Euro.

- Dieses Spektrum spiegelt sich an den Mittelwerten, die sich aus den o.g. Klassen ergeben:¹¹ Während ein Architekt oder Planer im ersten Jahr durchschnittlich einen Finanzbedarf von 1,29 hatte, liegt der Mittelwert bei den Consulting-Firmen bei 1,68, in der Software-Branche bei 1,81 und in der Elektrotechnik/Telekommunikation bei 1,86. Es folgen mit deutlichem Abstand Firmen der sonstigen Industrie mit einem Mittelwert von 2,91 bzw. der Internet-Geschäftsmodelle mit 3,0.
- 94 Gründer und Gründerinnen machten zu dieser Frage keine Angaben.

Der Kapitalbedarf korreliert schwach signifikant sowohl mit dem im Jahre 2007 erreichten **Umsatz** als auch mit der Anzahl der **Mitarbeiter** 2007.

3.6 ARBEITSPLÄTZE

Die Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze ist ein politischer und sowohl für die Außendarstellung als auch für die Bewertung der Gründungsaktivitäten der TU Berlin sehr zentraler Wert, der in Pressemitteilungen, Statistiken und Leistungsberichte einfließt. Gleichzeitig handelt es sich aber laut Rückmeldungen einiger Gründer auch um sehr sensible Informationen.

Bei der Erfassung dieser Daten ist zudem zu berücksichtigen, dass die Anzahl der Mitarbeiter aufgrund der heutzutage nicht unüblichen befristeten Beschäftigungsverhältnisse und dem Einsatz projektgebundener freier Mitarbeiter über das Jahr gesehen großen Schwankungen unterliegen kann. Auch die verschiedenen Teilzeitmodelle werfen Probleme bei der exakten Ermittlung der Mitarbeiterzahlen auf.¹²

Im Gegensatz zu früheren TU-Gründungsbefragungen und zur Onlinebefragung wurde daher in den Papierfragebögen der aktuellen Umfrage davon abgesehen, absolute Zahlen zu erfassen. Stattdessen wurden die Befragten gebeten, ihre Mitarbeiterzahlen vorgegebenen Kategorien zuzuordnen.

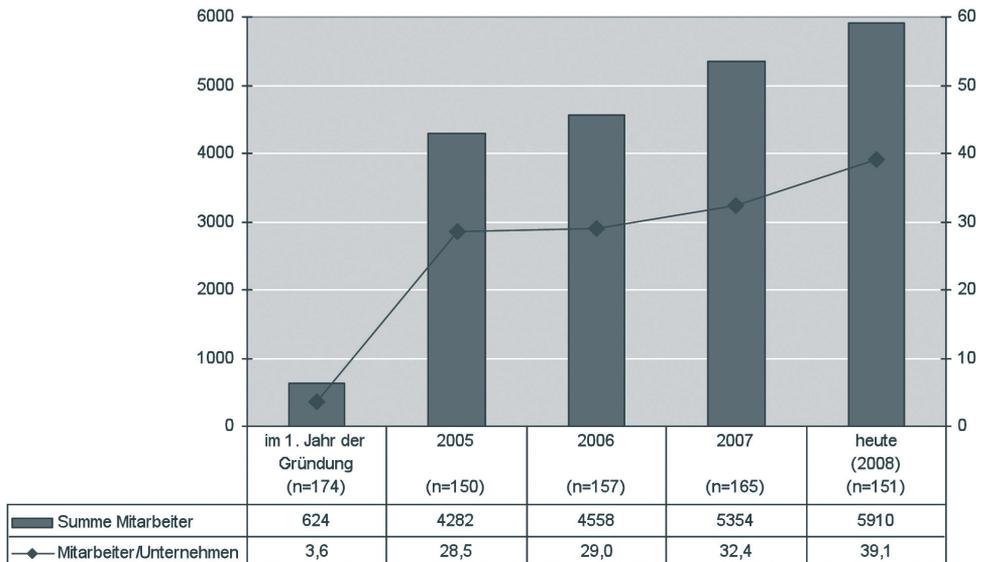
¹¹ Den Mittelwerten liegen die folgenden Klassen zugrunde:

1 = weniger als 20 Tsd.
 2 = 20 bis 50 Tsd.
 3 = über 50 bis 100 Tsd.
 4 = über 100 bis 250 Tsd.
 6 = mehr als 250 Tsd.

¹² Um diesen Erfassungsproblemen zu begegnen, wurde in den Fragebögen explizit nach durchschnittlichen Vollzeitäquivalenzen gefragt.

Dabei ergibt sich über die erfassten Jahre 2005 bis 2008 folgendes Gesamtbild:¹³

3.6.1 Arbeitsplätze – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Jahresangaben

¹³ Für diese und folgende Grafiken und Übersichten gilt: Bei Unternehmen, für die durch die in den Papierfragebögen vorgegebene Klassifikation keine absoluten Zahlen erfasst wurden, wurden Mittelwerte innerhalb der gewählten Klasse zu Grunde gelegt.

¹⁴ In den Papierfragebögen wurden die Mitarbeiterzahlen für 2008 nicht erfasst, daher kommt es zu dem Einbruch in der zugrunde liegenden Anzahl an Unternehmen. Aus diesem Grunde sind den Übersichten und Grafiken 3.6.3, 3.6.4 und 3.6.5 die Mitarbeiterzahlen 2007 zugrunde gelegt.

Bereits auf den ersten Blick fällt die kontinuierliche Steigerung sowohl der in den Unternehmen der TU-Absolventen absolut geschaffenen Arbeitsplätze als auch der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen in den Jahren 2005 bis 2008¹⁴ ins Auge.

- Sowohl die insgesamt geschaffenen Arbeitsplätze als auch die durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen haben sich zwischen dem 1. Jahr der Gründung und dem Jahre 2008 etwa verzehnfacht.
- Den erfassten Zahlen zufolge waren in den betrachteten Firmen im Jahr 2008 knapp 6000 Mitarbeiter beschäftigt. Fast 1000 Akademiker hatten im Jahr 2008 eine Anstellung in einer der erfassten Firmen der TU-Absolventen.
- Dabei wurden pro Unternehmen im Jahr 2008 durchschnittlich 39 Arbeitsplätze geschaffen und durchschnittlich knapp sieben Akademiker beschäftigt.
- Wie die folgende Übersicht zeigt, hat nur ein einziger Unternehmer (deutlich) mehr als 1000 Mitarbeiter beschäftigt. Extrahiert

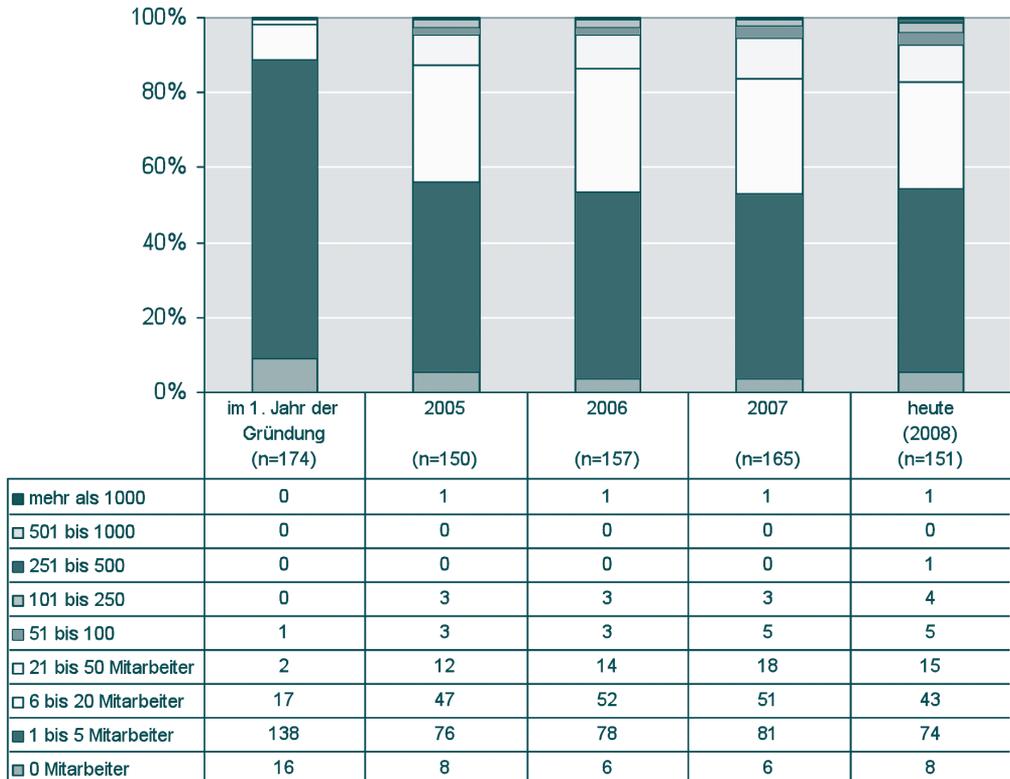
man diesen »Ausreißer«, ergibt sich im Jahr 2008 bei den restlichen 150 Unternehmen ein Stamm von durchschnittlich 14,8 Mitarbeitern. Vergleichend seien an dieser Stelle die von Shane erhobenen Zahlen für Spin-offs anderer Hochschulen genannt: So weisen beispielsweise die aus der Universität Twente hervorgegangenen Firmen im Durchschnitt 4,8 und die der ETH Zürich 7,9 Arbeitsplätze auf, die Spin-offs britischer Hochschulen kommen auf durchschnittlich 14,2 und US-amerikanische Spin-offs aus Hochschulen auf 83 geschaffene Jobs. (Karnebeek 2001, Oskarsson/Schäpfer 2008, Shane 2004)¹⁵

- Der überwiegende Teil der geschaffenen Arbeitsplätze sind dabei in Berlin entstanden, 4.988 der knapp 6.000 Mitarbeiter in den Firmen der TU-Absolventen sind in Berlin tätig, darunter 793 Akademiker und Akademikerinnen.
- Insgesamt hat leider ca. ein Drittel der Gründer, konkret 82 (Jahr der Gründung) sowie 106 (2005), 99 (2006), 91 (2007) bzw. 105 (2008) der Befragten keine Angaben zu den Mitarbeiterzahlen ihres Unternehmens gemacht. (siehe Grafik und Hochrechnung am Ende dieses Abschnitts 3.6.5)

¹⁵ Die enormen Unterschiede liegen u.a. in den verschieden großen Samples und der Tatsache begründet, dass die in den USA untersuchten Firmen im Durchschnitt bereits deutlich länger am Markt waren.

Die absolut geschaffenen Arbeitsplatzzahlen der erfassten Unternehmen setzen sich wie folgt zusammen:

3.6.2 Größe der Unternehmen nach Arbeitsplätzen – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Jahresangaben

Betrachtet man die Anzahl der Mitarbeiter in Vollzeitäquivalenzen in den einzelnen Unternehmen, kann konstatiert werden:

- Mit 138 Nennungen haben über drei Viertel der untersuchten Unternehmen im ersten Jahr der Gründung ein bis maximal fünf Arbeitsplätze geschaffen.
- Auch in den Jahren 2005 bis 2008 hatte der überwiegende Großteil der Unternehmer, nämlich noch immer etwa jeder zweite Befragte, ein bis zu fünf Mitarbeiter eingestellt.
- Etwa 30 Prozent der Firmen boten 2005 bis 2008 durchschnittlich 6 bis 20 Mitarbeitern Lohn und Arbeit.
- Der Anteil der Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern nimmt im Laufe des Untersuchungszeitraumes geringfügig, aber konti-

nuerlich zu. Im Jahre 2008 weisen 26 und damit knapp 20% aller untersuchten Unternehmen mehr als 20 Arbeitsplätze auf.

- Zwischen 82 (Jahr der Gründung) und 106 Unternehmer (2005) haben zu diesen Teilfragen keine Daten offen gelegt.

Eine weitere Analyse der aktuellen Umfrageergebnisse beleuchtet den Zusammenhang zwischen der Anzahl der Mitarbeiter pro Unternehmen und der **Branche**, in dem das Unternehmen tätig ist:

3.6.3 Arbeitsplätze im Bezug zur Branche – Umfrage 2008

Branche	Anzahl Unternehmen		Mitarbeiter \sum aller Unternehmen		Median		Mittelwert	
	bei Gründung	2007	bei Gründung	2007	bei Gründung	2007	bei Gründung	2007
Banken/Versicherungen / Immobilien	1	1	3	15	3,0	15,0	3,0	15,0
Bauwesen/Architektur / Planung	23	24	110	208	2,0	2,0	4,8	8,7
Bergbau- und Hüttenwesen	1	1	2	3	2,0	3,0	2,0	3,0
Bildungssektor/Forschung	7	6	52	150	2,0	3,3	7,4	24,9
Biotechnologie	3	4	8	29	3,0	5,5	2,7	7,3
Consulting	32	32	64	223	1,5	3,0	2,0	7,0
Energie	3	1	4	3	1,0	3,0	1,3	3,0
Elektrotechnik / Telekommunikation	15	14	35	250	3,0	6,5	2,3	17,9
Entwicklungszusammenarbeit	0	1	0	3	0,0	3,0	0,0	3,0
Ernährung / Landwirtschaft	2	1	4	2	2,0	2,0	2,0	2,0
Handel	5	4	64	127	0,0	12,5	12,8	31,8
Industrie sonstige	10	9	37	146	2,5	8,0	3,7	16,2
Internet Geschäftsmodelle	10	8	44	139	2,5	4,0	4,4	17,4
Kunst und Kultur	1	1	1	1	1,0	1,0	1,0	1,0

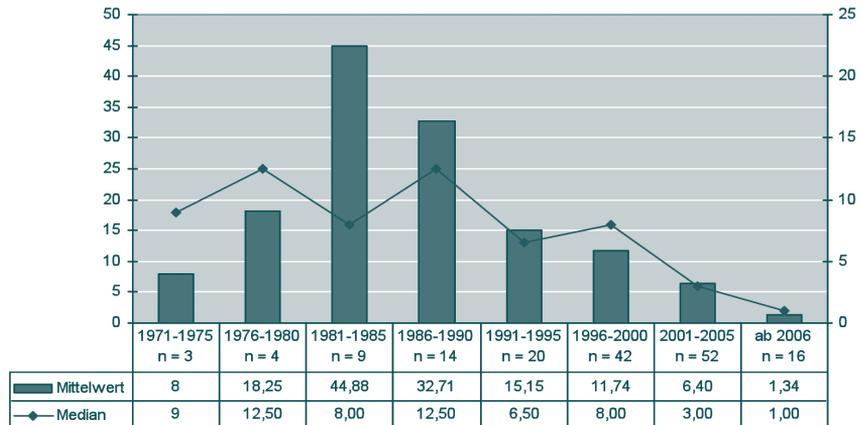
Branche	Anzahl Unternehmen		Mitarbeiter Σ aller Unternehmen		Median		Mittelwert	
	bei Gründung	2007	bei Gründung	2007	bei Gründung	2007	bei Gründung	2007
Maschinen- und Fahrzeugbau	8	7	32	3257	2,5	3,5	4,0	465,2
Medien	1	1	1	1	1,0	1,2	1,0	1,2
Medizin/Psychologie / Gesundheit	4	3	6	41	1,5	8,0	1,5	13,7
Software	15	13	39	105	2,0	4,0	2,6	8,1
Tourismus / Gastgewerbe	1	1	0	1	0,0	1,0	0,0	1,0
Umwelt/Wasser	5	5	21	27	6,0	6,0	4,2	5,4
Verkehr	4	3	19	22	1,5	9,0	4,8	7,3
Gesamt	151	140	546	4753	2,0	3,5	3,2	31,4
Korrigiert, abzüglich Ausreißer	150	139	531	1573	2,0	3,3	3,1	9,9

Die Zusammenstellung der Mitarbeiterzahlen im Jahr der Gründung und 2007 nach Branchen lässt folgende Auffälligkeiten erkennen:

- Extrahiert man wiederum den o.g. »Ausreißer«, hat sich die Zahl der Mitarbeiter im Jahr 2007 im Vergleich zum Gründungsjahr in der Summe sowie im Durchschnitt pro Unternehmen etwa verdreifacht.
- Besonders große Entwicklungen konnten die erfassten Unternehmen in der Medizintechnik/Gesundheitssektor sowie im Bereich Elektrotechnik/Telekommunikation verzeichnen, die ihre durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen zwischen Gründungsjahr und dem Stichjahr 2007 verneun – bzw. knapp verachtfachen konnten.
- Es folgen Unternehmen des Maschinen- und Fahrzeugbaus, in denen – abzüglich des »High-Performers« – 2007 mehr als fünf Mal so viele Mitarbeiter beschäftigt waren wie im Jahr der Unternehmensgründung.
- Überdurchschnittlich gut haben sich nicht zuletzt auch die durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen in der sonstigen Industrie, im Bildungssektor, dem Consulting, den Internet Geschäftsmodellen sowie im Bereich Software-Erstellung entwickelt, die 2007 jeweils reichlich drei bis vier Mal so viele Mitarbeiter aufweisen konnten wie im Gründungsjahr.

Neben diesen Zahlen ist daher der Zusammenhang zwischen den geschaffenen Arbeitsplätzen im Bezug zum **Alter** des Unternehmens interessant, der in der folgenden Übersicht dargestellt ist:

3.6.4 Arbeitsplätze 2007 im Bezug zum Gründungsjahr – Umfrage 2008



n = 160, Daten bereinigt¹⁶

Die vorliegende Grafik zeigt einen deutlichen Zusammenhang zwischen dem Alter der Unternehmen und der Anzahl der Beschäftigten.

- Wenig überraschend sind in Unternehmen, die schon länger am Markt sind, durchschnittlich mehr Mitarbeiter beschäftigt. Vernachlässigt man aufgrund der geringen Fallzahlen die Daten der Unternehmen, die zwischen 1971 und 1980 gegründet wurden, ist bei zunehmendem Alter der Unternehmen eine höhere durchschnittliche Mitarbeiterzahl festzustellen. Diese Tendenz wird durch ähnliche Erhebungen, beispielsweise bei den Spin-offs der ETH Zürich, bestätigt. (Oskarsson/Schläpfer 2008)
- Festzuhalten ist ferner, dass in den 16 erfassten Unternehmen, die in bzw. nach 2006 gegründet wurden, durchschnittlich nur 1,34 Arbeitsplätze geschaffen wurden, während in den Unternehmen, die bereits vor einer Dekade starteten, mit 11,74 Mitarbeitern durchschnittlich fast 10 mal so viele Menschen beschäftigt sind.

¹⁶ Ein Unternehmen mit über 3000 Mitarbeitern wurde herausgerechnet, um Verzerrungen zu vermeiden.

Der sehr hohe Anteil junger und sehr junger Unternehmen an dieser Befragung mag daher die im Vergleich zu früheren Befragungen geringeren Mitarbeiterzahlen erklären.

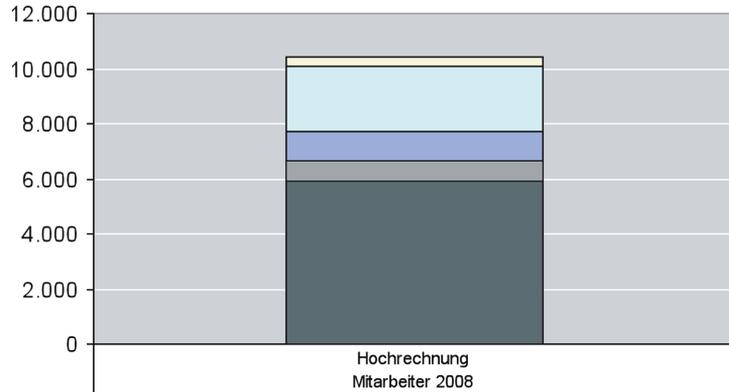
Den Schwankungen in der Größe und Zusammenstellung des Befragungssamples zwischen der aktuellen und der letzten Befragung im Jahre 2005 soll mit der folgenden vorsichtigen Hochrechnung Rechnung getragen und begegnet werden.

In diese Hochrechnung sind einerseits die in der aktuellen Umfrage erfassten Mitarbeiterzahlen des Jahres 2008 eingeflossen. Andererseits wurden die Mitarbeiterzahlen des Jahres 2007 von den 31 Unternehmen ergänzt, die in der aktuellen Umfrage zwar Angaben für 2007, aber keine für das Jahr 2008 vorgenommen haben (siehe Fußnote 14). Für 14 Unternehmen, die an der aktuellen Befragung teilgenommen, aber sich nicht zu Mitarbeiterzahlen geäußert haben, konnten entsprechende Angaben recherchiert werden. Schließlich wurden die in der Befragung 2005 erfassten Mitarbeiterzahlen für 2005 von jenen Unternehmen ergänzt, die sich an der aktuellen Umfrage nicht beteiligt haben, aber unseren Recherchen zufolge noch bestehen. Sofern möglich, wurden bei Unternehmen, die 2005 zehn und mehr Mitarbeiter hatten, aktuellere Zahlen recherchiert.

Dabei handelt es sich aus mehreren Gründen um eine sehr vorsichtige Hochrechnung: Zum einen haben wir, wo die Recherche nur Spannen ergab, jeweils den niedrigsten Wert zugrunde gelegt. Zum anderen wurde teilweise auf Zahlenwerte aus dem Jahre 2005 bzw. bei den recherchierten Werten auf Angaben zu den Jahren 2006ff. zurückgegriffen, so dass davon ausgegangen werden kann, dass die Zahl der Mitarbeiter seitdem eher gestiegen denn gesunken ist. Schließlich steht außer Frage, dass sich eine nicht zu vernachlässigende Zahl weiterer Unternehmen, die von TU-Absolventen gegründet wurden, weder an der aktuellen Umfrage noch an der Befragung 2005 beteiligt hat.

3.6.5 Hochrechnung Arbeitsplätze 2008 – Umfrage 2008 plus Umfrage 2005

17 Die Angaben für 2005 sind der Umfrage 2005 entnommen. Dabei sind nur Angaben von Unternehmen eingeflossen, die unseren Recherchen zufolge noch bestehen. Die Angaben für 2008 entstammen der Befragung aus dem Jahre 2008 bzw. wurden recherchiert.



□ Mitarbeiter 2005 - TN Umfrage 2005 lt. Umfrage 2005 (n=55)	321
□ Mitarbeiter aktuell - TN Umfrage 2005 lt. Recherche (n=27)	2.384
■ Mitarbeiter aktuell - TN Umfrage 2008 lt. Recherche (n=14)	1.054
■ Mitarbeiter 2007 - TN Umfrage 2008 lt. Umfrage 2008 (n=31)	731
■ Mitarbeiter 2008 - TN Umfrage 2008 lt. Umfrage 2008 (n = 151)	5.910

n=divergierend, siehe Angaben in der Grafik¹⁷

Diese Hochrechnung gibt uns eine Vorstellung von den aktuell mindestens geschaffenen Arbeitsplätzen in den Unternehmen der TU Absolventen. Wir können davon ausgehen, dass im Jahr 2008 mindestens 10.400 Arbeitsplätze in Unternehmen zur Verfügung standen, die von Absolventen der TU Berlin gegründet wurden.¹⁸

18 Ein Unternehmen mit 5453 Mitarbeitern im Jahr 2005 (laut Umfrage 2005) wurde noch im gleichen Jahr verkauft. Die Werte dieser Firma sind daher nicht in die Hochrechnung eingeflossen. Der Vollständigkeit halber seien hier die Zahlen für 2005 inkl. der Zahlen dieses Unternehmens genannt: Demnach waren 2005 in den von TU-Absolventen gegründeten Unternehmen insgesamt 11.712 Personen beschäftigt. (Befragung 2005)

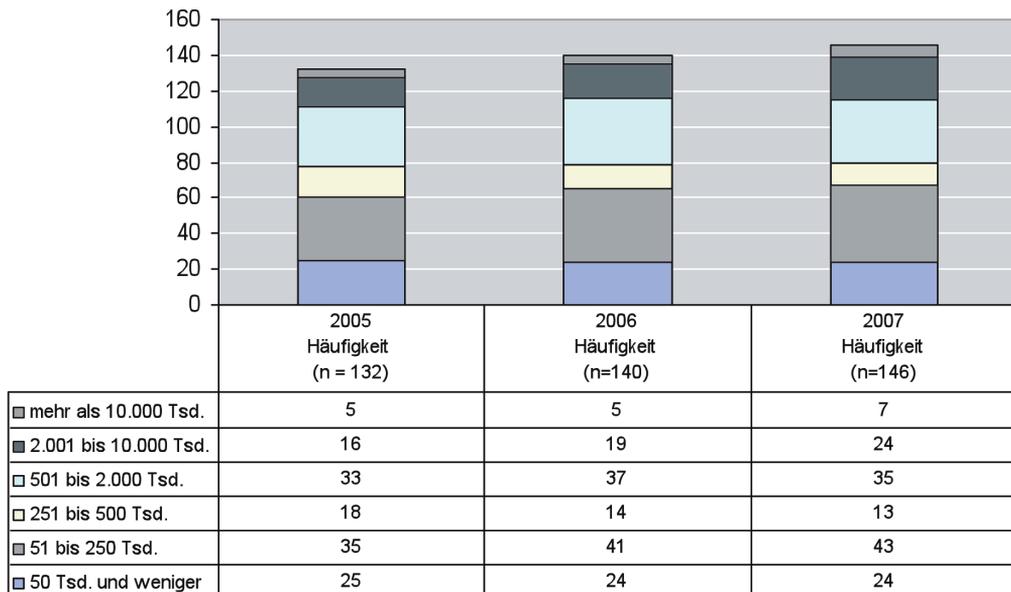
3.7 UMSATZ

Ähnlich wie die Mitarbeiterzahlen sind auch die von den Unternehmen der TU-Absolventen generierten Umsätze ein wesentlicher Indiz für die Wirtschaftskraft dieser Unternehmen und damit letztlich auch für die Bedeutung der TU Berlin für den Wirtschaftsstandort Berlin. Gleichzeitig ist sowohl bei der Erfassung als auch bei der Auswertung der Daten zu berücksichtigen, dass es sich – wie bei den Mitarbeiterzahlen – um teilweise sensible Daten handelt.

Aus diesem Grunde wurden auch diese Daten in den Papierfragebögen – anders als in den früheren Befragungen und als in der Onlinebefragung – nicht in absoluten Zahlen, sondern in vorgegebenen Spannen erfasst.

Die aktuellen Rückmeldungen der befragten Unternehmer ergaben folgendes Bild:

3.7.1 Umsatzklassen 2005 bis 2007 in Tsd. Euro – Umfrage 2008

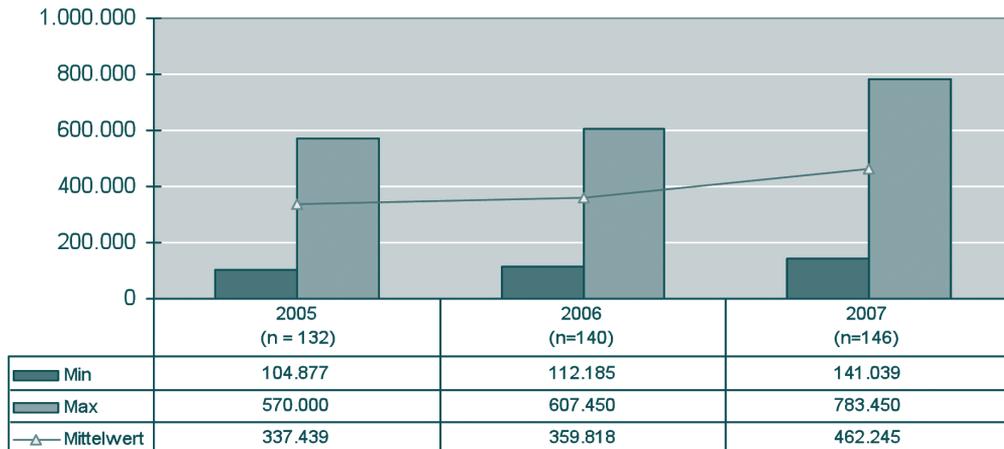


n = divergierend, siehe Jahresangaben

- Die Grafik zeigt, dass über die Hälfte der Unternehmen (n=78 bis 80) in den Jahren 2005 bis 2007 einen Umsatz von weniger/gleich 500 Tsd. Euro erzielte.
- Ebenfalls ersichtlich sind leichte Umsatzsteigerungen. So nimmt bei zunehmender Zahl der Antworten die Anzahl der Unternehmen mit einem Umsatz von 2.001 bis 10.000 Tsd. bzw. mit mehr als 10.000 Tsd. Euro Jahresumsatz in den untersuchten Jahren kontinuierlich zu, während die Zahl der Unternehmen mit bis zu 50 Tsd. Euro Jahresumsatz fast konstant bleibt.

Die kumulierten Umsätze aller erfassten Firmen gibt die folgende Grafik wieder. Dabei wird unterschieden nach den – der vorgenommenen Klassifizierung entsprechend – minimal und maximal möglichen Jahresumsätzen und dem daraus rechnerisch ermittelten Mittel.¹⁹

3.7.2 Kumulierte Umsätze 2005 bis 2007 in Tsd. Euro – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Jahresangaben

¹⁹ Da die oberste Klasse mit »mehr als 10.000 Tsd. Euro« nach oben offen ist, wurden die Befragten bei dieser Antwortoption um Angabe eines absoluten Wertes gebeten. Der diesbezüglich höchste Zahlenwert wurde der Berechnung der Maximalwerte bzw. der Mittelwerte zugrunde gelegt.

²⁰ Den Angaben sowie den berechneten Minimal-, Maximal- und Mittelwerten in dieser und den folgenden Grafiken und Übersichten liegen die folgenden Umsatzklassen zugrunde:

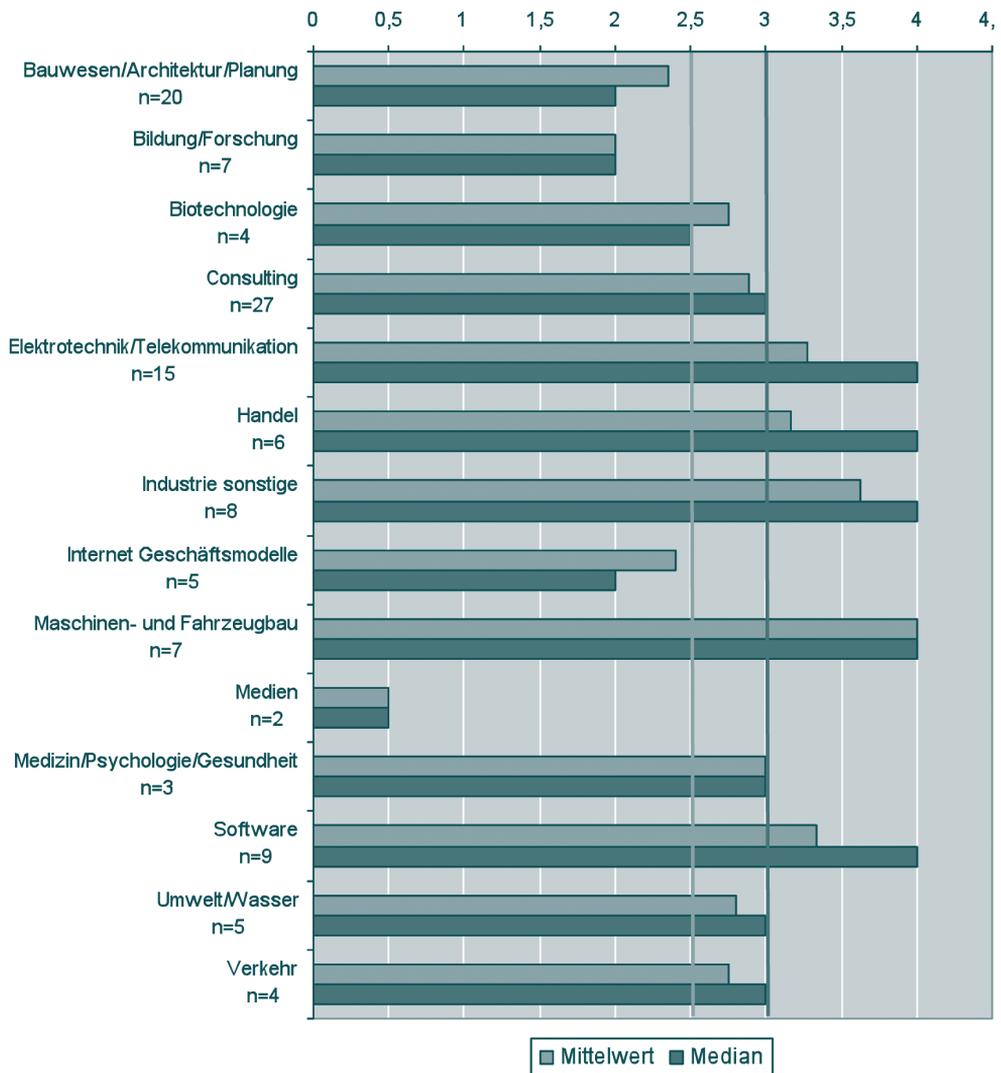
0 = 0
 1 = 50 Tsd. und weniger
 2 = 51 bis 250 Tsd.
 3 = 251 bis 500 Tsd.
 4 = 501 bis 2.000 Tsd.
 5 = 2.001 bis 10.000 Tsd.
 6 = mehr als 10.000 Tsd.

- Ausgehend von den vorgegebenen Umsatzklassen, kann festgehalten werden, dass die Gesamtheit der 146 erfassten Unternehmen im Jahre 2007 insgesamt einen Umsatz von mindestens 141.000 Tsd. und maximal 783.000 Tsd. Euro verzeichnete. Daraus ergibt sich rechnerisch ein Mittelwert des kumulierten Jahresumsatzes 2007 von 462.000 Tsd. Euro für die Summe der 146 erfassten Firmen.
- Insgesamt haben über 100 Gründer, konkret 124 (2005), 116 (2006) bzw. 110 (2007) der Befragten keine Angaben zum Umsatz ihres Unternehmens gemacht. (siehe Hochrechnung und Grafik am Ende dieses Abschnitts 3.7.6)

Die Umsatzzahlen für das Jahr 2007 nach Klassen und **Branchen** veranschaulicht die folgende Grafik:²⁰

21 Dargestellt werden nur die Branchen, von denen uns Umsatzzahlen von mehr als einem Unternehmen vorlagen.

3.7.3a Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro im Bezug zur Branche²¹ – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Branchenangaben²⁰

Verglichen mit dem Mittelwert von 2,5 und einem Median von 3,0, die für alle 128 Unternehmen ermittelt wurden, von denen uns Branche und Umsatzzahlen bekannt waren, d.h. von einem durchschnittlichen Jahresumsatz 2007 zwischen der Umsatzklasse 2 (51 bis 251 Tsd. Euro) und 3 (251 bis 500 Tsd. Euro), ist bezüglich der dargestellten Branchen folgendes festzuhalten:

- Unterdurchschnittliche Umsätze werden insbesondere von Unternehmen in der Baubranche einerseits, d.h. des Bauwesens, der Architektur- bzw. Planungsbüros erzielt, andererseits von Firmen, die im Bildungssektor oder im Bereich Medien tätig bzw. mit Internet Geschäftsmodellen am Markt sind.
- Im Gegensatz dazu konnten Unternehmen der sonstiges Industrie sowie des Maschinen- und Fahrzeugbaus im Durchschnitt Umsätze generieren, die eine gesamte Umsatzklasse höher einzustufen sind, nämlich zwischen Klasse 3 (251 bis 500 Tsd. Euro) und Klasse 4 (501 bis 2.000 Tsd. Euro).

Der folgenden Übersicht können die diesbezüglichen Ergebnisse im Detail entnommen werden:

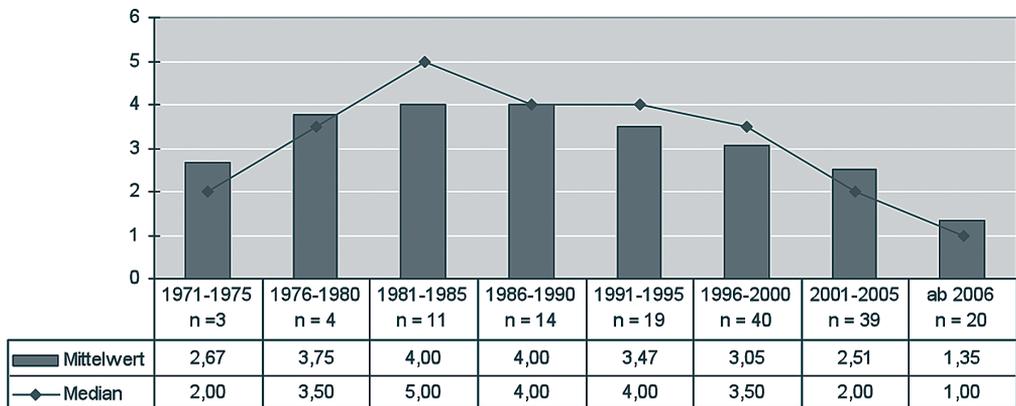
3.7.3 b Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro im Bezug zur Branche – Umfrage 2008

Branche	n	Mittelwert	Median	0 = 0	1 = bis 50 Tsd.	2 = 51 bis 250 Tsd.	3 = 251 bis 500 Tsd.	4 = 501 bis 2.000 Tsd.	5 = 2.001 bis 10.000 Tsd.	6 = mehr als 10.000 Tsd.
Banken/Versicherungen/Immobilien	1	4,0	4,0					1		
Bauwesen/Architektur/Planung	20	2,4	2,0	1	5	8	2	2		2
Bildung/Forschung	7	2,0	2,0		2	4		1		
Biotechnologie	4	2,8	2,5			2	1	1		
Consulting	27	2,9	3,0	1	4	7	4	7	4	
Energie	2	1,0	1,0	1		1				
Elektrotechnik/Telekommunikation	15	3,3	4,0	1	3	2	1	3	3	2
Entwicklungszusammenarbeit	1	1,0	1,0		1					
Ernährung/Landwirtschaft	1	2,0	2,0			1				

Handel	6	3,2	4,0	1	1			3		1
Branche	n	Mittelwert	Median	0=0	1= bis 50 Tsd.	2= 51 bis 250 Tsd.	3= 251 bis 500 Tsd.	4= 501 bis 2.000 Tsd.	5= 2.001 bis 10.000 Tsd.	6= mehr als 10.000 Tsd.
Industrie sonstige	8	3,6	4,0			3		2	3	
Internet Geschäftsmodelle	5	2,4	2,0	2		1			2	
Kunst und Kultur	1	1,0	1,0		1					
Maschinen- und Fahrzeugbau	7	4,0	4,0			1	2	2		2
Medien	2	0,5	0,5	1	1					
Medizin/Psychologie/ Gesundheit	3	3,0	3,0		1		1		1	
Software	9	3,3	4,0			4		3	2	
Umwelt/Wasser	5	2,8	3,0		1	1	1	2		
Verkehr	4	2,8	3,0		1	1		2		
Gesamt	128	2,5	3,0	8	21	36	12	29	15	7

Schließlich haben wir uns für den Zusammenhang zwischen Umsatz und **Alter** der Unternehmen interessiert, der aus der folgenden Grafik ersichtlich wird:

3.7.4 Durchschnittliche Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro im Bezug zum Gründungsjahr – Umfrage 2008



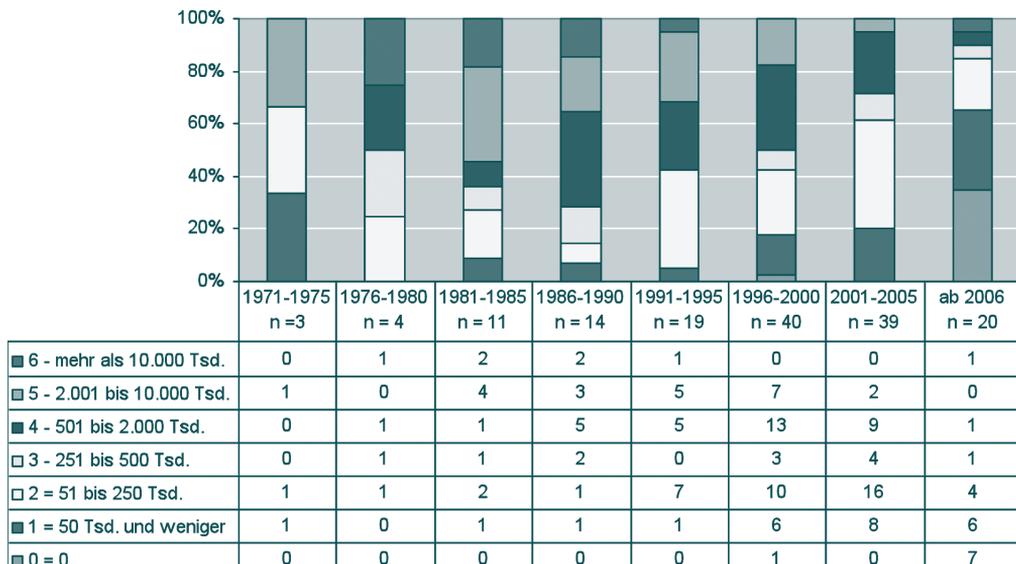
n = divergierend, siehe Jahresangaben

Die vorhergehende Grafik zeigt deutlich einen Zusammenhang zwischen dem Alter der Unternehmen und dem im Jahre 2007 generierten Umsatz entsprechend der vorgegebenen Umsatzklassen.

- Wenig überraschend konnten in Unternehmen, die schon seit mehreren Jahrzehnten am Markt sind, im Durchschnitt höhere Umsätze verzeichnet werden.
- Vernachlässigt man die Daten der Unternehmen, die zwischen 1971 und 1980 gegründet wurden wegen der sehr geringen Fallzahlen, ist der durchschnittlich generierte Umsatz bei zunehmendem Alter der Unternehmen steigend.
- So erreichten Unternehmen, die in den Jahren 1981 bis 1990 gegründet wurden, durchschnittlich einen Umsatz von 500 bis 2000 Tsd. Euro, Firmen aus den Jahren 1996 bis 2000 einen Umsatz von im Schnitt 251 bis 500 Tsd. Euro, während Unternehmen, die in und nach 2006 gegründet wurden, durchschnittlich deutlich unter 250 Tsd. Euro umsetzten.

Diese klare Tendenz wird durch die folgende Grafik bestärkt, aus der die genaue Verteilung der gebildeten Umsatzklassen im Bezug zu den Gründungsjahren hervorgeht:

3.7.5 Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro in Bezug zum Gründungsjahr – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Jahresangaben

- Die Grafik zeigt, dass fast zwei Drittel der Unternehmen, die nach 2005 gegründet wurden, im Jahr 2007 einen Umsatz von maximal 50 Tsd. Euro generiert haben, während beispielsweise über die Hälfte der Unternehmen, die zwischen 1981 und 1985 gegründet wurden, einen Umsatz von jeweils mehr als 2.000 Tsd. Euro verzeichneten.

Es kann daher mit Recht davon ausgegangen werden, dass die im Vergleich zu früheren Befragungen geringeren Umsatzzahlen der aktuellen Umfrage in dem sehr hohen Anteil junger Unternehmen begründet liegen.

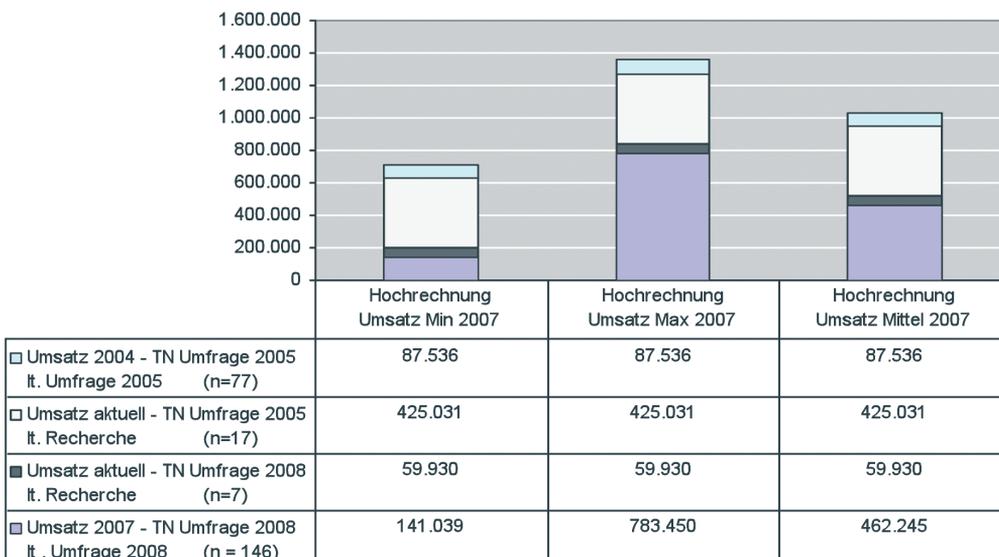
Aufgrund der Tatsache, dass in der vorliegenden Befragung über zwei Fünftel der Unternehmer die Frage nach dem generierten Umsatz nicht beantwortet haben, sei auch an dieser Stelle eine vorsichtige Hochrechnung erlaubt, die uns eine grobe Vorstellung von den insgesamt in den letzten Jahren durch Unternehmen der TU Berlin erreichten Umsätze gewährt.

Der Hochrechnung liegen einerseits die in der aktuellen Umfrage erhobenen klassifizierten Umsatzzahlen des Jahres 2007 mit den durch die Klassen vorgegebenen Minimal- und Maximalwerten und dem berechneten Mittelwert zugrunde. Andererseits konnten die Angaben von sieben umsatzstarken Unternehmen recherchiert werden, die an der aktuellen Befragung teilgenommen haben, aber keine Umsatzzahlen preisgegeben haben.

Analog zur Hochrechnung der geschaffenen Arbeitsplätze unter Punkt 3.6 wurden zusätzlich die in der Befragung 2005 erfassten Umsatzwerte des Jahres 2004 von jenen Unternehmen ergänzt, die sich an der aktuellen Umfrage nicht beteiligt haben, aber unseren Recherchen zufolge noch bestehen.

Auch hier handelt es sich um eine sehr vorsichtige Hochrechnung, da wir zum einen bei einer großen Zahl der Unternehmen die Umsatzzahlen des Jahres 2004 zugrunde gelegt haben, jedoch davon auszugehen ist, dass der Jahresumsatz dieser Unternehmen im Laufe der vergangenen Jahre im Durchschnitt eher gestiegen denn gesunken ist. Zum anderen wurde, wo keine absoluten Umsatzzahlen sondern nur Spannen recherchiert werden konnten, der jeweils niedrigere Betrag berücksichtigt.

3.7.6 Hochrechnung Umsatz 2007 in Tsd. Euro – Umfrage 2008 plus Umfrage 2005



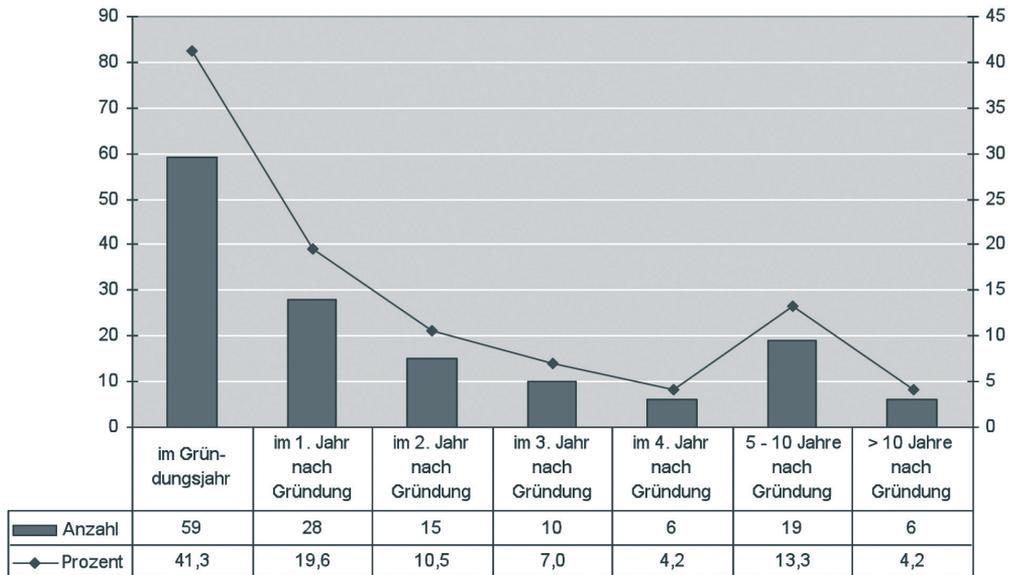
n=divergierend, siehe Angaben in der Grafik

Dieser Hochrechnung zufolge kann davon ausgegangen werden, dass die Unternehmen der TU-Absolventen im Jahre 2007 einen Umsatz von mindestens 713,5 Millionen bis zu 1,35 Milliarden Euro erwirtschafteten.

3.8 GEWINN

Wegen der Brisanz dieser Frage wurde nicht nach der Höhe des Gewinns gefragt, sondern lediglich erfragt, ob und wann die Gewinnzone erreicht wurde bzw. für welches Jahr dieses Ziel angestrebt wird. Zudem wurde die Frage als optional gekennzeichnet.

3.8.1 Erwirtschaftung von Gewinnen – Umfrage 2008



n=143

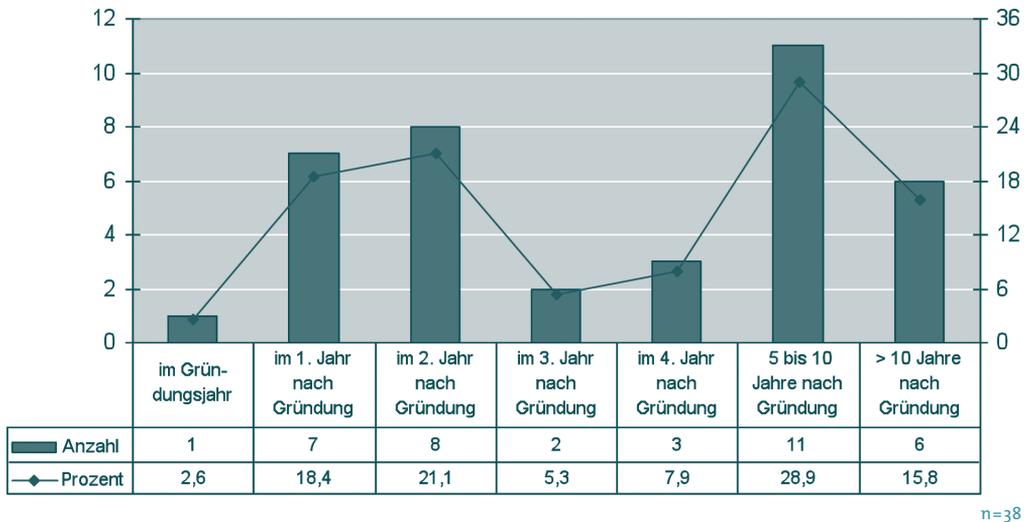
Insgesamt konnten 118 Unternehmer – d.h. vier von fünf, die diese Frage beantwortet haben – bereits in den ersten fünf Jahren Gewinne erwirtschaften.

- 143 Unternehmen haben der Befragung zufolge bereits die Gewinnzone erreicht, davon 59 (41 %) gleich im Jahr der Gründung und weitere 28 (knapp 20 %) im ersten Jahr nach der Gründung.
- 25 Unternehmer benötigten einen deutlich längeren Atem von 5–10 Jahren bzw. von über 10 Jahren.
- Im Durchschnitt haben die untersuchten Firmen nach etwa 2,5 Jahren die Gewinnzone erreicht.

38 weitere Unternehmer und Unternehmerinnen gaben an, noch keinen Gewinn abzuwerfen. Davon äußerte ca. ein Drittel (13) die Hoffnung, noch im damals laufenden Jahr 2008 Gewinne zu erwirtschaften, ein reichliches weiteres Drittel (18) rechnete 2009 mit höheren Erträgen als Aufwendungen, acht weitere erst in den darauf folgenden zwei Jahren.

Die folgende Darstellung fasst die Erwartungen der Gründer zusammen, die bislang keinen Gewinn erwirtschaften:

3.8.2 Geplante Erwirtschaftung von Gewinn – Umfrage 2008



Sollten sich diese Erwartungen der Gründerinnen und Gründer erfüllen, hätten diese durchschnittlich mehr als 5,3 Jahre benötigt, um die Gewinnzone zu erreichen.

75 Unternehmer haben sich zu dieser Frage nicht geäußert.

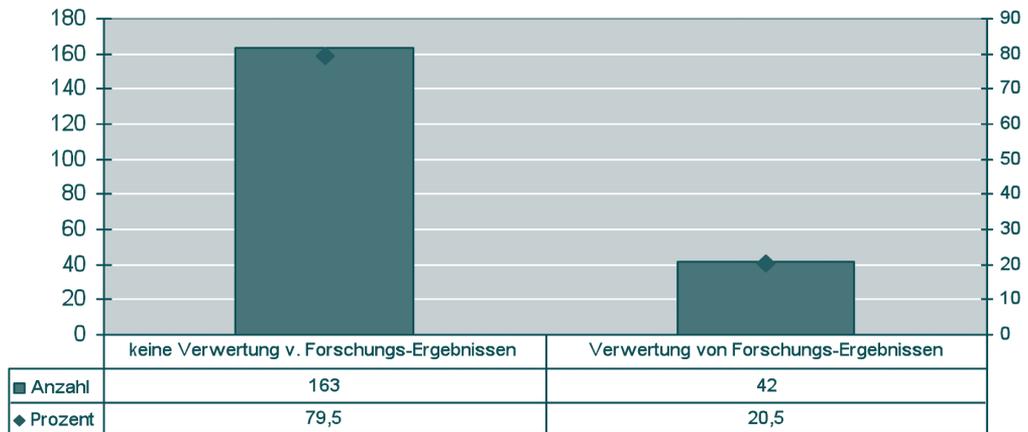
Die Dauer bis zum Erreichen der Gewinnzone korreliert weder signifikant mit dem **Umsatz 2007** noch mit den **Mitarbeiterzahlen 2007**. Desgleichen besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Anzahl der Jahre bis zur Erwirtschaftung von Gewinnen und dem **Kapitalbedarf im ersten Jahr nach Gründung**.

3.9 VERWERTUNG VON FORSCHUNGSERGEBNISSEN

Schließlich interessierten sich die Initiatoren der Befragung dafür, ob und in welcher Form seitens der Start-ups Forschungsergebnisse verwertet wurden.

Die folgende Übersicht zeigt zunächst, wie viele der Unternehmer der Meinung waren, dass Wissen transferiert wurde:

3.9.1 Verwertung von Forschungsergebnissen im Rahmen der Gründung – Umfrage 2008



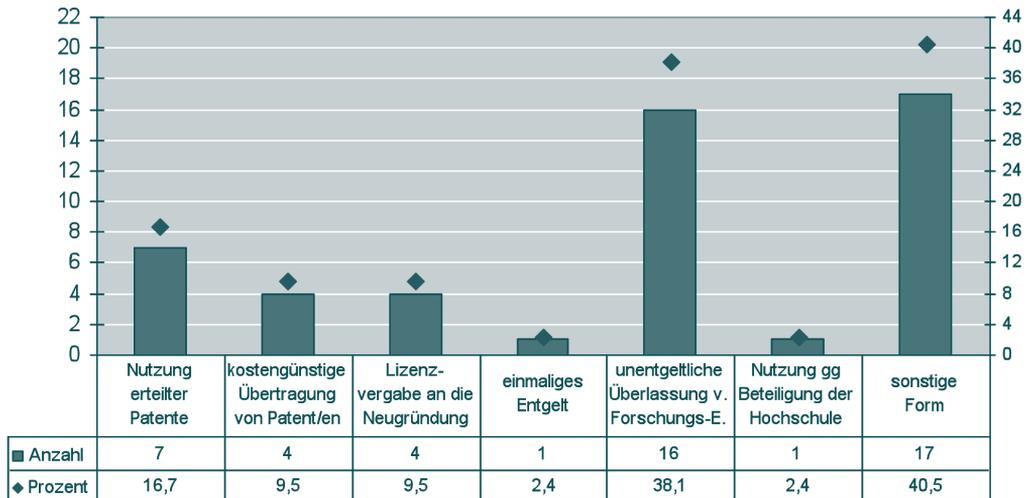
n=205

Diese Grafik spricht Bände: Die übergroße Mehrheit, nämlich über drei Viertel aller befragten Gründer und Gründerinnen äußern erstaunlicherweise die Auffassung, dass ihrem Unternehmen keine Forschungsergebnisse zugrunde liegen.

- Nur 42 von 205 antwortenden Unternehmern teilen mit, dass Wissen transferiert und Forschungsergebnisse verwertet wurden.
- Fast jeder fünfte Unternehmer (51) hat auf diese Frage nicht geantwortet.

Befragt nach der Form der Verwertung von Forschungsergebnissen konnten die folgenden Antworten verzeichnet werden. Dabei war die Möglichkeit von Mehrfachnennung gegeben und wurde von den 42 Unternehmern genutzt.

3.9.2 Form der Verwertung von Forschungsergebnissen – Umfrage 2008



n=42, Mehrfachnennung möglich,
»Forschungs-E« = Forschungsergebnisse

- Der überwiegende Teil der 42 Unternehmer, die einschätzten, Forschungsergebnisse verwertet zu haben, hat diese Forschungsergebnisse unentgeltlich nutzen können: Neben den 16 Unternehmerinnen und Unternehmern, die diese Antwortoption wählten, können zu dieser Gruppe auch mind. 11 der 17 Personen gezählt werden, die »sonstige Formen« des Wissenstransfers angaben und dazu u. a. folgende Punkte namentlich aufführten:
 - Mitnahme des persönlichen Know-How
 - u. a. eigene Forschungsergebnisse
 - Eigene Diplomarbeit
 - Gründungsidee stammt aus Promotion
 - eigene Erfahrungen und Marktanalysen
 - Synergien
 - Eigenes Fachwissen

Bei jeweils weniger als einer Handvoll der Unternehmen profitierte die TU Berlin durch Einnahmen aus Lizenzgebühren (4), der Übertragung von Patenten (4), einer einmaligen Entgeltzahlung (1) oder durch direkte Beteiligung am Unternehmen (1).

Von den sieben Unternehmern, die der Erhebung zufolge ein oder mehrere Patente nutzen, gab je eine/r an, diese/s kostengünstig bzw. unentgeltlich überlassen bekommen zu haben. An zwei weitere Unternehmen wurden Lizenzen vergeben.

Es konnte weder ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Verwertung von Forschungsergebnissen und dem **Umsatz** 2007 noch zwischen der Verwertung von Forschungsergebnissen und den **Mitarbeiterzahlen** 2007 nachgewiesen werden.

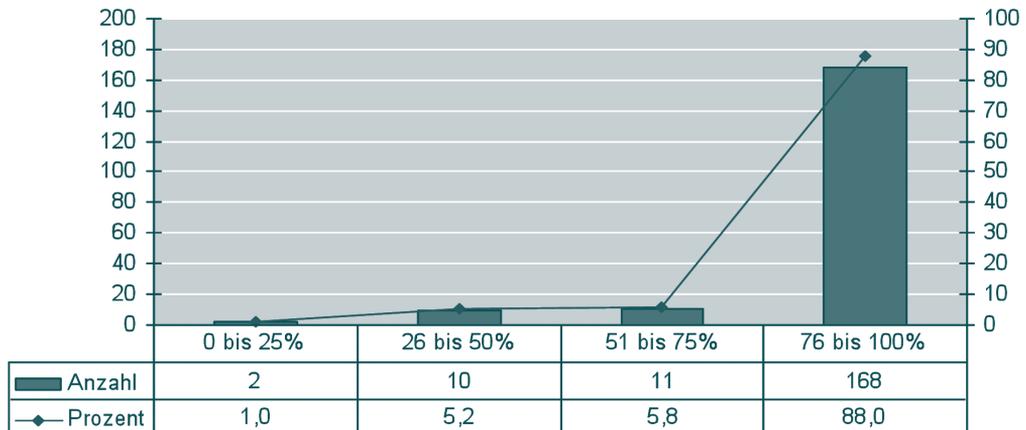
Allerdings korreliert die Verwertung von Forschungsergebnissen sowohl signifikant mit dem **Kapitalbedarf im ersten Jahr nach Gründung** als auch mit der Anzahl der Jahre bis zum **Erreichen der Gewinnzone**. In beiden Fällen liegt eine gering ausgeprägte negative Korrelation vor.

3.10 BESITZ DES UNTERNEHMENS

Die Frage, ob sich das Unternehmen noch im überwiegenden Besitz der Gründer bzw. der Gründerin befindet, wurde von 13 Befragten verneint und von 198 der Antwortenden bejaht. Damit sind reichlich 93 Prozent der Unternehmen noch im überwiegenden Besitz der befragten TU-Gründer.

Von diesen haben 191 Unternehmer genaue Prozentangaben zum Umfang ihrer Geschäftsanteile geliefert, die in der folgenden Übersicht dargestellt werden.

3.10 Unternehmen im Besitz des Gründers – Umfrage 2008



n = 191

- Demnach hält mit 168 Nennungen die deutliche Mehrheit der Befragten über drei Viertel der Anteile ihres Unternehmens, 158 Unternehmer sind gar im alleinigen Besitz ihrer Firma (100% Besitz).
- Drei der befragten Unternehmer besitzen exakt 50% ihres Geschäftes, fünf weitere Gründer halten exakt 75%, darunter vier Unternehmen, die nicht als Einzelgründung aus der Taufe gehoben wurden.

Einerseits überrascht die mit 158 Nennungen relativ große Anzahl derer, die noch zu 100% im Besitz ihres Unternehmens sind, haben doch im Vergleich dazu lediglich knapp über 100 Befragte ausgesagt, im Alleingang gegründet zu haben. (siehe Punkt 4.1.) Andererseits sind diese Angaben selbstverständlich auch im Zusammenhang zu sehen mit der kaum in Anspruch genommenen Nutzung von Venture Capital-Mitteln. (siehe Punkt 4.5) 45 Unternehmer haben sich zu dieser Frage nicht geäußert.

3.11 AUFGEGBENE UNTERNEHMEN

Wie eingangs unter Punkt 2.3 dargelegt, haben sich an der Umfrage nur fünf Gründer beteiligt, die ihr Unternehmen bereits wieder aufgegeben haben. Wir wissen jedoch von zahlreichen weiteren Geschäftsaufgaben bzw. Verkäufen in den letzten Jahren. Die folgenden Ausführungen sind daher in unseren Augen nicht repräsentativ. Sie sollen jedoch der Vollständigkeit halber vorgestellt werden, zumal sie ein interessantes Schlaglicht auf diesen Personenkreis werfen.

Drei der fünf Unternehmen wurden bereits nach drei bis fünf Jahren aufgegeben, zwei weitere erst im 17. bzw. 28. Jahr ihres Bestehens.

Befragt nach den Gründen der Unternehmensaufgabe ergab sich ein sehr heterogenes Bild, das daher an dieser Stelle nicht im Detail wiedergegeben werden soll. Interessanterweise verneinen jedoch drei der ehemaligen Unternehmer die Antwortoption »Attraktivere Möglichkeiten in abhängiger Beschäftigung« als Beweggrund. Ebenso deutlich werden von ihnen sowohl »hohe Markteintrittshürden« als auch »zu hohe Umsetzungsrisiken« als mögliche Motive verneint.²²

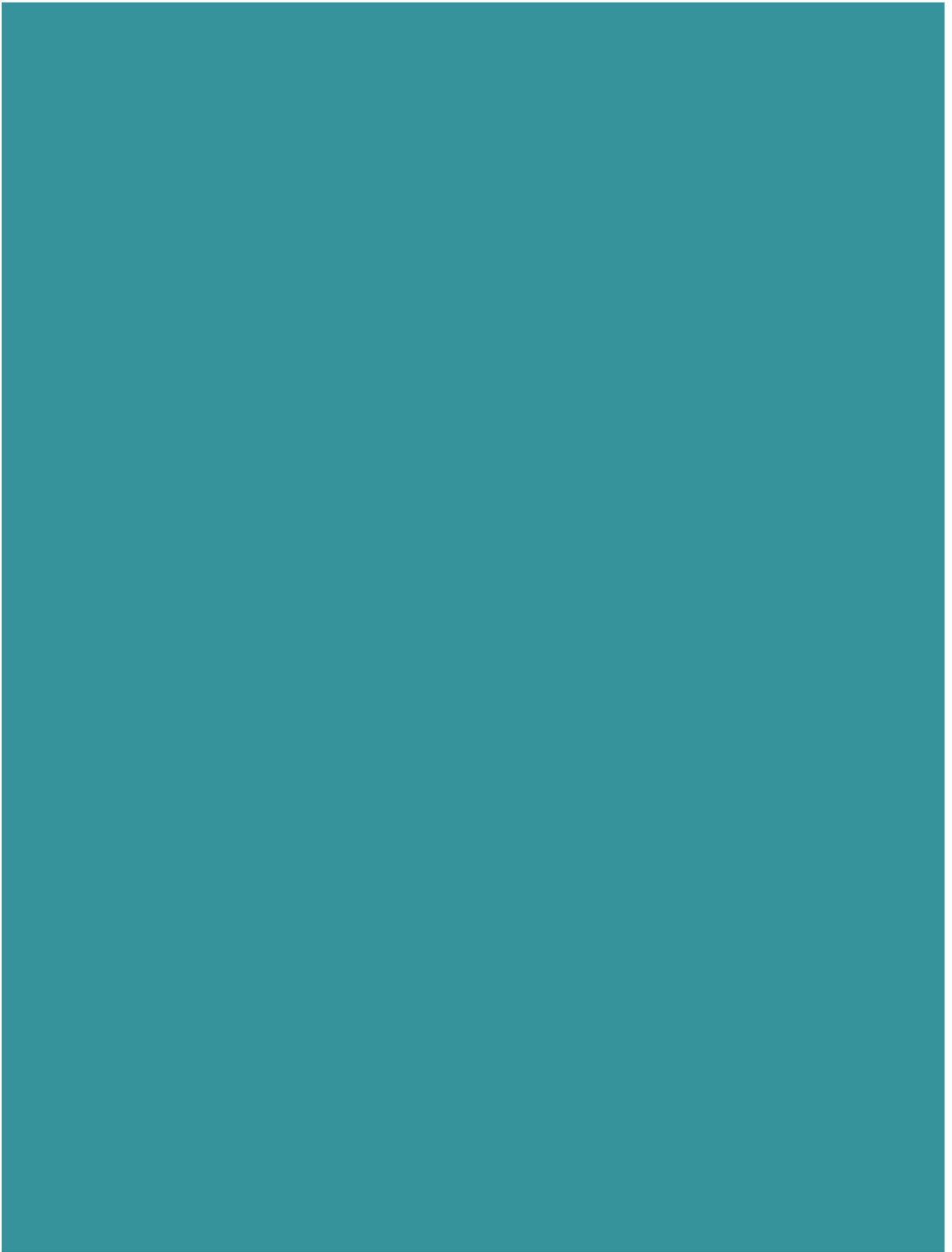
Nur einer der Gründer stimmte dem Grund »Attraktivere Möglichkeiten in abhängiger Beschäftigung« zu. Tatsächlich gehen er und ein weiterer ehemaliger Unternehmer heute einer abhängigen Beschäftigung in einem Unternehmen nach.

Ansonsten wurden von den Unternehmern folgende »sonstige Gründe« als ausschlaggebend für die Unternehmensaufgabe ins Feld geführt:

- Rolle externer Investoren
- Verkauf, Käufer planten zu schnelles Wachstum
- Ruhestand
- Schlechte allgemeine wirtschaftliche Lage
- habe das Unternehmen verkauft. Es wurde später mit einer anderen Firma fusioniert

Alle fünf aufgegebenen Unternehmen sind verschiedenen Branchen zuzuordnen.

²² Drei der Unternehmer stimmten diesen Aussagen jeweils »gar nicht« bzw. »nicht« zu.



4. Profil der Gründer und Gründungsinteressierten und Genese der Gründungsidee

71

Erstmals wurde der Schwerpunkt in dieser Befragung nicht nur auf die Unternehmen, sondern auch auf die Gründer, die Gründungsteams und ihre persönliche Gründungshistorie gelegt. Ebenfalls beleuchtet wurden die diesbezüglichen Angaben jener TU-Absolventen, die ihre Gründungsvorhaben bisher (noch) nicht realisiert haben. In die Auswertung sind die Aussagen zu den folgenden Fragekomplexen eingeflossen:

1. die Zusammensetzung des Gründungsteams
2. die Frage nach der eigenen Gründungsmotivation
3. die Frage nach der Gründungssensibilisierung, d. h. nach Berührungen mit dem Thema Gründung während des Studiums bzw. während der Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TU Berlin
4. die Frage nach Zeitpunkt und Kontext des Entstehens der konkreten Gründungsidee
5. in Anspruch genommene Gründungsunterstützungsmaßnahmen sowie schließlich
6. genutzte Netzwerke und erhaltene Auszeichnungen.

Die so erhobenen Daten sollen insbesondere zur Evaluierung und Weiterentwicklung der Angebote zur Gründungssensibilisierung und –unterstützung an der TU Berlin genutzt werden, geben sie doch eine Vorstellung von den Beweggründen und dem Bedarf potentieller Gründerinnen und Gründer.

4.1 GRÜNDER UND GRÜNDUNGSTEAM

Um sich von den Gründern und Gründungsteams der TU Berlin ein Bild machen zu können, wurden sowohl die Daten der Gründer selbst wie auch die ihrer Mitgründer erfragt. Dabei konnten durch das Onlinetool maximal die Daten von fünf Gründerinnen und Gründern pro Unternehmen erfasst werden.

In der Folge wird zwischen Gründern, die gemeinsam mit anderen ein Unternehmen gründeten (Teamgründern) und jenen unterschieden, die ohne Partner den Weg in die berufliche Selbstständigkeit eingeschlagen haben (Einzelgründer). Während die Einzelgründer selbstredend nur über sich selbst Auskunft gaben, ist bei den Aussagen der Teamgründern zu berücksichtigen, dass diese möglicherweise bei den Angaben zu ihren Mitgründern weniger gut informiert waren.²³

Größe des Gründungsteams

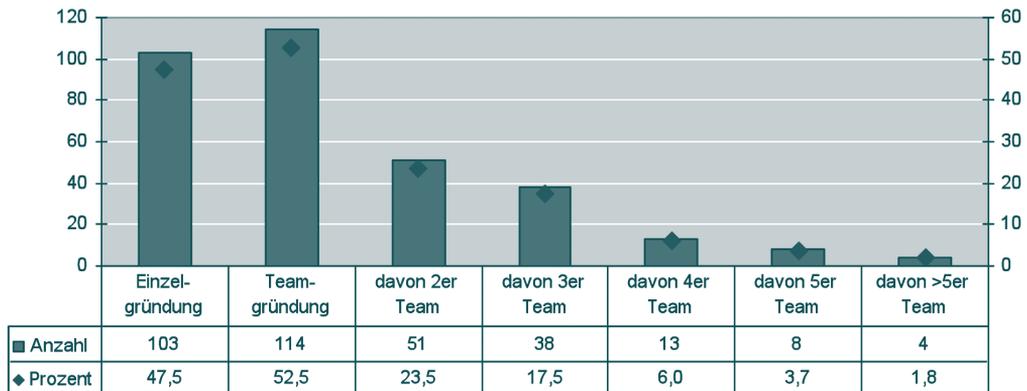
Die Größe eines Gründungsteams wird häufig als ein Indiz für das Erfolgspotenzial einer Unternehmensgründung gesehen: Teamgründungen werden in der Regel größere Chancen auf dem Markt eingeräumt als Einzelgründungen. Die Gründe, die dafür in der Literatur ins Feld geführt werden, sind mannigfaltig und können an dieser Stelle nur angerissen werden: Zunächst ist davon auszugehen, dass Teamgründungen oftmals ein größeres Spektrum an Fähigkeiten und Kompetenzen vereinen und abdecken als Einzelgründer, zumindest wenn von den Gründern auf Heterogenität des Gründerkreises geachtet wurde. (Lechler/Gemünden 2003) Dieser Aspekt wird gemeinhin als wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Unternehmensgründung erachtet. (Kulicke/Schleinkofer 2008) Er spiegelt sich in unserer Umfrage u. a. in der Frage nach der Fachrichtung und dem beruflichen Status der Gründer vor Gründung.

Gleichzeitig verteilt sich das Unternehmensrisiko bei Teamgründungen auf mehrere Schultern, was oftmals als Vorteil gesehen wird. Nicht zuletzt kumulieren Teamgründer in der Regel ein größeres Startkapital, das es ihnen erlaubt, notwendige Investitionen zeitnah zu tätigen und damit das Unternehmen entscheidend weiterzuentwickeln. Zudem führt ein größeres Startkapital sowohl bei potentiellen Geschäftspartnern und Investoren als auch bei den Gründern selbst zu dem notwendigen Vertrauen in das Start-up, was sich wiederum positiv auf die Unternehmensentwicklung auswirken kann.

²³ Da die Fragen des Onlinetools sofort beantwortet werden mussten, war es eventuell nicht möglich, Angaben zu den Mitgründern durch Nachfragen zu verifizieren.

Die diesbezüglichen Daten zu den betrachteten Unternehmen sind der folgenden Übersicht zu entnehmen:

4.1.1 Größe des Gründungsteams – Umfrage 2008



n=217

- Den erhobenen Zahlen zufolge wagte mit über 47% ein sehr großer Teil der befragten TU-Absolventen den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit im Alleingang, d.h. ohne Partner.
- Mehr Gründer jedoch noch, nämlich insgesamt über 52% der befragten TU-Absolventen gründeten im Team, darunter etwa jeder zweite in einem Zweier- und fast jeder dritte in einem Dreierteam. Vier Gründungsteams bestanden sogar aus mehr als fünf Personen (2 x 6 sowie je 1 x 7 bzw. 8 Gründer).
- Im Durchschnitt bestand der Gründerkreis der betrachteten Unternehmen aus zwei Personen.
- Zu 39 der betrachteten Unternehmer (15,2%) liegen keine Angaben vor.

Die Zahlen unterscheiden sich signifikant von anderen Untersuchungen akademischer Spin-offs, beispielsweise der in Deutschland im Rahmen des EXIST-Seed Programms geförderten und realisierten Gründungen, bei denen über 80% Teamgründungen zu verzeichnen waren. (Kulicke/Schleinkofer 2008) Dies mag zum einen in diesem konkreten Fall im EXIST-Förderansatz begründet liegen, der Teamgründungen explizit unterstützt. Zum anderen liegt die Vermutung nahe, dass diese Diskrepanz dem Charakter der Gründungen geschuldet ist. Während es sich bei den Gründungen im Rahmen des EXIST-

Seed Programms durchgängig um technologisch anspruchsvolle Gründungsideen handelt, basieren die betrachteten TU-Gründungen – wie unter Punkt 3.9 dargestellt – nur vergleichsweise selten auf der Verwertung von Forschungsergebnissen. Empirischen Studien zufolge ist der Anteil an Teamgründungen jedoch besonders hoch, wenn Forschungsergebnisse verwertet werden. (Egeln et al. 2003)

Die Teamgröße korreliert sowohl mit dem klassifizierten **Umsatz** des Jahres 2007 als auch mit der klassifizierten Anzahl der **Mitarbeiter** 2007 jeweils auf dem Niveau 0,01 (zweiseitig). Hingegen konnte weder ein Zusammenhang zwischen der Teamgröße und der Nutzung von **Patenten** noch zwischen der Teamgröße und dem **Einsatz von Venture Capital**/Beteiligungen nachgewiesen werden.

Auch zwischen der Teamgröße und der Anzahl der Jahre bis zur **Erreichung der Gewinnzone** besteht kein signifikanter Zusammenhang. Eine niedrige signifikante Korrelation konnte hingegen zwischen der Teamgröße und dem **Kapitalbedarf im ersten Jahr nach Gründung** nachgewiesen werden.

Die oben genannten Daten bestärken den Gründungsservice der TU Berlin in seinem Ansatz, Teamgründungen, u.a. durch die Angebote der Teambörse, in der Beratung, in Potenzialanalysen und Trainings, beispielsweise zu den Themen Teambildung und Führungskultur gezielt zu fördern.

Geschlecht der Gründer

Die Gründungszahlen in Deutschland sprechen eine deutliche Sprache. Während Frauen etwas über die Hälfte der Bevölkerung stellen, liegt ihr Gründeranteil nur bei ca. 40%. Betrachtet man ausschließlich Gründungen im Vollerwerb stellen sie gar nur ca. 30%. (Kohn/Spengler 2008) Empirische Studien haben festgestellt, dass der Gender Gap weniger bei den Gründungsinteressierten festzumachen ist als vielmehr bei den Gründungsentschlossenen und Gründungsaktiven, also relativ spät auf dem Weg zur Gründung. (Josten et al. 2008)

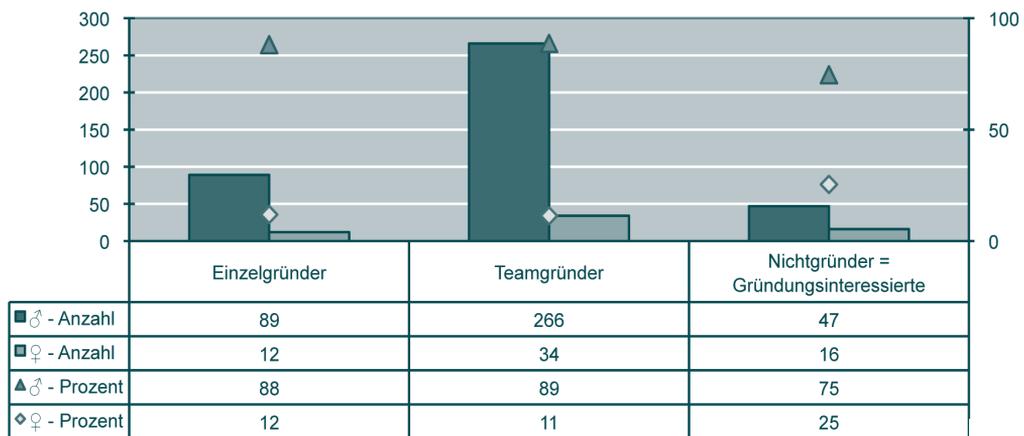
Die TU Berlin verfügt, wie wohl die meisten technischen Universitäten in Deutschland, über deutlich mehr männliche als weibliche Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter. Aktuell sind nur etwa ein Drittel aller Studierenden²⁴ und ca. ein Viertel der wissenschaftlichen Mitarbeiter Frauen, bei den Professoren gar unter 20%. Aufgrund des

²⁴ https://www.tu-berlin.de/menue/ueber_die_tu_berlin/zahlen_fakten/

Abbaus der Geistes- und Sozialwissenschaften an der TU Berlin sind diese Zahlen trotz Frauenförderung in den letzten Jahren weitestgehend konstant geblieben.²⁵

Bei den Gründungen aus der TU Berlin spielen die beiden Faktoren des Gender Gaps wie auch der Zusammensetzung der Studierenden und Mitarbeiter offensichtlich zusammen, wie die folgende Übersicht belegt:

4.1.2 Geschlecht der Gründer und Nichtgründer – Umfrage 2008



n_EG = 101, n_TG = 300, n_NG = 63

Die Zahlen belegen, dass keine geschlechtsspezifische Affinität für Team- bzw. Einzelgründungen festzustellen ist. So stellen Frauen sowohl bei den Einzelgründern als auch bei den Teamgründern jeweils knapp 12 Prozent der Gründer. Mit jeweils etwas über 88% ist die überwiegende Mehrzahl der Unternehmensgründer bei den Ein-Personen-Gründungen und den Teamgründungen männlich.

Ebenso wenig konnte ein Zusammenhang zwischen dem Geschlecht der Gründer und der Größe des Gründungsteams nachgewiesen werden noch eine geschlechtsspezifische Tendenz nach eher gemischtgeschlechtlichen oder diesbezüglich homogenen Teams.

Diese Zahlen entsprechen weitgehend den Erkenntnissen anderer Untersuchungen akademischer Spin-Offs. So verweisen Kulicke und Schleinkofer (2008) bei den umgesetzten Gründungen im EXIST-Seed Programm auf knapp 9% Frauenanteil, eine Befragung unter den

²⁵ http://www.tu-berlin.de/fileadmin/i31/Bericht_komplett_2005-2006.pdf
Während diese Statistik noch knapp 13% Professorinnen ausweist, sind aktuellen Aussagen der Zentralen Frauenbeauftragten zufolge derzeit 67 von 352 Professoren weiblich, darunter etliche Gastprofessorinnen und Juniorprofessorinnen. (Stand September 2009)

Gründern der Universität Twente brachte einen Prozentsatz von lediglich 3 % Gründerinnen zutage. (Karnebeek 2001) Deutschlandweit lag der Anteil der Gründungen von Frauen in den letzten Jahren bei durchschnittlich 32%. (Brixy et al. 2008)

Deutliche Unterschiede bestehen allerdings zu den Gründungsinteressierten, d.h. den Personen, die die Qualifizierungsangebote für Gründer und Gründungsinteressierte genutzt, aber (noch) kein Unternehmen gegründet haben. Hier liegt der Prozentsatz der weiblichen Befragten doppelt so hoch, nämlich bei über 25%.

Fachlicher Hintergrund der Gründer

Wie bei der Frage nach dem Geschlecht der Gründer spielen auch bei dem fachlichen Hintergrund zwei Einflussfaktoren eine wesentliche Rolle: Zum einen das vorhandene Fächerspektrum an der TU Berlin, zum anderen die allgemeine Gründungsaffinität, die Vertretern bestimmter Fachrichtungen zugeschrieben wird.

Betrachten wir zunächst das an der TU Berlin vertretene Fächerspektrum nach der Anzahl der eingeschriebenen Studierenden:²⁶

²⁶ http://www.tu-berlin.de/fileadmin/170100710/Publikationen/Studierendenstatistik_Wintersemester_2008.pdf unter Auslassung der Berufsschullehrer.

4.1.3 Fächerspektrum und Studierendenstatistik der TU Berlin

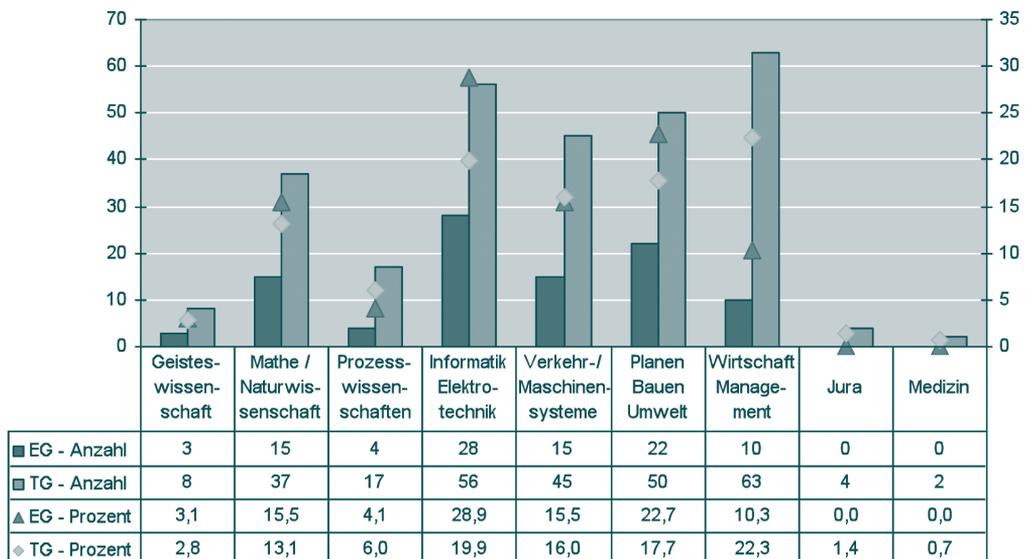
Fakultät		Anzahl der Studierenden	Studierende in %
I	Geisteswissenschaften	3.407	12,2
II	Mathematik und Naturwissenschaften	3.207	11,5
III	Prozesswissenschaften	3.412	12,3
IV	Elektrotechnik und Informatik	3.629	13,0
V	Verkehrs- und Maschinensysteme	4.915	17,6
VI	Planen Bauen Umwelt	4.558	16,4
VII	Wirtschaft und Management	1.315	4,7
Gemeinsame Kommission	Wirtschaftsingenieurwesen	2.538	9,1
Gemeinsame Kommission	Informationstechnik im Maschinenwesen	231	0,8
Ohne Fakultätszuordnung		641	2,3
GESAMT		27.853	99,9

Bis auf den Abbau der Geistes- und Sozialwissenschaften ist die Verteilung nach Fachgruppen in den letzten Jahrzehnten in etwa gleich geblieben, auch wenn sich die Bezeichnungen der Fakultäten und die Zuordnung durch den Zusammenschluss von Fachbereichen geändert haben.

In der Literatur wird häufig von einem Zusammenhang zwischen Gründungsneigung und Studienfach ausgegangen. (u. a. Brockhoff/Tscheulin 2001) So wird in der Regel die Gründungsaffinität von Architekten, Mediziner, Informatikern sowie Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlern als besonders hoch eingeschätzt, während Ingenieure u.a. aufgrund der besseren Chancen auf dem Arbeitsmarkt seltener den Weg in die berufliche Selbstständigkeit einschlagen. (u. a. Görisch et al. 2002)

Die folgende Grafik zeigt, welchen fachlichen Hintergrund die Einzel- und Teamgründer aufweisen:

4.1.4 Fachlicher Hintergrund der Gründer – Umfrage 2008



n_EG = 97, n_TG = 282

Auch bei den Fachdisziplinen ist ein deutlicher Zusammenhang sowohl mit dem Fächerspektrum der TU Berlin als auch mit der eingangs angesprochenen allgemein konstatierten Gründungsaffinität der genannten Studienrichtungen auszumachen.

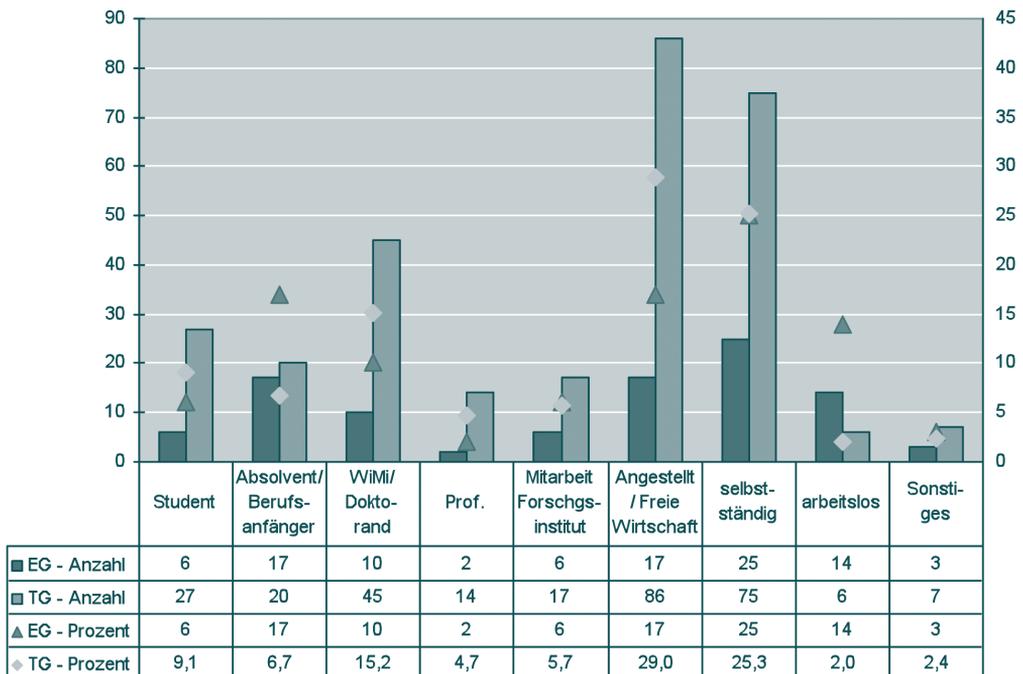
- So stellen die Geisteswissenschaften und Prozesswissenschaften sowohl bei den Einzel- wie auch bei den Teamgründern jeweils nur ca. 3–4% bzw. 6%.
- Auch der Anteil der Juristen und Mediziner kann wie erwartet vernachlässigt werden, da diese beiden Fächer nicht zum Fächerspektrum der TU Berlin gehören.
- Wie in den letzten Umfragen dominieren Gründer mit einem technisch-naturwissenschaftlichen Hintergrund.
- Mit Abstand die meisten Gründer (84 Personen), nämlich fast jeder dritte Einzelgründer und etwa jeder fünfte Teamgründer können dem Bereich Informatik / Elektrotechnik zugeordnet werden. Sie waren damit durchschnittlich in jedem 4. Gründungsteam vertreten.
- Einen ebenfalls großen Anteil von etwa 20% aller Team- bzw. Einzelgründer haben einen fachlichen Hintergrund, den diese selbst bzw. ihre Mitgründer mit den Begriffen Planen Bauen Umwelt umschrieben sehen.
- Ungeachtet der hohen Studierendenzahlen in den Fachrichtungen Mathematik und Naturwissenschaften bzw. Verkehrs- und Maschinenwesen stellen diese beiden Fachgruppen jeweils nur etwa jeden siebenten aller erfassten Einzel- und Teamgründer.
- Während bei allen bislang vorgestellten Fachdisziplinen mit Ausnahme der Elektrotechniker und Informatiker der Prozentsatz der Einzel- und Teamgründer annähernd gleich groß ist, sind bei den Wirtschaftswissenschaftlern deutliche Unterschiede festzustellen. Sie stellen nur 10% aller Einzelgründer, aber über 20% aller Teamgründer. Diese Zahlen bestätigen uns in dem Bestreben, Wirtschaftswissenschaftler und Ingenieure in Trainings und durch die Online-Teambörse gezielt in Verbindung zu bringen.
- Hingegen sind interessanterweise weder signifikante Zusammenhänge zwischen dem **Geschlecht** der Gründer und Fachgebieten noch zwischen Geschlecht und Branche auszumachen.
- Ebenso wenig lässt sich eine Auffälligkeit zwischen Fachrichtung und der Tendenz nach fachhomogenen und fachheterogenen Teamgründungen feststellen.

Status bei Gründung

Neben der Fachdisziplin nimmt die berufliche Vorgeschichte der Gründer wesentlichen Einfluss auf die Unternehmensentwicklung. Sie trägt wesentlich zu dem für eine Unternehmensgründung für notwendig erachteten Spektrum an Fähigkeiten und Kompetenzen der Gründerinnen und Gründer bei.

Die folgende Grafik zeigt, in welchem Umfang berufliche Erfahrungen bei den Gründern gegeben waren.

4.1.5 Beruflicher Status der Gründer zum Gründungszeitpunkt – Umfrage 2008



n_EG = 100, n_TG = 297

Die folgenden Ergebnisse lassen sich festhalten:

- Die meisten Teamgründer haben eine berufliche Vorgeschichte als Angestellter in der freien Wirtschaft (29%) bzw. als Selbstständiger (knapp über 25%).
- Auch bei den Einzelgründungen überwiegen mit 25% Start-ups, welchen eine Phase der Selbstständigkeit voraus ging.

- Bei jedem 10. Einzelgründer und jedem siebten Teamgründer handelt es sich um ehemalige Doktoranden und/oder Wissenschaftliche Mitarbeiter der Universität.
- Deutliche Unterschiede zwischen Einzel- und Teamgründungen sind darüber hinaus in zwei weiteren Statusgruppen festzustellen. Mit 17% (gegenüber knapp 7%) haben deutlich mehr frisch Graduierte und Berufsanfänger den Schritt in die Selbstständigkeit als Einzelunternehmer gewagt denn im Team. Noch deutlicher ist der Unterschied bei den Gründungen aus der Arbeitslosigkeit: Während einer Gründung im Team nur in 2% der Fälle eine Arbeitslosigkeit vorausging, gründeten 14% der Einzelgründer aus der Arbeitslosigkeit heraus. Es steht demnach zu vermuten, dass sogenannte Notgründungen eher in Einzelgründungen denn Teamgründungen resultieren. (Vergleiche auch Punkt 4.2 zur Gründungsmotivation)
- Studierende, Professoren und Mitarbeiter von Forschungsinstituten sowie Personen mit sonstigem Status spielen bei den von uns untersuchten Einzel- und Teamgründungen nur eine untergeordnete Rolle.

Funktion im Unternehmen bei Gründung und heute

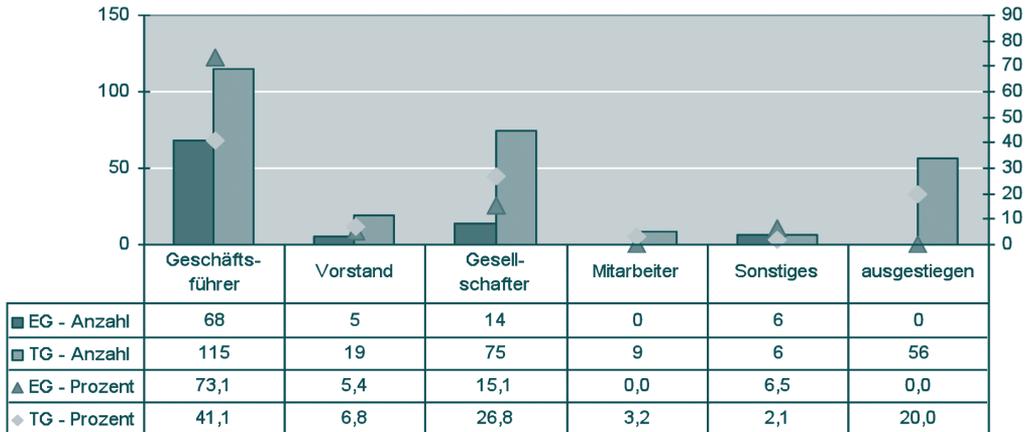
Schließlich interessierten wir uns für die Funktion, die die Gründer im Moment der Gründung und heute im Unternehmen innehaben. Mehrfachnennungen waren nicht möglich, so dass die Befragten gezwungen waren, sich auf eine, nämlich die in ihren Augen wesentliche Funktion zu beschränken.

Dabei lässt sich bezüglich der Funktion der Gründer zum Gründungszeitpunkt konstatieren:

- Wenig überraschend dominieren bei den Einzel- wie auch den Teamgründungen mit knapp 78% bzw. knapp 49% klar die Unternehmer, die sich bzw. ihre Mitgründer primär in der Funktion des Geschäftsführers sehen.
- Interessant ist, dass sich trotz der nicht geringen Anzahl an Drei- und Mehr-Personengründungen mehr Mitglieder der Gründungsteams als Geschäftsführer denn als Gesellschafter verstanden.
- Sowohl in Einzelgründungen als auch bei größeren Gründerkreisen definiert sich nur ein verschwindend geringer Anteil der Gründer hauptsächlich als Vorstand oder Sonstiges.

Betrachtet man die aktuelle Rolle der Gründerinnen und Gründer im Unternehmen, ergibt sich folgendes Bild.

4.1.6 Funktion im Unternehmen heute – Umfrage 2008



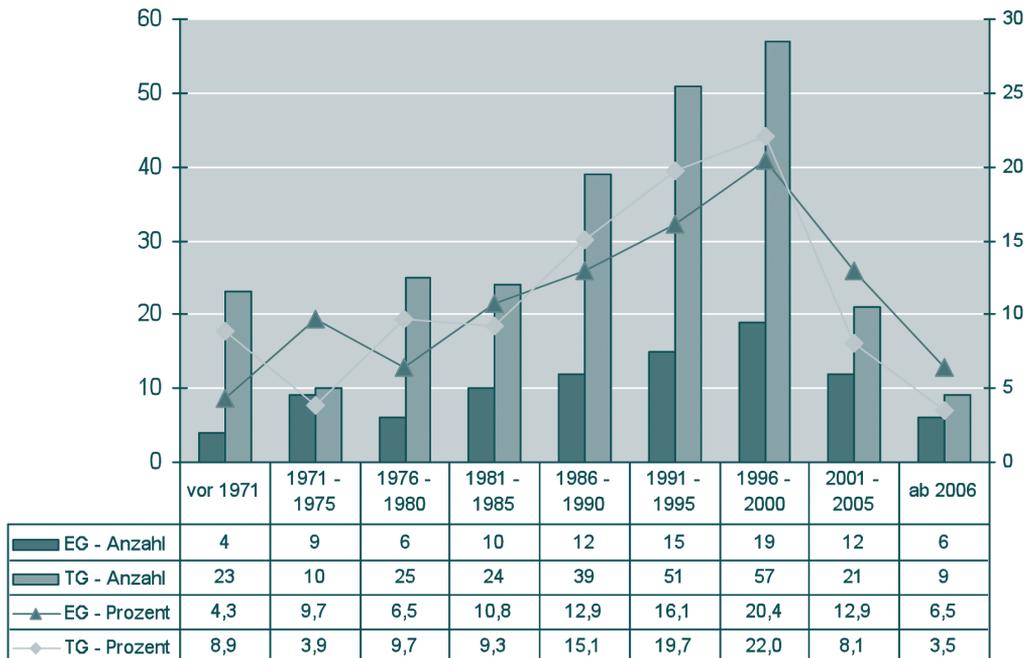
n_EG=93, n_TG=280

- Wie im Moment der Gründung, dominieren auch zum Zeitpunkt der Befragung mit ca. 73% bzw. 41% deutlich die Unternehmerinnen und Unternehmer, die die Funktion des bzw. eines Geschäftsführers ausfüllen.
- Der Anteil derer, die sich primär als Gesellschafter verstehen, liegt bei den Einzelgründungen unverändert bei ca. 15%, ist aber bei den Teamgründungen im Vergleich zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung um ca. 13 Prozentpunkte gesunken.
- Immerhin jeder fünfte Gründer ist im Laufe der Jahre aus dem Gründerkreis ausgestiegen. Die Zahlen lassen vermuten, dass insbesondere ehemalige Gesellschafter das Unternehmen verlassen haben.
- Auch aktuell sind die Personen, die sich primär als Vorstand oder als Sonstiges definieren, verschwindend gering.

Studienabschluss

Das Jahr des Studienabschlusses lässt einerseits Rückschlüsse auf das derzeitige Alter der Personen zu und erlaubt damit eine Einschätzung der gesellschaftlich erfahrenen Prägung und der zu diesem Zeitpunkt vorherrschenden gesamtwirtschaftlichen Situation. Bezogen auf das Gründungsjahr des Unternehmens ist das Datum des Studienabschlusses aber auch ein Indiz für die der Selbstständigkeit vorausgehende und zugrunde liegende Berufserfahrung, die den Gründungsprozess in der Regel positiv beeinflusst.

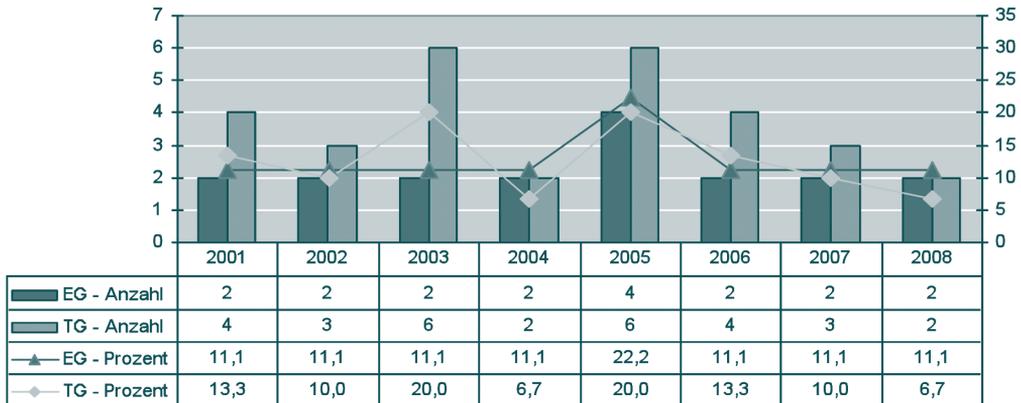
4.1.7a Studienabschlussjahr – klassifiziert – Umfrage 2008



n_EG=93, n_TG= 259

Mit der folgenden Abbildung werden die Angaben der beiden letzten Spalten näher unter die Lupe genommen:

4.1.7b Studienabschlussjahr – detailliert 2001 bis 2008 – Umfrage 2008



n_EG=18, n_TG=30

Auffallend an der zweiten Grafik ist zum einen die relative Konstanz der Zahlen seit 2001 mit jeweils zwei bis vier Einzelgründern sowie zwei bis sechs Teamgründerinnen und -gründern, die in diesen Jahren ihr Studium beendet haben.

Die Grafik 4.1.7b zeigt jedoch einen deutlichen Einbruch der Zahlen der Gründer, die ihr Studium nach dem Jahr 2000 abgeschlossen haben. Dies muss jedoch nur bedingt dem Platzen der dot.com Blase zugeschrieben werden. Empirische Studien zum Gründungsverhalten von Hochschulabsolventen belegen vielmehr, dass für die überwiegende Mehrheit der Gründungsinteressierten die Aufnahme einer unternehmerischen Tätigkeit erst nach fünf oder gar mehr Jahren Berufserfahrung in Frage kommt. (Josten et al. 2008)

Interessanter ist daher der zeitliche Abstand zwischen dem Zeitpunkt des Studienabschlusses und dem Gründungsjahr.

Tatsächlich wagten die befragten Unternehmer den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit in der Regel erst nach Studienabschluss. Die Spannbreite ist allerdings groß: So haben 98 Unternehmer die Gründung bereits in den ersten fünf Jahren vollzogen, während bei 43 Gründern bereits über 10 Jahre nach Ende des Studiums vergangen

waren, bevor das eigene Unternehmen aus der Taufe gehoben wurde. Lediglich acht Befragte gründeten vor Abschluss ihres Studiums. Teamgründungen setzen sich in der überwiegenden Mehrheit aus Gründern zusammen, deren Studienabschluss in etwa gleich lange zurücklag (+/- 5 Jahre). Hier ist daher davon auszugehen, dass sich der Gründerkreis auch aus mehr oder weniger gleichaltrigen Gründerinnen und Gründern zusammensetzt.

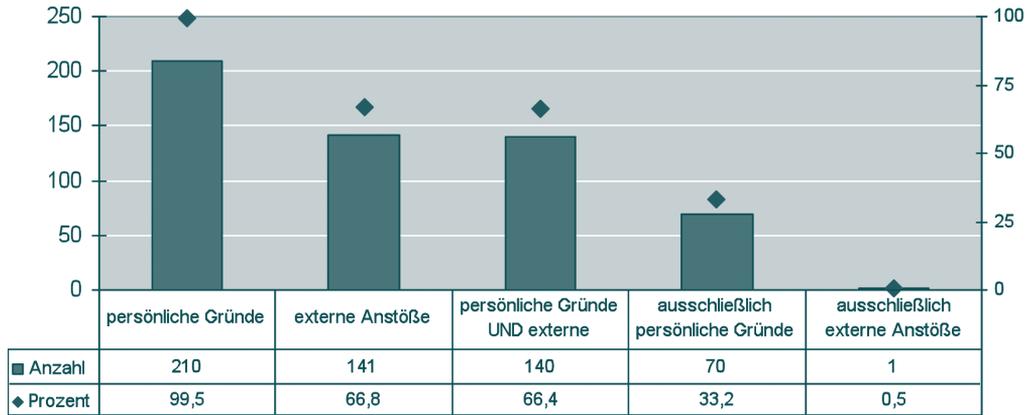
4.2 GRÜNDUNGSMOTIVATION: WUNSCH NACH EINEM EIGENEN UNTERNEHMEN

Erstmals wurde im Rahmen einer TU-Gründungsbefragung auch erfasst, wodurch der Wunsch nach einem eigenen Unternehmen geweckt wurde. Dabei wird in der Gründungsforschung oftmals einerseits nach persönlichen Gründen und externen Einflüssen unterschieden, wobei in der Regel ein Zusammenspiel mehrerer Anstöße als ausschlaggebend für eine spätere Gründungsentscheidung festzustellen ist.

Andererseits wird in der Literatur häufig eine Einteilung nach sogenannten Pull- und Pushfaktoren vorgenommen. Dabei stehen Pull-Faktoren für alle positiven Aspekte, die mit der beruflichen Selbstständigkeit in Verbindung gebracht werden und als Anreiz für eine unternehmerische Tätigkeit dienen. Als Push-Faktoren bezeichnet man hingegen eine als unattraktiv und unbefriedigend empfundene berufliche oder private Situation, die eine Veränderung in Richtung Selbstständigkeit erstrebenswert erachten lassen.

Die folgende Übersicht zeigt auf, welche Gründe von den Gründerinnen und Gründern der TU Berlin als ausschlaggebend für ihre berufliche Selbstständigkeit ins Feld geführt wurden.

4.2.1 Gründungsmotivation – Umfrage 2008



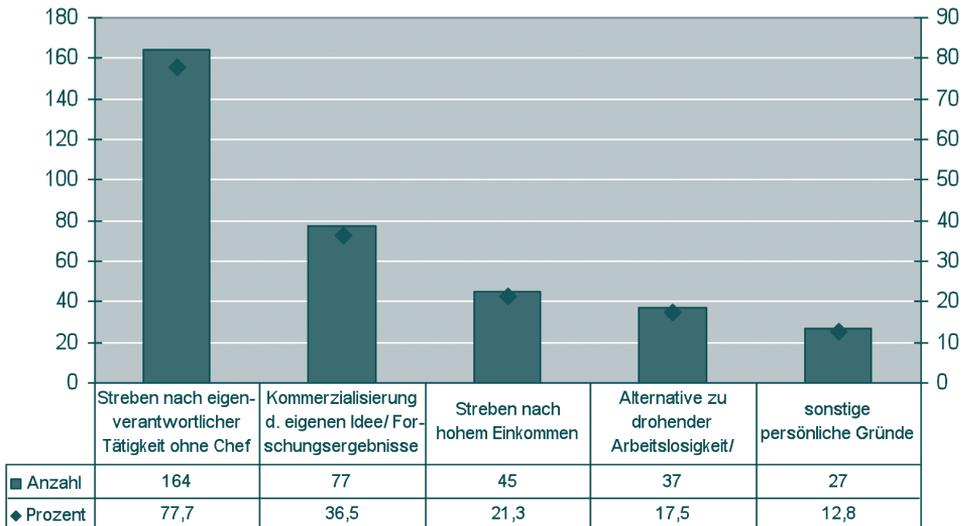
n = 211, Mehrfachnennung möglich.

- Wie erwartet, hat sich eine überwältigende Mehrheit von über 99% der Befragten primär aus persönlichen Gründen für eine Unternehmensgründung entschieden, davon jeder Dritte sogar ausschließlich aus persönlichen Gründen.
- 140 Gründer sahen zusätzlich externe Anstöße als wesentlich für ihre Gründungsmotivation an, nur 1 Gründer ausschließlich externe Gründe.
- 45 Unternehmer (17,5%) haben nicht aufgedeckt, wodurch ihr Gründungsinteresse geweckt wurde.
- Nichtgründer wurden zu diesem Punkt nicht befragt.

Persönliche Gründe

Die angegebenen persönlichen Gründe sind im Detail der folgenden Grafik zu entnehmen:

4.2.2 Persönliche Gründe als Kern der Gründungsmotivation – Umfrage 2008



n = 211, Mehrfachnennung möglich

- Mit sehr deutlichem Abstand am häufigsten wurde das »Streben nach eigenverantwortlicher Tätigkeit ohne Chef« als treibendes Moment für den Wunsch nach einem eigenen Unternehmen genannt. Drei von vier Unternehmern fanden sich in dieser Antwortoption wieder.
- Mehr als jedes dritte Unternehmen wurde aus dem Bestreben heraus gegründet, eine eigene Idee oder die eigenen wissenschaftlichen Forschungsergebnisse zu kommerzialisieren. Dies überrascht, wenn man sich die Angaben zur Verwertung von Forschungsergebnissen in Erinnerung ruft. (siehe Punkt 3.9)

Zwei gängige Vorurteile bestätigten sich in unserer Umfrage nicht:

- Nur jeder fünfte TU-Gründer gab an, dass der Wunsch nach einem hohen Einkommen für die eigene Gründungsmotivation ausschlaggebend gewesen sei.
- Noch weniger Unternehmen sind offensichtlich aus der Not heraus gegründet worden: Lediglich 17% der Befragten strebten die berufliche Selbstständigkeit als Alternative zu einer drohenden Arbeits-

losigkeit bzw. zu einer schlechten Berufsperspektive in abhängiger Beschäftigung an.

Stattdessen wurden neben den vorgegebenen Antwortoptionen die folgenden persönlichen Gründe als relevant genannt:

- eigene Ideen realisieren, Freiheit (5)
- Anfragen von Kunden (2)
- hat sich so ergeben (2)
- Selbständigkeit als Idee war schon »immer« ein Thema (2)
- unternehmerische Nachfolge in 2. Generation (2)
- Arbeitslosigkeit
- Etwas tun, wo ich wirklich hinter stehe
- Verbleib in Berlin
- Innovationsfreude
- für mein Berufsbild wenige Jobs in Angestelltenverhältnis
- Erfahrung als Selbstständiger
- Weiterführung der als WiMi begonnenen Arbeiten
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Gute Beziehungen

Diese Angaben sowie die oben genannten Zahlen decken sich mit empirischen Studien, denen zufolge in der Regel Pull-Faktoren die Gründungsentscheidung bestimmen und oftmals der Wunsch nach beruflicher Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung ausschlaggebend ist. (Sternberg/Bergmann 2003; Brixy et al. 2008)

Unsere Zahlen weisen einerseits große Parallelen zu anderen Erhebungen zu akademischen Spin-offs auf, die ebenfalls bei der überwiegenden Mehrzahl der von ihnen befragten Unternehmer primär persönliche Gründe für die Unternehmensgründung ausmachten. Wie in unserer Befragung spielten beispielsweise auch unter den EXIST-Seed Geförderten bzw. den Gründern der Universität Twente schlechte Berufsperspektiven nur eine relativ geringe Rolle.

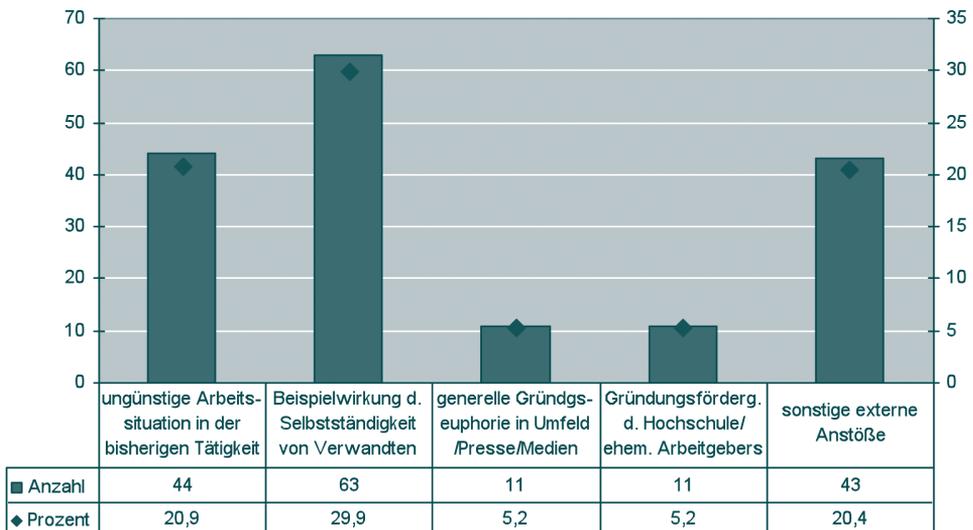
Andererseits unterscheiden sich diese und weitere Studien in einem Punkt signifikant von unseren Daten: So konnten Kulicke/Schleinkofer bei fast 75% der Gründer als Motivation für die eigene Gründung »Kommerzialisierung einer eigenen Idee oder eigener wissenschaftlicher Forschungsergebnisse« ausmachen. Auch an der Universität Twente spielte der Glauben an die Brillanz der eigenen Gründungs-idee diesbezüglich eine wesentlich größere Rolle. (Kulicke/Schlein-

kofer 2008; Karnebeek 2001) Wie unter Punkt 3.9 und 4.1 ausgeführt, können diese Abweichungen in der Zusammensetzung unseres Befragungssamples und dem geringeren Anteil an Unternehmen in High-tech-Branchen begründet liegen.

Externe Anstöße

Die bereits erwähnte geringe Bedeutung von Gründungen aus Unzufriedenheit über die Perspektiven im Beruf wird durch die von uns befragten Gründer bezüglich der genannten Anstöße von außen mehr oder weniger bestätigt. Mit ca. 20 Prozent schlägt hier die ungünstige Arbeitssituation in der bisherigen Tätigkeit als Auslöser zu Buche. Die Bedeutung der anderen vorgegebenen Antwortoptionen spiegelt die folgende Grafik wieder:

4.2.3 Externe Anstöße als Kern der Gründungsmotivation – Umfrage 2008



n=211, Mehrfachnennung möglich

- Erwähnenswert scheint hier neben der ungünstigen Arbeitssituation, die über 20% der Befragten in die Selbstständigkeit getrieben hat, insbesondere die positive Rolle und große Bedeutung, die der »Beispielwirkung durch die Selbstständigkeit von Verwandten, Bekannten und Kollegen« zukommt. Fast jeder dritte Unternehmer

führt die Entstehung seines Wunsches nach einem eigenen Unternehmen auf diese Vorbildwirkung zurück.

- Lediglich bei 5% wurde die Gründungsförderung durch die Hochschule bzw. den ehemaligen Arbeitgeber als externer Anlass genannt.

In diesem letztgenannten Punkt unterscheiden sich unsere Daten wesentlich von der bereits mehrfach zitierten Untersuchung des EXIST-Seed Programms, wo über 50% der Befragten die »Gründungsförderung der Hochschule« als Anstoß von außen erwähnten, allerdings läuft die Bewerbung und Abwicklung dieses Programms auch über die Hochschulen. Im Gegensatz dazu entsprechen wiederum die in der EXIST-Studie erfassten Angaben zur »Beispielwirkungen durch Verwandte und Bekannte« (32%), zur Arbeitsmarktsituation (17%) und sonstige Anstöße von außen (29%) im Großen und Ganzen unseren Befragungsergebnissen. (Kulicke/Schleinkofer 2008)

Folgende sonstige Anstöße von außen wurden u.a. namentlich erwähnt:

- Kundenbedarf/-nachfrage (9)
- Gute Gelegenheit mit einem perfekten Team (4)
- Mangelndes Angebot auf dem Arbeitsmarkt (3)
- günstige Bedingungen genutzt (2)
- Gründungsförderung, Businessplanwettbewerb (2)
- Selbständigkeit der Eltern
- Boom im Biotechnologie-Sektor
- Zufall
- Chancenpotential
- Streben nach Unabhängigkeit
- Kündigung
- kein Anstoß, bloßer Versuch
- Umstrukturierung im Unternehmen/Änderung der Geschäftsfelder
- bestehende Aktivitäten der TU Berlin
- Studienarbeit in der Industrie als Selbständiger
- Forschungstätigkeit in einem Start-Up in den USA (Fachpraktikum)
- monotoner Arbeitsalltag in deutschen Unternehmen
- ehemaliger Mitarbeiter strebte Selbständigkeit an
- um Deutsch-Indische Zusammenarbeit zu foerdern

Es konnten keine signifikanten Häufungen an Kombinationen bestimmter Gründe und Anstöße nachgewiesen werden.

Die Gründungsmotivation korreliert zudem weder mit dem **Geschlecht** der Gründer noch mit dem Jahr des **Studienabschlusses** bzw. dem **Gründungsjahr**.

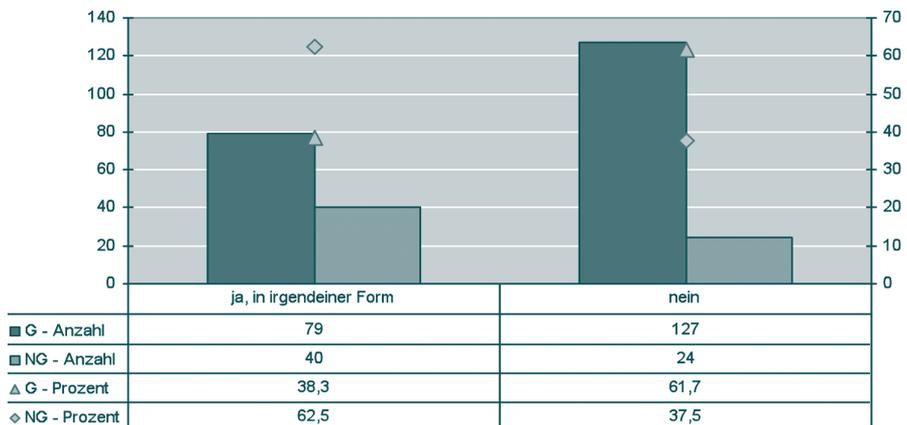
4.3 GRÜNDUNGSSENSIBILISIERUNG: BERÜHRUNG MIT DEM THEMA GRÜNDUNG

Zahlreiche Studien der aktuellen Gründungsforschung beleuchten Ursprung, Motive und Phasen der Genese einer Gründungsentscheidung. Dabei wird als eine mögliche Einflussmöglichkeit häufig eine frühe Sensibilisierung für das Thema Gründung genannt. Wer sich früh mit dem Thema der beruflichen Selbstständigkeit beschäftigt, so diverse Studien, zieht später eher eine Unternehmensgründung in Betracht als Personen, die sich nie mit dieser Frage auseinandergesetzt haben. (Kulicke/Schleinkofer 2008)

Die folgende Übersicht gibt wieder, wie viele der befragten Gründer und Gründungsinteressierten der TU Berlin während der Zeit ihres Studiums bzw. während ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit mit dem Thema Gründung in Berührung gekommen sind:

²⁷ Bereinigt wurden die Werte der Gründer und Gründerinnen, die bei der Eingangsfrage »nein – kein Kontakt« angegeben haben, dann aber doch eine der Antwortoptionen als zutreffend bewertet haben.

4.3.1 Kontakt zum Thema Gründung – Umfrage 2008



n_G = 206, n_NG = 64, bereinigt²⁷

Erstaunlich ist zunächst die Tatsache, dass deutlich über die Hälfte der befragten Gründer verneint, jemals während der Zeit des Studiums bzw. als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TU Berlin bzw. über Angebote in der Region mit dem Thema Gründung in Kontakt gekommen zu sein.

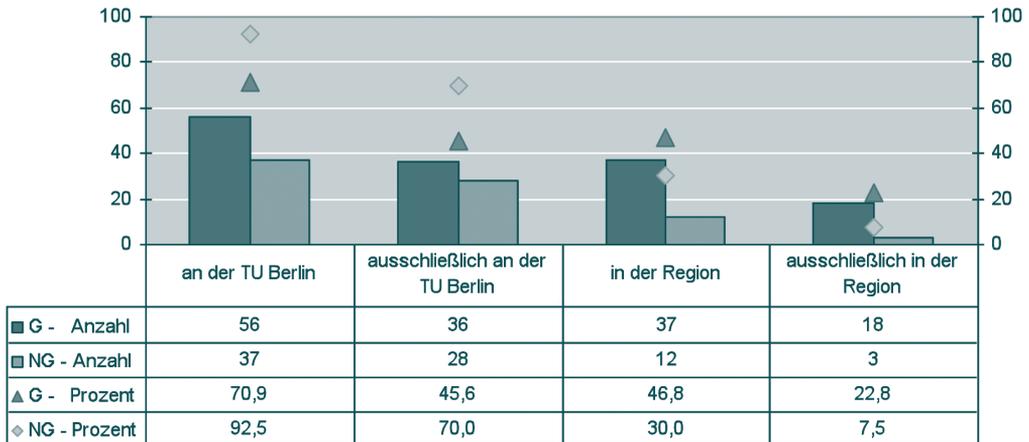
Dies legt zum einen den Schluss nahe, dass der Anstoß für die Gründungsentscheidung in der Regel oftmals in anderen Kontexten oder erst nach Verlassen der TU Berlin erfolgte. Zum anderen lassen diese Zahlen vermuten, dass das Gründungspotenzial an der TU Berlin möglicherweise noch deutlich größer ist und durch Sensibilisierungsmaßnahmen, die es über viele Jahre an der TU Berlin kaum gab, besser ausgeschöpft werden könnte.

Genau an diesem Punkt setzen der Gründungsservice und andere Anbieter an der TU Berlin mit ihren verschiedenen Angeboten seit 2004 verstärkt an. Mit einigem Erfolg:

Fast zwei Drittel der Nichtgründer, d.h. jenen Befragten, die ihr Gründungsvorhaben (noch) nicht umgesetzt haben, sind während des Studiums bzw. als wissenschaftlicher Mitarbeiter mit dem Thema Gründung konfrontiert worden. Dieser relativ hohe Prozentsatz überrascht kaum, wenn man sich vor Augen führt, dass ein großer Teil der befragten Nichtgründer die Qualifizierungsangebote der TU genutzt hat und aus diesem Grunde in den Verteiler der Befragung aufgenommen wurde. (siehe Punkt 2.2)

Möglicherweise hat das restliche Drittel der Nichtgründer die Angebote des Gründungsservice bzw. der Region zwar genutzt, aber nicht als Teil ihres Studiums bzw. ihrer Tätigkeit an der TU Berlin wahrgenommen, da dieses Angebot extracurricular in Anspruch genommen wurde.

4.3.2 Ort des Kontaktes mit dem Thema Gründung – Umfrage 2008



n_G=79, n_NG=40, Mehrfachnennung möglich

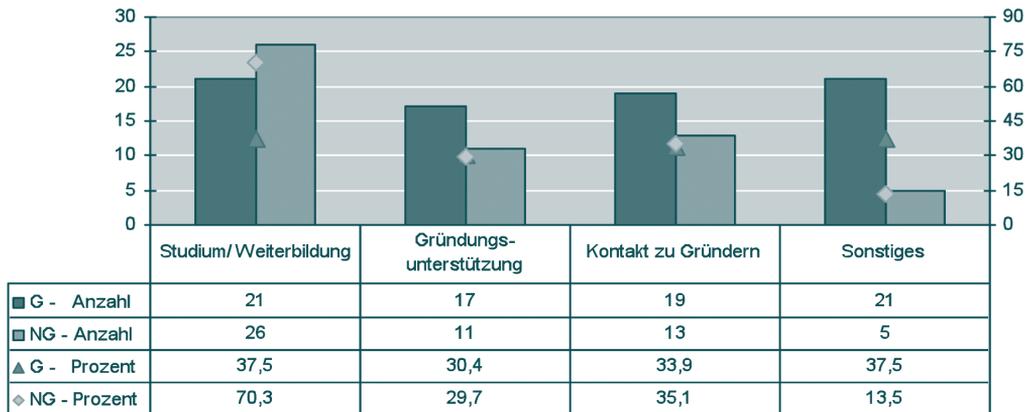
- Von den insgesamt 79 Gründerinnen und Gründern, die angaben, während der Zeit ihres Studiums bzw. während ihrer Tätigkeit als wissenschaftlicher Angestellter an der TU Berlin mit dem Thema der unternehmerischen Selbstständigkeit in Berührung gekommen zu sein, wurde diese Auseinandersetzung in über zwei Dritteln der Fälle durch Angebote und Maßnahmen der TU Berlin ausgelöst.
- Bei fast der Hälfte dieser 79 Unternehmer, geschah diese Auseinandersetzung (auch) im Kontext von Angeboten zur Gründungssensibilisierung und -unterstützung in der Region Berlin-Brandenburg.
- Interessant ist, dass trotz des reichen und vielseitigen Angebotes an Gründungsunterstützungsmaßnahmen in der Region Berlin-Brandenburg 36 Gründer und 28 Nichtgründer angaben, ausschließlich an der TU Berlin mit dieser Fragestellung in Berührung gekommen zu sein.
- Andersherum sahen sich nur 18 Gründer sowie 3 Nichtgründer ausschließlich über die regionalen Angebote mit dem Thema Gründung konfrontiert.

Dies belegt die Notwendigkeit, alle zur Verfügung stehenden Mittel und Wege der Gründungssensibilisierung zu nutzen und weiterhin auch direkt an der Universität für die Option der beruflichen Selbstständigkeit zu werben.

Berührung mit dem Thema Gründung an der TU Berlin

Die folgende Abbildung veranschaulicht im Detail die Umstände der Gründungssensibilisierung an der TU Berlin:

4.3.3 Berührung mit dem Thema Gründung an der TU Berlin – Umfrage 2008



n_G=56, n_NG= 37, Mehrfachnennungen möglich

- Bemerkenswert sind zunächst die knapp 33 Prozentpunkte, die bei der Antwortoption Studium/Weiterbildung die Gründer von den Nichtgründern trennen. Sie sprechen dafür, dass durch die verstärkten Maßnahmen zur Gründungssensibilisierung in den letzten Jahren tatsächlich in mehrerer Hinsicht Berührungspunkte mit dem Thema Gründung geschaffen wurden, die die Gründerinnen und Gründer noch deutlich weniger wahrgenommen haben.
- Hingegen ist der Prozentsatz der Gründer und Gründungsinteressierten, die über Gründungsunterstützungsmaßnahmen und/oder durch Kontakte zu Gründerinnen und Gründern an der TU Berlin mit dem Thema der beruflichen Selbstständigkeit konfrontiert wurden, mit ca. 30% bzw. ca. 35 % jeweils etwa ähnlich hoch.
- Folgende Beispiele für die Nennungen unter »Sonstiges« seien genannt:

Gründer:

- Berufserfahrung als Angestellter (3)
- Gründungsservice, Venture Campus (2)
- Eigeninitiative (2)
- eigene Kontakte
- Drittmittelprojekt
- Diplomarbeit
- Promotion/Industriekontakte
- Alumni
- Seminar Unternehmensgründungen durch Wissenschaftler
- Businessplan-Wettbewerbe (Inst. f. Qualitätswissenschaften)
- Stipendium für Auslandsstudium an der ESCP
- ASTA und politische Arbeit in der Studentenvertretung
- Kommilitone war bereits selbständig
- CDG – Nachkontakt Versammlung in Ghana

Nichtgründer:

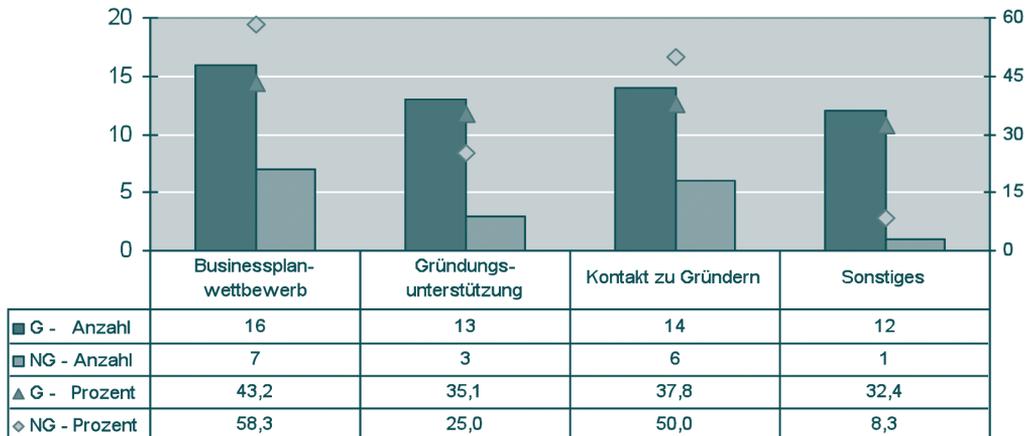
- Venture Campus (2)
- Career Service TU
- Kontakt über Lange Nacht der Wissenschaften 2008
- selbständige Tätigkeit

Berührung mit dem Thema Gründung in der Region

Wie oben dargelegt, wurde bei fast der Hälfte der 79 Unternehmerinnen, die während der Zeit ihres Studiums oder als wissenschaftliche Mitarbeiter mit dem Thema Gründung in Berührung kamen, diese Auseinandersetzung (auch) durch Angebote in der Region Berlin-Brandenburg veranlasst, in 18 Fällen sogar ausschließlich.

Dazu zählen im Einzelnen die folgenden Maßnahmen:

4.3.4 Berührung mit dem Thema Gründung in der Region – Umfrage 2008



n_G = 37, n_NG = 12, Mehrfachnennung möglich

- Betrachten wir zunächst die 37 Gründer, die angaben, (auch) über die Region mit dem Thema Gründung in Berührung gekommen zu sein, so fällt auf, dass diesbezüglich keines der vier vorgegebenen Angebote als Impulsgeber herausragt. Maßnahmen wie der Businessplanwettbewerb, Angebote zur Gründungsunterstützung, Kontakte zu Gründern und Sonstiges haben jeweils einen Kreis von 12 bis 16 TU-Absolventen erreicht und ihnen damit als Bezug zum Thema unternehmerische Selbstständigkeit gedient.
- Der Einfluss der regionalen Angebote fällt mit zwei Ausnahmen bei den Nichtgründern geringer aus als bei den Gründern. Lediglich über den Businessplanwettbewerb und über den Kontakt zu Gründerinnen und Gründern ist ein nennenswerter Prozentsatz derjenigen, die ihr Gründungsvorhaben noch nicht realisiert haben, mit dem Thema Gründung konfrontiert worden. Beide Aspekte sind im übrigen aber auch integraler Bestandteil der TU-Qualifizierungsprojekte »Human Venture« bzw. »Venture Campus«.
- Als »Sonstiges in der Region« wurden von den Gründern und Nichtgründern u. a. namentlich folgende Punkte erwähnt:

Gründer:

- Netzwerke wie XING
- Gründerseminar am HMI (Hahn-Meitner-Institut)
- gleich motivierte Freunde
- Existenzgründerinstitut
- als Angestellter in einem neu gegründeten Unternehmen
- eigene Weiterbildung

Nichtgründer:

- Zeitungsartikel, Gründungsmesse

Sonstige Berührung mit dem Thema Gründung

Folgende Berührungspunkte ordneten die Befragten – teilweise überraschenderweise – weder der TU Berlin noch der Region zu:

Gründer:

- Tätigkeit bei KUBUS
- Nebenberufliche Beratertätigkeit
- Finanzierung des Studiums
- Gründerunterstützung der Berliner Volksbank (2)
- Anregung durch Industrie, Auftraggeber Projekt TU
- durch freiberufliche Tätigkeit

Nichtgründer:

- Exist-Seed
- Vertiefungsrichtung Entrepreneurship

Fünzig Unternehmer (19,5%) und zwei Nichtgründer (3,0%) äußerten sich nicht zu der Frage, ob und in welchem Kontext sie mit dem Thema Gründung in Kontakt kamen.

Die Angaben zur Gründungssensibilisierung korrelieren interessanterweise sowohl mit dem **Geschlecht** als auch mit dem Jahr des **Studienabschlusses**. In beiden Fällen liegt eine geringe negative Korrelation vor. Hingegen konnte zwischen der Gründungssensibilisierung und dem **Gründungsjahr** kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden.

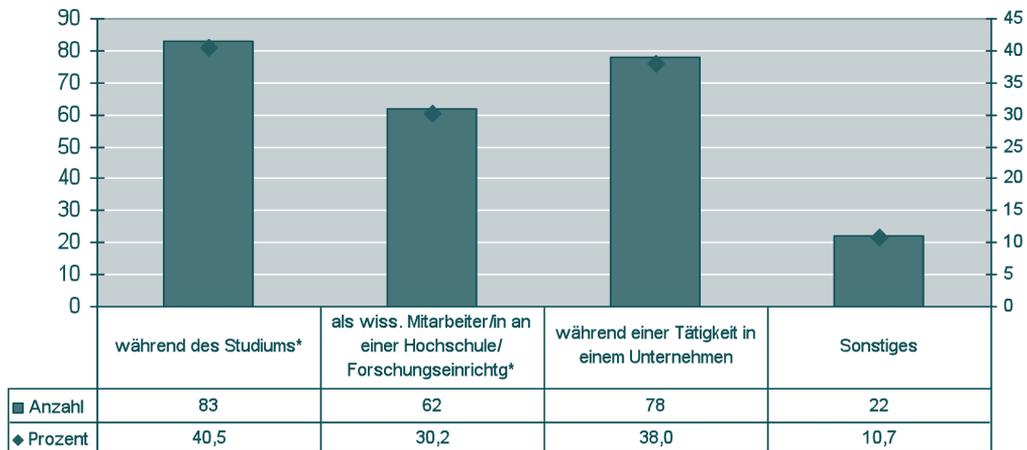
4.4 GRÜNDUNGSIDEE: ZEITPUNKT UND KONTEXT DER ENTSTEHUNG

z8 Die Angaben zu den mit * gekennzeichneten Überkategorien sind in dieser und den folgenden zwei Grafiken insofern bereinigt, als dass immer, wenn Unterkategorien gewählt wurden, auch die Hauptkategorie als genannt gezählt wurde.

Wurde in der zuletzt vorgestellten Fragerubrik erfasst, wodurch der Wunsch nach beruflicher Selbstständigkeit geweckt wurde, ist für die TU Berlin natürlich der Zeitpunkt und Kontext, in dem die eigentliche Gründungsidee entstanden ist, ebenfalls von gehobenem Interesse, denn in der Regel steht und fällt mit jener der Erfolg der geplanten Unternehmung. Dabei werden akademischen Spin-offs, d.h. Gründungen, die ihren Ursprung in einer Hochschule oder Forschungseinrichtung haben, in der Gründungsforschung oftmals größere Überlebenschancen eingeräumt, was u.a. mit dem in der Regel gehobeneren Innovationsgrad, mit ggf. nutzbaren Synergien und Ressourcen begründet wird.

Die folgende Übersicht gibt zu dem Kontext und Zeitpunkt der Entstehung der Gründungsidee nähere Informationen:

4.4.1 Zeitpunkt und Kontext des Entstehens der Gründungsidee – Umfrage 2008



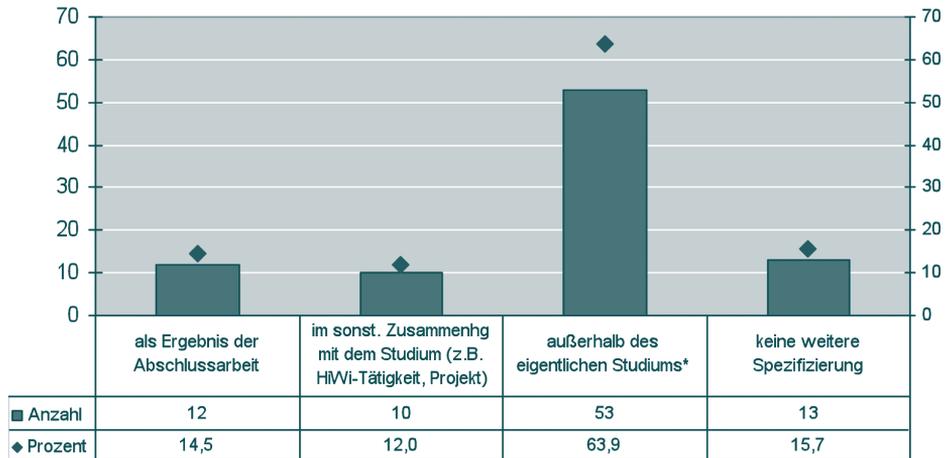
n = 205, Mehrfachnennung möglich, Angaben bereinigt²⁸

- Interessanterweise halten sich bei den unter die Lupe genommenen Unternehmen die Gründungsideen, die auf die Zeit des Studiums zurückgehen und jene, die während einer Tätigkeit in einem Unternehmen Gestalt annahmen, in etwa die Waage. Jeweils ca. 40 Prozent der Befragten findet sich in diesen Antwortvorgaben wieder.
- Jede dritte Gründungsidee wurde während einer wissenschaftlichen Tätigkeit an einer Hochschule oder Forschungseinrichtung geboren.
- Damit wurden etwa zwei Drittel der Gründungsideen in einem universitären oder anderweitigen wissenschaftlichen Umfeld aus der Taufe gehoben.
- Folgende Angaben wurden unter Sonstiges gemacht:
 - aus der Tätigkeit als Selbständiger (6)
 - durch Kontakt zu Gründern
 - noch zu Schulzeiten
 - als Professor an der TU
 - Berufspraktika
 - Hobby
 - im Smalltalk bei einer Businessveranstaltung
 - Selbständigkeit war schon immer das Ziel
 - unternehmerische Nachfolge in 2. Generation
 - Nebenjob nach Beendigung des Studiums
 - Während der Therapieausbildung
 - Anfrage eines Unternehmens nach Repräsentation in den USA

Da die TU Berlin selbstredend an den Gründungen ein besonderes Interesse hegt, die »während des Studiums« bzw. »als wissenschaftlicher Mitarbeiter/in« entstanden sind, wurden für diese beiden Antwortoptionen konkrete Angaben zum Kontext erbeten.

Die folgenden Grafiken beantworten diese Fragen:

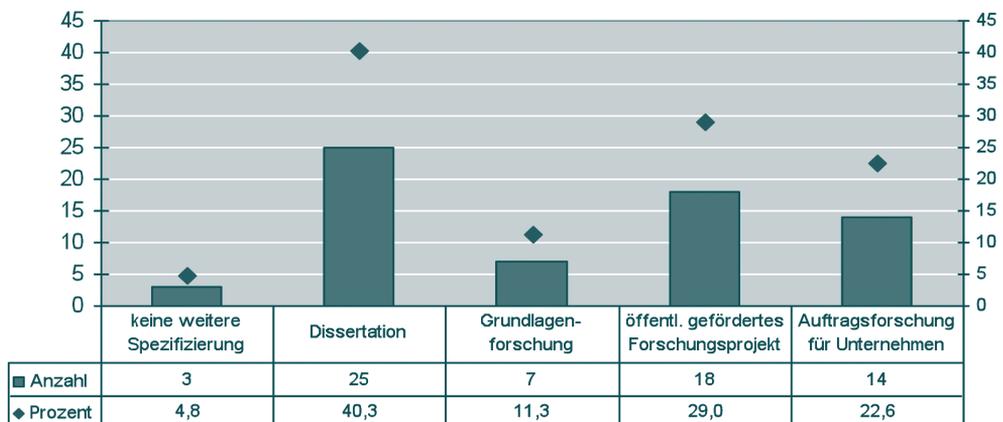
4.4.2 Gründungsideen, die auf die Zeit des Studiums zurückgehen – Umfrage 2008



n = 83, Mehrfachnennung möglich, Angaben bereinigt

Anzumerken ist hier insbesondere der hohe Prozentsatz der Gründerinnen und Gründer, deren Gründungsidee zwar offensichtlich zeitlich in die Phase des Studiums fällt, aber außerhalb des eigentlichen Studiums entstanden ist.

4.4.3 Gründungsideen, die als wiss. Mitarbeiter entstanden sind – Umfrage 2008



n = 62, Mehrfachnennung möglich, Angaben bereinigt

51 Gründer (19,9%) haben sich zu dieser Frage nicht geäußert. Nichtgründer wurden hierzu nicht befragt.

Es konnte kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Kontext der Entstehung der Gründungsidee und dem **Geschlecht** nachgewiesen werden.

Hingegen besteht einerseits eine sehr geringe Korrelation zwischen dem Jahr des **Studienabschlusses** und jenen Gründungen, deren Idee auf die Zeit des Studiums zurückgeht, andererseits eine sehr geringe negative Korrelation zwischen dem Jahr des Studienabschlusses und den Gründungsideen, die während einer Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter Gestalt annahmen. Eine geringe negative Korrelation konnte zudem zwischen dem Jahr des Studienabschlusses und jenen Gründungsideen festgestellt werden, die während einer Tätigkeit in einem Unternehmen geboren wurden.

Auch zwischen **Gründungsjahr** und Gründungsideen, die auf eine wissenschaftliche Tätigkeit an einer Hochschule oder Forschungseinrichtung zurückgehen, konnte eine sehr geringe negative Korrelation nachgewiesen werden. Ansonsten korreliert das Gründungsjahr nicht mit dem Zeitpunkt und Kontext der Entstehung der Gründungsidee.

4.5 GRÜNDUNGSUNTERSTÜTZUNG

Obwohl gründungsunterstützende Maßnahmen in den Städten und an Hochschulen seit mehreren Jahren auf dem Vormarsch sind, kommen noch immer zahlreiche Studien zu dem Ergebnis, dass angehende Unternehmer oftmals nicht das nötige Rüstzeug für die Unternehmensgründung mitbringen.

Wie eingangs in Kapitel 1 dargestellt, bietet die TU Berlin heute eine breite Palette an gründungsunterstützenden Maßnahmen an. Dem war jedoch nicht immer so. Daher wurden Gründer wie auch Nichtgründer nicht nur befragt, welche Gründungsvorbereitung und -unterstützung sie in Anspruch genommen haben, sondern auch, ob sie diese Angebote gerne an der TU Berlin vorgefunden und genutzt hätten.²⁹ Dabei war nur eine von beiden Antwortmöglichkeiten gegeben.

Diese Angaben ermöglichen es, die bestehenden Angebote zur Gründungsunterstützung an der TU Berlin dem Bedarf der Gründer entsprechend weiter- bzw. neue Angebote zu entwickeln.

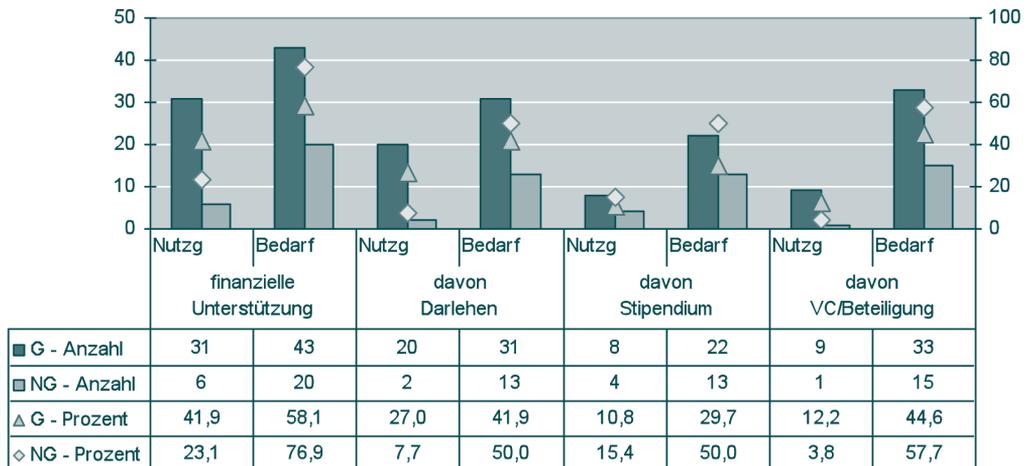
²⁹ In den folgenden Grafiken entspricht »Bedarf« der Antwortoption: »hätte ich gerne an der TU Berlin vorgefunden und genutzt«.

Aufgrund der Programmierung der Onlinebefragung umfasst die Gruppe derer, von denen keine Daten erfasst wurden, sowohl Personen, die keine Unterstützung in Anspruch genommen haben als auch jene, die keine Angaben machen wollten. Die Gesamtheit derer, die sich zu den jeweiligen Fragerubriken geäußert haben, sind den Hinweisen zu den Grafiken zu entnehmen.

Finanzielle Unterstützung

Die TU Berlin leistet aktiv Unterstützung bei der Beantragung von Fördermitteln, wie dem EXIST-Seed bzw. EXIST-Gründerstipendium und bei der Vermittlung von Venture Capital und dem Kontakt zu Business Angels. Sie leistet selbst jedoch bis heute keine finanzielle Unterstützung. Umso interessanter ist, wie die Gründer und Gründungsinteressierten den diesbezüglichen Bedarf einschätzen.

4.5.1 Gründungsunterstützung: Finanzielle Unterstützung – Umfrage 2008



n=G=74, n_NG=26, Mehrfachnennungen möglich

Von den acht Gründern und vier Nichtgründern, die angeben, finanzielle Unterstützung in Form eines Stipendiums erhalten zu haben, wurden vier Gründer und drei Nichtgründer im Rahmen des EXIST-Programmes gefördert. (EXIST-Seed, Gründerstipendium bzw. Forschungstransfer) Keine der insgesamt 10 angesprochenen VC/Beteiligungen sind Beteiligungen der TU Berlin.

Da die TU Berlin wie eingangs beschrieben außer den EXIST-Gründerstipendien und insgesamt einer Handvoll Beteiligungen keine finanzielle Unterstützung bietet, muss davon ausgegangen werden, dass alle anderen in Anspruch genommenen Mittel anderweitig, beispielsweise über Förderprogramme der Region bzw. des Bundes oder auf privater Basis organisiert wurden. Der Bedarf an finanzieller Unterstützung seitens der TU Berlin ist jedoch ganz offensichtlich gegeben und besonders eklatant im Bereich VC/Beteiligungen bzw. Darlehen. Tatsächlich ist die Zahl derer, die Venture Capital in Anspruch genommen haben im internationalen Vergleich mit anderen technischen Universitäten erstaunlich niedrig. So waren beispielsweise an einem Viertel der 130 untersuchten Unternehmen der ETH Zürich Venture Capitalists bzw. Business Angel beteiligt. (Oskarsson/Schläpfer 2008) Bei führenden Universitäten im UK liegen die diesbezüglichen Prozentsätze gar bei 50–75%. (Holi et al. 2007)

Natürlich mag der geringe Anteil zum einen auf die Tatsache zurückzuführen sein, dass sich die TU Berlin – im Gegensatz zu den Universitäten in Großbritannien – bislang kaum an Unternehmen beteiligte. Zum anderen wird die geringe Zahl an VC-Beteiligungen in dem insgesamt eher geringen Kapitalbedarf der von uns untersuchten Unternehmen begründet liegen, auf den bereits in Punkt 3.5 näher eingegangen wurde. Auch kulturelle Unterschiede sind diesbezüglich zu beachten.

Dennoch stellt sich natürlich die Frage, ob die untersuchten TU-Gründungen für Venture Capitalists – beispielsweise aufgrund eines gering eingeschätzten Wachstumspotenzials oder aufgrund der Branche – nicht interessant sind oder die Gründer von VC-Beteiligungen Abstand nehmen und ggf. Finanzierungsengpässe stattdessen möglicherweise eher privat zu überbrücken suchen.

Die Angaben zur in Anspruch genommenen finanziellen Unterstützung korrelieren interessanterweise weder mit dem **Kapitalbedarf** im ersten Jahr nach Gründung noch mit der Anzahl der Jahre bis zur Erreichung der **Gewinnzone**. Auch zwischen finanzieller Unterstützung und **Mitarbeiterzahlen** 2007 bzw. **Umsatz** 2007 besteht kein signifikanter Zusammenhang.

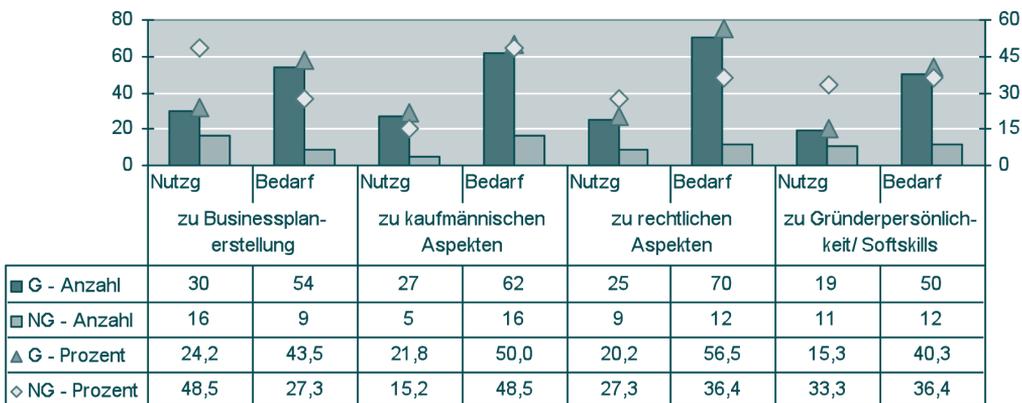
182 Gründer (71,1%) und 40 Nichtgründer (60,6%) haben sich zu der Frage nach der genutzten bzw. an der TU erwünschten finanziellen Unterstützung nicht geäußert bzw. diesbezüglich weder Unterstützung in Anspruch genommen noch vermisst.

Qualifizierungsangebote

Ein besonderer Schwerpunkt der Gründungsangebote der TU Berlin liegt seit 2004 einerseits auf dem Angebot an Beratung und Coaching für Gründungsinteressierte, andererseits auf Trainings und Vorträgen zur Gründungsvorbereitung.

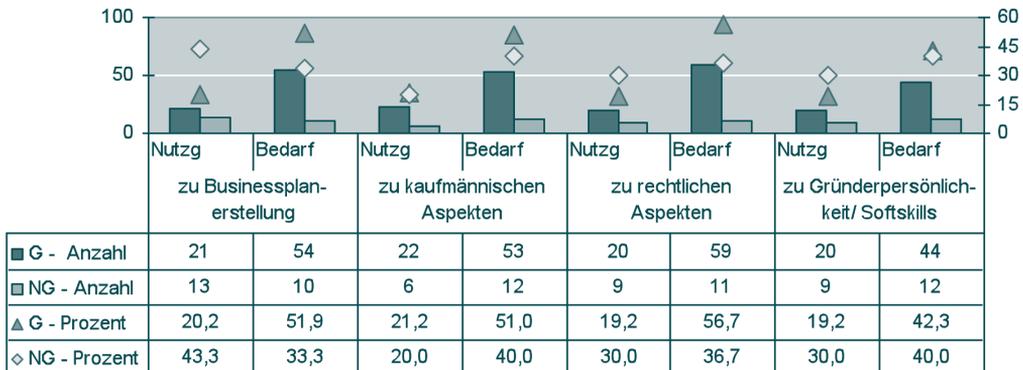
Die folgenden Darstellungen beleuchten, wie diese und ähnliche Angebote in der Region von den Gründern und Gründungsinteressierten der TU Berlin angenommen werden und welche weiteren Qualifizierungsangebote sie an der TU Berlin für wünschenswert erachten.

4.5.2 Gründungsunterstützung: Beratung/Coaching – Umfrage 2008



n_G=124, n_NG=33, Mehrfachnennung möglich

4.5.3 Gründungsunterstützung: Trainings/Vorträge – Umfrage 2008



n_G=104, n_NG=30, Mehrfachnennung möglich

Auffällig ist, wie sich die Angaben in beiden Charts gleichen. Fast durchgängig übersteigt die Zahl der Gründer und Nichtgründer, die Bedarf an einer Qualifizierungsmaßnahme an der TU Berlin äußern, bei weitem die Zahl derjenigen, die ein entsprechendes Angebot genutzt haben.

Besonders deutlich ist diese Diskrepanz bei allen Qualifizierungsangeboten zu rechtlichen und kaufmännischen Aspekten. Doch auch alle anderen genannten Themen werden sowohl in Form von Beratung und Coaching als auch in Form von Trainings und Vorträgen von den Gründern und Gründungsinteressierten nachgefragt.

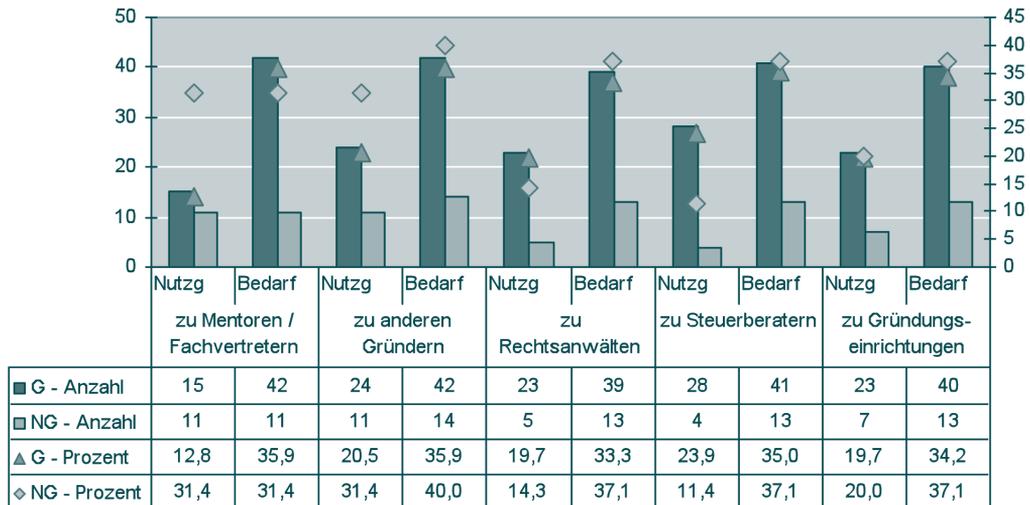
Eine Ausnahme stellen lediglich die Beratungs- und Trainingsangebote zur Businessplanerstellung und – weniger deutlich zu den Softskills – dar, an denen Gründer und Gründungsinteressierte zwar ebenfalls großes Interesse äußern, die aber auch bereits von einem großen Prozentsatz der Nichtgründer, die diese Frage beantwortet haben, in Anspruch genommen wurden. Dieses Ergebnis ist ganz offensichtlich den ESF-Projekten »Venture Campus« und »Human Venture« geschuldet, deren Teilnehmer einen großen Teil der Nichtgründer stellen, d.h. derer, die sich an der Umfrage beteiligt, ihr Gründungsvorhaben aber (noch) nicht realisiert haben.

132 bzw. 152 Gründer (51,6 bzw. 59,4%) sowie 33 bzw. 36 Nichtgründer (50,5% bzw. 54,5%) haben sich zu der Frage nach genutzter bzw. erwünschter Gründungsunterstützung in Form von Beratung/ Coaching bzw. Trainings/Vorträgen nicht geäußert.

Kontakte und Kooperationen

Auch im Bereich Kontakte und Kooperationen übersteigt der Bedarf der Unternehmer bei weitem die Nutzung bereits bestehender Angebote. Hier sieht sich die TU seit nunmehr fünf Jahren zunehmend in die Pflicht genommen.

4.5.4 Gründungsunterstützung: Kontakte und Kooperationen – Umfrage 2008



n_G=117, n_NG=35, Mehrfachnennung möglich

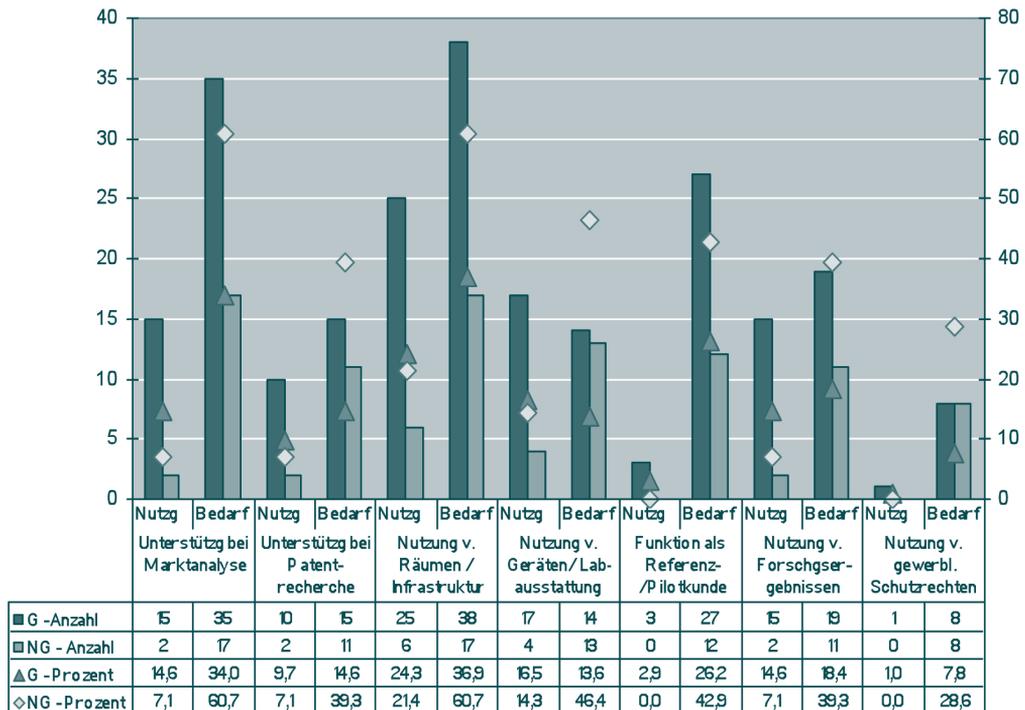
Das diesbezügliche Engagement der TU Berlin scheint erste Früchte zu tragen: Unter den Nichtgründern verbessert sich das Verhältnis zwischen denen, die Kontakte zu Fachvertretern bzw. zu anderen Gründern halten im Vergleich zu denen, die sich solche Kontakte wünschen: Die Zahlen halten sich in etwa die Waage, d.h. etwa jeder zweite, der sich zu diesem Punkt geäußert hat, stand in Verbindungen mit Fachvertretern und/oder Mentoren bzw. zu anderen Gründern. Siehe dazu auch die Ausführungen unter Punkt 4.6 (Netzwerke) und im Kapitel 5.

Ein weiterhin großes unerfülltes Interesse besteht jedoch offensichtlich in Hinblick auf Kontakte und Kooperationen zu Rechtsanwälten und Steuerberatern, ein Feld, das in der Tat bis vor kurzem weder vom Gründungsservice noch von anderen Anbietern an der TU Berlin abgedeckt wurde. Erst in letzter Zeit wurden zunehmend Rechtsanwälte

und Steuerberater sowohl in die Ringvorlesung als auch in die einwöchige Entrepreneurship Academy eingebunden. (siehe Punkt 1.2) Von 139 der befragten Gründer (54,3%) und 31 Gründungsinteressierten (47,0%) liegen zu dieser Frage keine Aussagen vor.

Sonstige Gründungsunterstützungsmaßnahmen

4.5.5 Gründungsunterstützung: Sonstiges – Umfrage 2008



n_G=105, n_NG=28, Mehrfachnennung möglich

Auch bei den sonstigen Gründungsunterstützungsmaßnahmen überwiegt die Nachfrage nach entsprechenden Angeboten an der TU Berlin. Allerdings spiegeln die Antworten auch deutlich, welche Angebote seitens der TU Berlin schon über viele Jahre unterbreitet und beworben und von den Befragten gut angenommen werden: Dazu zählen zum einen die kostengünstige Überlassung von Infrastruktur und Räumen bzw. von Geräten und Laborausstattung, die unter den Gründern mit 25 bzw. mit 17 Nennungen zu Buche schlagen.

Auch die Angebote zur Unterstützung bei der Patentrecherche bzw. Nutzung von Forschungsergebnissen sind an der TU Berlin bereits seit mehreren Jahrzehnten fest verankert und machen sich offensichtlich bezahlt.

Ein unverkennbarer, bislang nicht gedeckter Bedarf liegt jedoch in der Funktion der TU Berlin als möglicher Referenz- bzw. Pilotkunde. Hier bestehen offensichtlich noch sehr gute, bislang weitestgehend ungenutzte Möglichkeiten der Unterstützung von Start-ups aus den eigenen Reihen.

Ebenfalls den Zahlen nach deutlich ausbaufähig sind Angebote der TU Berlin zur Unterstützung bei der Marktanalyse.

Die hier genannten Gründungsunterstützungsmaßnahmen sind in der Regel insbesondere für weit fortgeschrittene Gründungsvorhaben bzw. bereits erfolgte Unternehmensgründungen von Interesse. Es erklärt sich daher von selbst, dass diese Maßnahmen bislang jeweils nur von sehr wenigen Personen in Anspruch genommen wurden, die ihr Gründungsvorhaben noch nicht umgesetzt haben.

Neben den vorgegebenen Antwortoptionen wurden vier weitere Aspekte von den Gründern und Gründungsinteressierten als in Anspruch genommen genannt:

- Unterstützung durch ZIB (ein Förderprogramm des BMBF)
- Unterstützung bei F+E
- Gründungswerkstatt
- Das beste Mittel überhaupt: Weniger Zeitdruck im Studium. Hat bei uns ausgereicht. Bachelor/Master ist die beste Möglichkeit, Unternehmensgründungen wie unsere zu erschweren oder unmöglich zu machen.

Insbesondere der letzte Punkt gibt Anlass zum Nachdenken, denn die neuen gegliederten Studiengänge stellen in der Tat Hochschuleinrichtungen, die sich der Förderung und Unterstützung von Unternehmensgründungen verschrieben haben, vor neue Herausforderungen. Umso wichtiger werden Angebote zur Sensibilisierung und Qualifizierung, die integraler Bestandteil des eigentlichen Fachstudiums sind bzw. in das eigentliche Fachstudium mit Credits und Noten eingebracht werden können.

Als sonstiges Angebot, das von der TU Berlin gewünscht wird, nannten die befragten Gründer und Nichtgründer explizit:

- Gründer: Kontakte und Beratung in Bezug auf Banken/Finanzierungsmöglichkeiten
- Auftragsvermittlung
- Referenzkunde
- Kostenlose Fachbegleitung von Idee bis erfolgreiche Firma durch mehrere Jahre

Andere Unternehmer erwähnten die folgenden drei Punkte, ohne genauer zu spezifizieren, ob diese Angebote genutzt wurden oder ihrerseits der Wunsch besteht, diese an der TU Berlin zu etablieren.

- Bibliothek, Beratung
- Auftragsvergabe an TUB-Fachbereiche
- Marketingstrategien

Keine Aussagen zur sonstigen Gründungsunterstützung liegen von 153 der befragten Unternehmer (59,8%) sowie von 38 Nichtgründern (57,6%) vor.

4.6 NETZWERKE

Immer wieder wird in der Gründungsunterstützung auf die Bedeutung von Netzwerken hingewiesen. 109 der befragten Unternehmer haben Aussagen zu den von ihnen genutzten Netzwerken getroffen: Beispielhaft seien genannt:

- Persönliche Kontakte, privates/eigenes Netzwerk (23)
- Xing (22)
- (Berufs-)Verbände / Bund der Architekten (13)
- Fachtagungen/-konferenzen/Messen (10)
- Businessplanwettbewerbe (6)
- TU Alumni (4)
- Partnerunternehmen / Industriekontakte (4)
- Andere Alumni-Organisationen (4)
- IHK (4)
- VDI (3)

Neben diesen Angaben sei auf Punkt 5.3 verwiesen, wo im Detail auf die Teilnahme der Befragten am Alumniprogramm eingegangen wird.

Zwei Unternehmer haben explizit ausgesagt, dass sie keine Netzwerke nutzen. 145 Gründer (56,6%) haben sich zu dieser Frage nicht geäußert.

4.7 PREISE UND AUSZEICHNUNGEN

Schließlich haben wir uns nach Preisen und Auszeichnungen erkundigt. Tatsächlich konnten 55 Unternehmer das Image und den Bekanntheitsgrad ihres Unternehmens über Preise und Auszeichnungen verbessern. Einige haben bis zu sieben Preise und Auszeichnungen gelistet, die sie erhalten haben. Aus dem breiten Spektrum der erhaltenen Preise seien hier beispielhaft genannt:

- Verschiedene Wettbewerbsgewinne/-plätze (6)
- Vordere Plätze beim BPW Berlin – Brandenburg (5)
- Innovationspreis Berlin-Brandenburg (5)
- Diverse Innovationspreise IHK/VDI/ÖPNV/Industrie (5)
- Deloitte (Technology) Fast 50 Germany (4)
- Deloitte Technology Fast 500 ESMEA (3)
- Gründerwettbewerb Multimedia / BMWi (3)
- Großartige Aufträge !! / Bauaufträge (2)
- Unternehmerin des Jahres (2)
- 8. Platz beim bundesweiten BPW
- Best workplaces in Europe
- Entrepreneur des Jahres 1997
- Mutmacher der Nation 2007
- Fair Company
- Familienfreundliches Unternehmen
- Stiftung Warentest/Ökotest diverse 1./2. Plätze
- Umweltbewusste Unternehmensführung
- 3. Platz Start2Grow

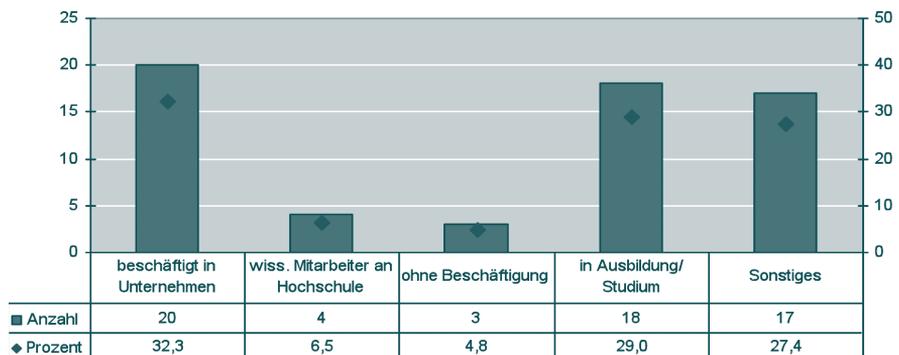
Fünf Unternehmer haben explizit angegeben, dass sie keine Preise und Auszeichnungen erhalten bzw. dies(e) für nicht wichtig erachten. 196 Gründer (76,6%) haben zu diesem Punkt keine Angaben gemacht.

4.8 GRÜNDUNGSINTERESSIERTE UND NICHTGRÜNDER

An der Umfrage haben sich, wie eingangs unter Punkt 2.3 erwähnt, auch 66 Personen beteiligt, die noch nicht gegründet haben, darunter 16 Frauen. In welcher Form dieser Personenkreis Berührungspunkte mit dem Thema Gründung hatte und Angebote zur Gründungsvorbereitung in Anspruch genommen hat, ist den Punkten 4.3 und 4.5 zu entnehmen.

Diese Personengruppe, in der sich primär aktuelle und ehemalige Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Qualifizierungs- und Beratungsangebote der TU Berlin wieder finden, setzt sich im Detail wie folgt zusammen:

4.8.1 Aktueller beruflicher Status der Gründungsinteressierten – Umfrage 2008

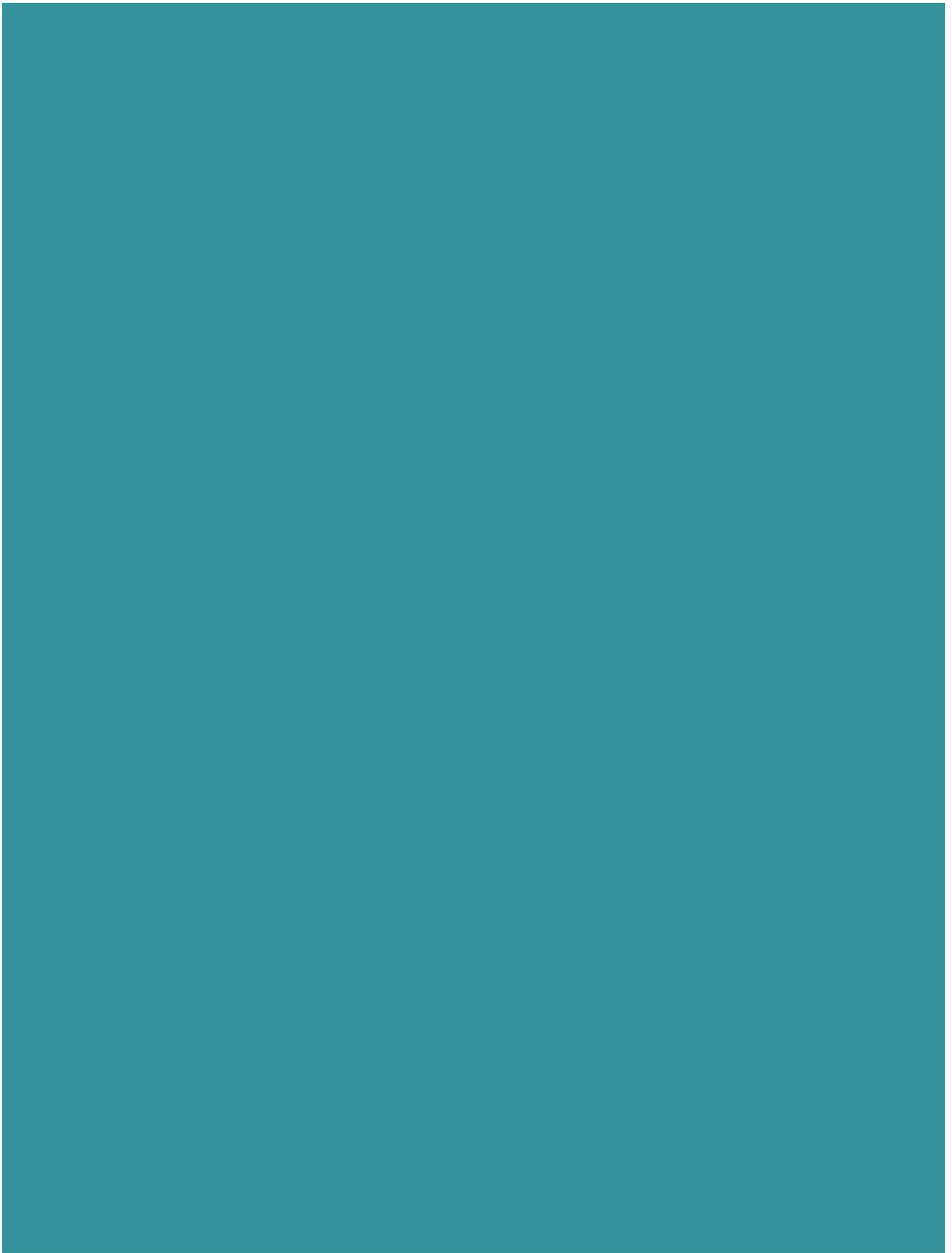


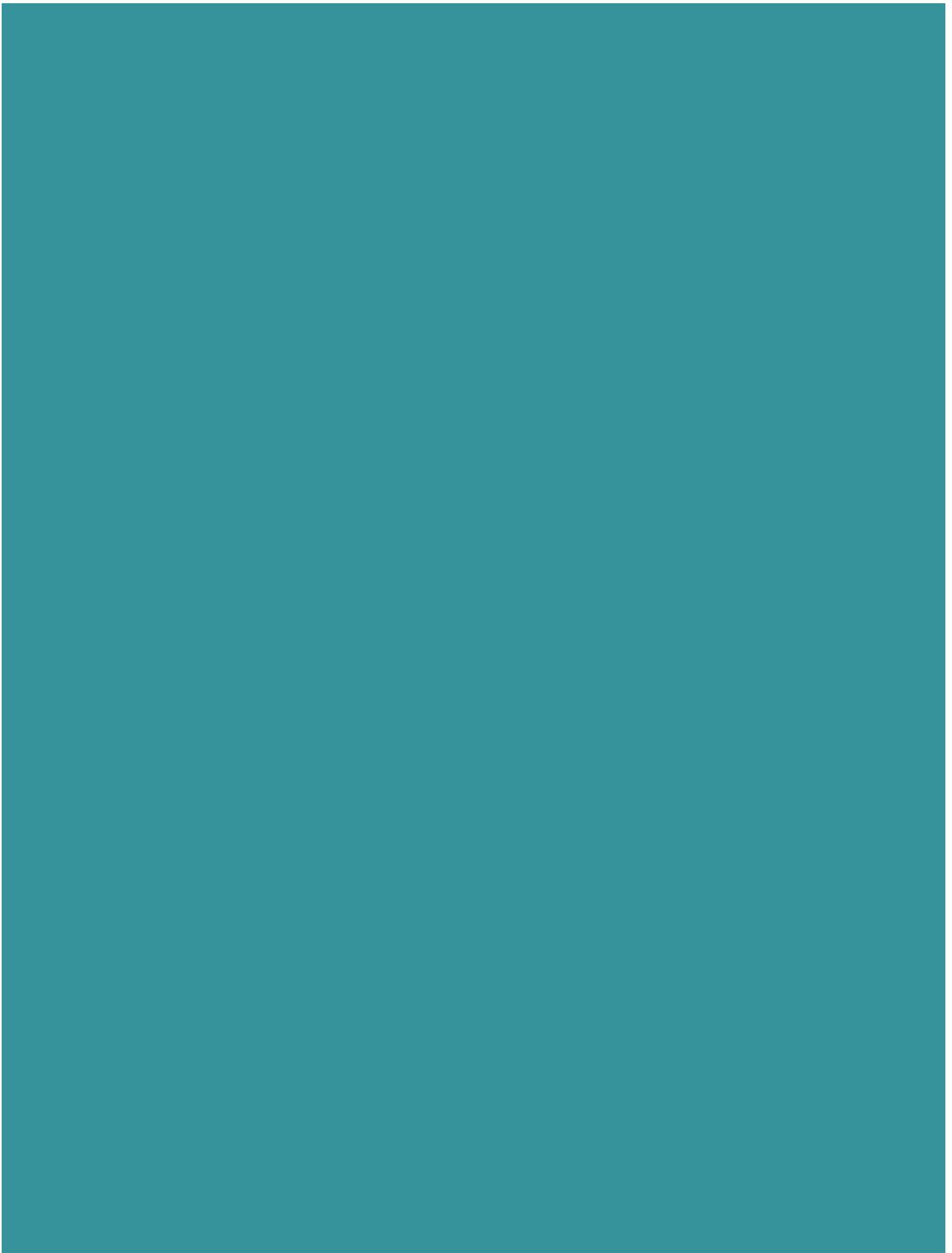
n-NG=62

Der große Anteil von Personen, die sich in Ausbildung bzw. im Studium befinden, erklärt sich mit der Zielgruppe der Projekte »Human Venture« und »Venture Campus«.

Interessant ist hingegen der große Prozentsatz derer, die aktuell in einem Arbeitsverhältnis stehen. Hier kann vermutet werden, dass diese Absolventen entweder vor Gründung erst eine gewisse Berufserfahrung anstreben und/oder (vorerst) aufgrund eines attraktiven Stellenangebotes von der beruflichen Selbstständigkeit Abstand genommen haben.

4 Gründungsinteressierte (6,1%) haben keine Informationen zu ihrem aktuellen Status gegeben.





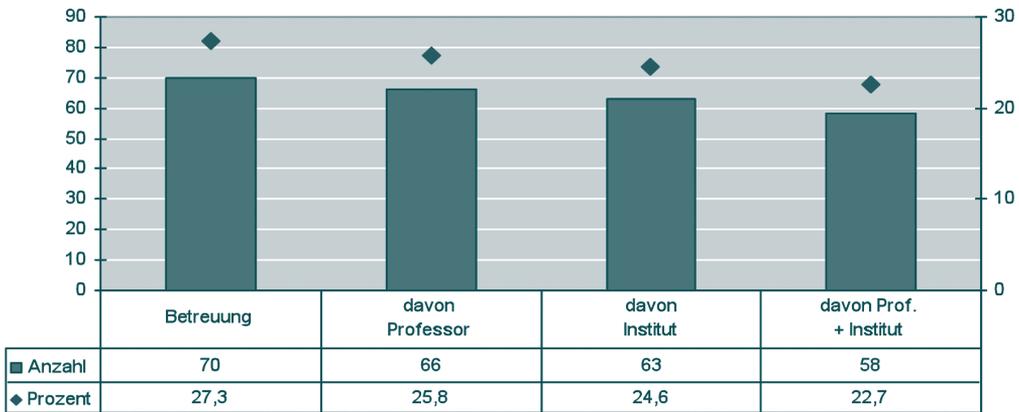
Das folgende und gleichzeitig letzte Kapitel beleuchtet die Beziehungen der Gründer und Unternehmer zu ihrer Alma Mater und damit einhergehend die Rolle der TU Berlin im Gründungs- und Wachstumsprozess der betrachteten Unternehmen. Dabei werden einerseits bestehende Kontakte und Kooperationen untersucht, andererseits wird darauf eingegangen, welche Formen der Zusammenarbeit seitens der Absolventen gewünscht bzw. angeboten werden.

Betrachtet man das Engagement der TU Berlin gegenüber den Unternehmen der TU-Absolventen, so muss an dieser Stelle natürlich zunächst auf die Ausführungen zur Gründungsmotivation, Gründungssensibilisierung und zur Entstehung der Gründungsidee im vorigen Kapitel verwiesen werden (Punkte 4.2 bis 4.4). Diese Daten unterstreichen den großen Einfluss, den die TU Berlin – neben anderen Institutionen und Aspekten – bereits auf die Gründungsentscheidung hatte, d.h. schon vor der eigentlichen Start-up Phase ausüben konnte.

5.1 KONTAKTE UND KOOPERATIONEN IN DER START-UP PHASE

Wie auch schon in früheren Umfragen, wurden die Unternehmer in der aktuellen Umfrage nach dem Namen ihres betreuenden Professors bzw. Instituts befragt. Die eingegangenen Antworten veranschaulicht die folgende Übersicht:

5.1.1 Betreuung als Start-up durch Professor bzw. Institut – Umfrage 2008



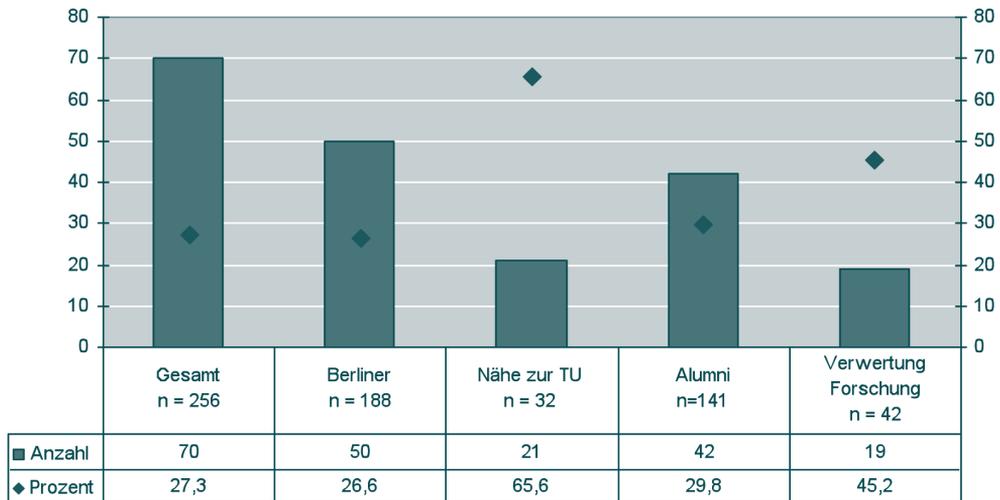
n = 256 , Mehrfachnennung (Professor und/oder Institut) möglich³⁰

Den Rückmeldungen zufolge wurde etwa jedes vierte Start-up seitens der TU Berlin betreut. Folgende Punkte sind dabei zu vermerken:

- Während das Gros der Lehrstühle je einmal genannt wurde, haben zwei Lehrstühle, der Lehrstuhl für Marketing sowie der Lehrstuhl für Materialflusstechnik & Logistik je zwei Gründungen begleitet.
- Bei den betreuenden Instituten ist eine Häufung der Bereiche Architektur und Informatik mit je fünf Nennungen auszumachen. Diese Zahlen korrespondieren mit der großen Anzahl der erfassten Unternehmen in diesen Branchen. (siehe Punkt 3.2) Zweifach genannt wurden zudem das Hermann-Rietschel-Institut für Heiz- und Raumluftechnik, das Institut für Festkörperphysik, das Fachgebiet Elektrische Maschinen (heute: Elektrische Antriebstechnik), die Logistik und die allgemeine BWL.
- Zwei Unternehmen wurden von anderen Hochschulen betreut.
- Obwohl keine negative Antwortmöglichkeit vorgesehen war, haben insgesamt weitere 13 Unternehmer explizit ausgeführt, keine Form der Betreuung erhalten zu haben.
- 173 Unternehmer (67,6%) haben sich zu dieser Frage nicht geäußert.

³⁰ Da keine negative Antwortmöglichkeit vorgegeben und daher nicht ersichtlich war, ob keine Betreuung erfolgte oder diese Frage nicht beantwortet wurde, beziehen sich die Prozentangaben in dieser Grafik auf das gesamte Befragungssample von 256 Gründern und nicht auf die Anzahl der eingegangenen Antworten.

5.1.2 Betreuung als Start-up: Teilgruppen – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Angaben in der Datentabelle

- Interessant ist zunächst, dass weder auffällig viele **Berliner Unternehmen** noch Firmen von registrierten **Alumni** in der Start-up Phase seitens der TU Berlin betreut wurden. Bei beiden Teilgruppen liegt der Anteil derer, die angegeben haben, als Start-up begleitet worden zu sein, jeweils nur wenige Prozentpunkte unter- bzw. oberhalb des Gesamtsamples.
- Anders sieht es zum einen bei jenen Gründern aus, die den Firmenstandort mit der **Nähe zur TU Berlin** und/oder anderen Forschungseinrichtungen begründeten. Fast zwei Drittel dieser Unternehmer sahen sich in der Gründungsphase von Einrichtungen der TU Berlin betreut.
- Zum anderen ist festzuhalten, dass fast jede zweite der 42 Firmen, die auf die **Verwertung von Forschungsergebnissen** zurückgehen, in der Start-up Phase seitens der TU Berlin betreut wurde. (siehe Punkt 3.9) Mit 45% ist der Prozentsatz der betreuten Firmen in dieser Teilgruppe damit ebenfalls signifikant höher als im gesamten Befragungssample.

Werfen wir noch einen Blick auf das Unternehmensprofil der in der Gründungsphase betreuten Firmen, sind weder hinsichtlich der **Bran-chen** noch der im Jahr 2007 erreichten **Umsätze** Auffälligkeiten festzustellen. Die Verteilung entspricht im Großen und Ganzen der des gesamten Befragungssamples.

Allerdings haben Unternehmen, die der Umfrage zufolge in der Start-up Phase betreut wurden, mit durchschnittlich 92 **Mitarbeitern** im Jahr 2007 gegenüber 32 des gesamten Befragungssamples (siehe Punkt 3.6) im Schnitt dreimal so viele Arbeitsplätze geschaffen.

Zwischen dem **Alter** der Unternehmen und den Kontakten und Kooperationen in der Start-up Phase besteht hingegen kein signifikanter Zusammenhang

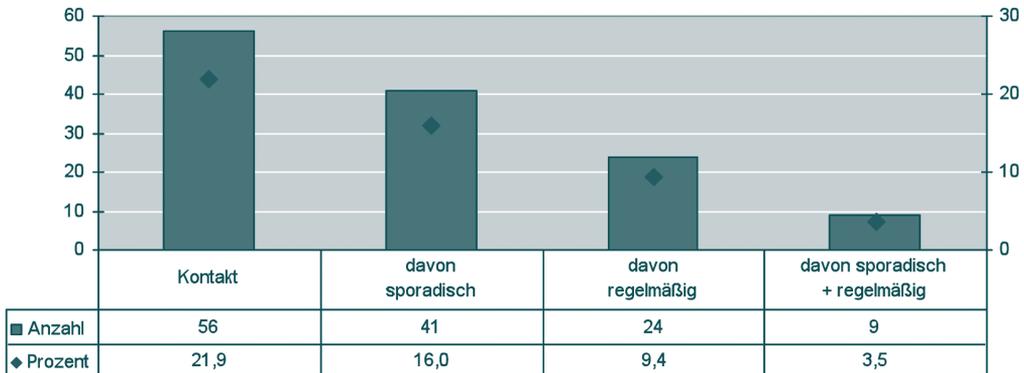
Um einen vollständigen Eindruck vom Grad der Kontakte und Kooperation bzw. zur Betreuung in der Start-up Phase der betrachteten Unternehmen zu gewinnen, muss an dieser Stelle zudem auf die detaillierten Ausführungen der von den befragten Unternehmern in Anspruch genommenen Gründungsunterstützung verweisen werden. (Punkt 4.5)

Die Vermutung liegt nahe, dass eine intensive Betreuung in der Start-up Phase, inkl. der Nutzung der seitens der TU Berlin angebotenen Gründungsunterstützungsangebote eine Grundlage bildet für langfristige Kontakte und Kooperationen zwischen den Unternehmern und ihrer Alma Mater. Informationen dazu finden Sie im kommenden Abschnitt.

5.2 AKTUELLE KONTAKTE UND KOOPERATIONEN

Die folgende Grafik gibt die Anzahl der Unternehmer wieder, die aktuell Kontakte zur TU Berlin unterhalten.

5.2.1 Aktuelle Kontakte zur TU Berlin – Umfrage 2008



n = 256,³¹ Mehrfachnennung (sporadisch und/oder regelmäßig) möglich

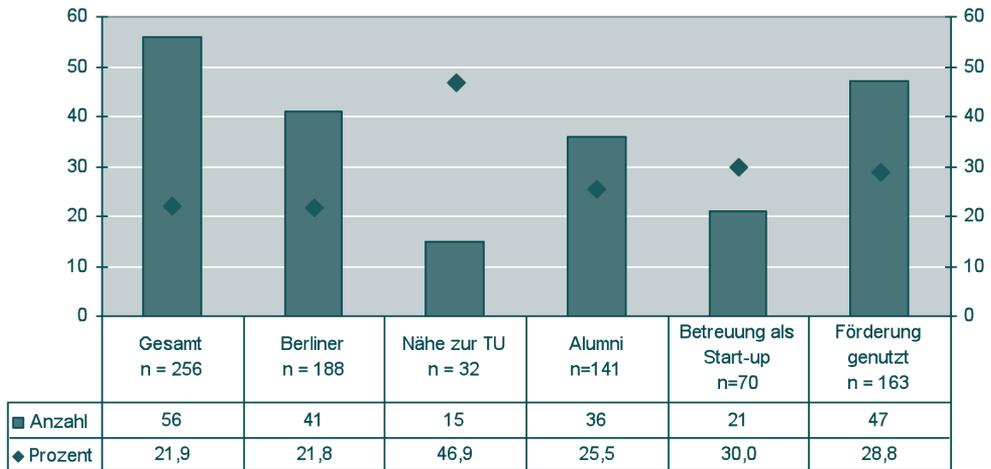
³¹ Da keine negative Antwortmöglichkeit vorgegeben und daher nicht ersichtlich war, ob derzeit kein Kontakt besteht oder diese Frage nicht beantwortet wurde, beziehen sich die Prozentangaben in dieser Grafik auf das gesamte Befragungssample von 256 Gründern und nicht auf die Anzahl der zu dieser Frage eingegangenen Antworten.

³² Zu nennen sind hier insbesondere Prof. Klar (Institut für Mikroelektronik) mit insgesamt vier Nennungen, Prof. Kochendörfer vom Institut für Bauwirtschaft und Baubetrieb mit drei und Prof. Grühmann vom Institut für Energie- und Automatisierungstechnik mit zwei Nennungen.

- Von den 256 erfassten Unternehmen stehen der aktuellen Umfrage zufolge derzeit 56 im Kontakt zur TU Berlin, davon 41 sporadisch und 24 regelmäßig. Neun der Befragten gaben an, sowohl mit einigen Einrichtungen regelmäßig als auch mit anderen von Zeit zu Zeit in Verbindung zu stehen.
- Bezogen auf das gesamte Befragungssample von 256 Unternehmerinnen und Unternehmen arbeitet damit nur jeder fünfte mit der TU Berlin zusammen, davon 16% der Antwortenden sporadisch und weniger als 10% regelmäßig.
- Insgesamt überwiegen deutlich Kooperationen mit einem bestimmten Lehrstuhl bzw. Fachgebiet, von einigen wenigen Gründern und Gründerinnen wurden allerdings auch mehrere Professoren genannt.³²
- Lediglich ein Unternehmer gab an, sporadisch mit der TU Bibliothek zu kooperieren, ein weiterer mit der Abteilung IV B, Gebäude- und Dienstemanagement der TU Verwaltung.
- Sieben Befragte haben explizit geäußert, keine sporadischen Kontakte, ein weiterer keine regelmäßigen Kontakte zur TU Berlin zu pflegen: Ein Unternehmer ergänzte: »leider keine«.
- Insgesamt haben mit 192 exakt drei von vier Unternehmern diese Frage unbeantwortet gelassen. Da das Befragungsdesign keine negative Antwortmöglichkeit vorsah, bleibt offen, ob keine Kontakte bestehen oder diese nicht aufgeführt wurden.

Fassen wir die Ergebnisse zusammen, muss zunächst festgehalten werden, dass die Anzahl der Unternehmen, die angegeben haben, in Verbindung mit ihrer Alma Mater zu stehen, gering ist. Darüber hinaus kann für bestimmte Teilgruppen der Gründer folgendes konstatiert werden:

5.2.2 Aktuelle Kontakte zur TU Berlin: Teilgruppen – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Angaben in der Datentabelle

- Überraschenderweise ist der Prozentsatz der Unternehmen, die Kontakt zur TU Berlin unterhalten, bei den 188 Unternehmen mit **Sitz in Berlin** nicht höher als im gesamten Befragungssample. Räumliche Nähe resultiert demnach nicht zwangsläufig in häufigeren bzw. engeren Kooperationen: Insgesamt pflegt nur ca. jeder fünfte Berliner Unternehmer Kontakte zur TU Berlin, davon wie im gesamten Befragungssample ca. 16% sporadisch, knapp 10% regelmäßig.
- Anders jedoch sieht es zum einen bei den 32 Unternehmen aus, die die **Nähe zur TU Berlin** und zu anderen Forschungsinstitutionen als Grund für ihre Standortwahl angegeben haben. Diese kooperieren überproportional häufig mit der TU Berlin: fast jede zweite dieser Firmen (15 Nennungen, 47%) steht sporadisch und/oder regelmäßig in Kontakt mit der TU Berlin.

- Zum anderen pflegen auch jene Gründer, die Mitglied im **Alumni-programm** sind bzw. **in der Start-Phase** von Professoren oder Instituten der TU Berlin **betreut** wurden, mit reichlich 25% bzw. 30% etwas häufiger Kontakte zu ihrer Hochschule als das gesamte Befragungssample.
- Schließlich stehen im Vergleich zum gesamten Befragungssample auch die TU-Absolventen, die selbst **Angebote zur Gründungsunterstützung in Anspruch genommen** haben, mit knapp 29% überproportional häufig in Verbindung mit den Institutionen ihrer Alma Mater.
- Betrachtet man auch hier das Unternehmensprofil der Firmen, die aktuell mit der TU Berlin kooperieren, sind bezüglich der **Branchen** sowie der im Jahr 2007 erreichten **Umsätze** keine Besonderheiten im Vergleich zum gesamten Befragungssample auszumachen.
- Anders wiederum sieht es zum einen bei den durchschnittlichen **Mitarbeiterzahlen** aus: Während die 49 Unternehmen, von denen uns Mitarbeiterzahlen für 2007 vorliegen und die aktuell zu Einrichtungen der TU Berlin Kontakt halten, im Durchschnitt 77 Mitarbeiter beschäftigen (Median 6,0), stehen im gesamten Befragungssample bei den Firmen durchschnittlich nur 32 Personen in Lohn und Brot bei einem Median von 5,0. (siehe auch Punkt 3.6)
- Kein signifikanter Zusammenhang besteht hingegen zwischen aktuellen Kontakten und Kooperationen und der **Verwertung von Forschungsergebnissen**.
- Last but not least sei noch der Zusammenhang zwischen dem **Alter** der Unternehmen und ihren aktuellen Verbindungen zur TU Berlin beleuchtet. Hält man sich die oben dargestellten Werte vor Augen, denen zufolge im gesamten Befragungssample 16% bzw. 9% aller Unternehmer mit der TU Berlin sporadisch bzw. regelmäßig Kontakt haben, legt die Analyse nach Gründungsjahren folgende Schlussfolgerung nahe:
 - Ältere Unternehmen arbeiten überproportional häufig mit Einrichtungen der TU Berlin zusammen. So pflegen beispielsweise von den 10 erfassten Unternehmen, die in den siebziger Jahren gegründet wurden, noch drei, also 30% sporadisch Kontakt zur TU Berlin. Allerdings muss hier die sehr geringe Fallzahl berücksichtigt werden und die Tatsache, dass alleine die Mitarbeit an der Umfrage von einem gewissen Interesse an den Belangen der TU

Berlin spricht und daher die wenigen erfassten älteren Firmen möglicherweise nicht als repräsentativ für die Gesamtheit aller in diesen Jahren von TU-Absolventen gegründeten Unternehmen zu verstehen sind. (siehe Punkt 2.3)

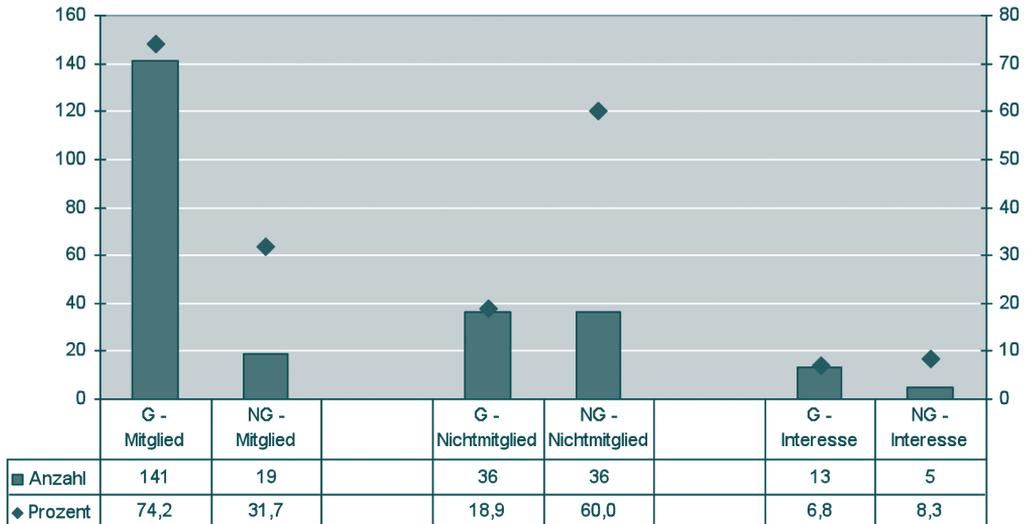
- Ansonsten stehen auch die zwischen 2001 und 2005 gegründeten Unternehmen überproportional häufig mit ihrer Alma Mater in Verbindung, nämlich 14 von 63 Unternehmen (22,2%) sporadisch und neun Firmen regelmäßig (14,3%).
- Der unterproportional ausgeprägte Kontakt sowohl der in den 90er Jahren gegründeten, d.h. mittlerweile gestandenen Unternehmen (14,1% bzw. 7,0%) als auch der seit 2006 ins Leben gerufenen Start-ups zur TU Berlin (10,9% bzw. 8,7%) gibt hingegen bezüglich einer erhofften längerfristigen Zusammenarbeit zu denken.

Allerdings muss darauf hingewiesen werden, dass die Frage nach aktuellen Kontakten offensichtlich primär als Frage nach den wissenschaftlichen Kooperationen verstanden wurde. Dies beweist nicht zuletzt die Tatsache, dass nur je ein Antwortender explizit einen sporadischen bzw. einen regelmäßigen Kontakt zum Gründungsservice erwähnt und keiner der Befragten an dieser Stelle auf die Verbindung zur Pressestelle bzw. zur Stabsstelle Außenbeziehungen der TU Berlin verwiesen hat, die das Nationale bzw. Internationale Alumniprogramm betreuen.

5.3 TEILNAHME AM ALUMNIPROGRAMM

Neben der Frage nach den aktuellen Kontakten und Kooperationen wurden alle Gründer und Nichtgründer an anderer Stelle auch nach ihrer Mitgliedschaft im bzw. nach ihrem Interesse am TU-Alumniprogramm befragt. Die eingegangenen Antworten sind in die folgende Grafik eingeflossen.

5.3.1 Teilnahme am Alumniprogramm: Gründer und Nichtgründer – Umfrage 2008



n_G=190, n_NG=60

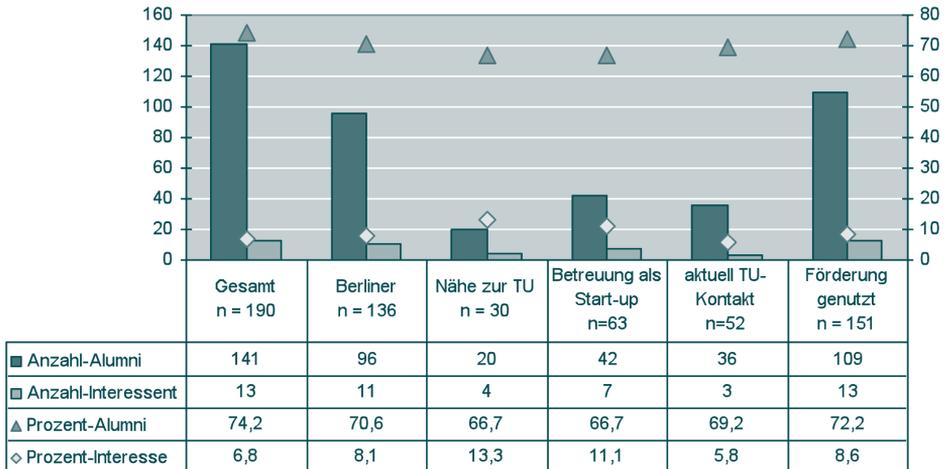
Die Ergebnisse sprechen für das Alumniprogramm:

- Insgesamt 141 und damit fast drei Viertel der 190 Unternehmer, die diese Frage beantwortet haben, sind der aktuellen Umfrage zufolge als Mitglied im Alumniprogramm registriert, 13 weitere (knapp 7%) sind an Informationen zu diesem Angebot interessiert. Dieser hohe Prozentsatz ist selbstverständlich auch, aber nicht nur der Grundgesamtheit der im Rahmen der Befragung kontaktierten Unternehmer geschuldet. (siehe Punkt 2.2)
- Ein ganz anderes Bild liefern die Antworten der Nichtgründer: Mit 19 von 60 antwortenden Personen nimmt hier derzeit erst jeder Dritte am Alumniprogramm der TU Berlin teil, während drei Fünftel der Befragten angaben, nicht am Programm zu partizipieren. Der Anteil der Interessierten ist hier mit reichlich 8% vergleichbar hoch wie bei den Gründerinnen und Gründern.
- 66 Gründer und sechs Nichtgründer haben sich zu dieser Frage nicht geäußert. Unseren Recherchen zufolge sind davon 52 Gründer und drei Nichtgründer im Alumniprogramm registriert. Damit nehmen insgesamt 193 der 256 der an der Umfrage teilgenommenen Gründer am Alumniprogramm teil. Das entspricht 75,4%.³³

³³ Um Verzerrungen bezüglich der Prozentangaben zu vermeiden, werden bei der Auswertung der Daten im Kap. 5.1 bis 5.5 nur die Angaben der 141 Alumni zugrunde gelegt, die diese Frage beantwortet und damit offensichtlich nicht die Beantwortung des Onlinefragebogens vorzeitig abgebrochen haben.

Auch bezüglich der Teilnahme am Alumniprogramm haben wir auffällige Häufungen und Zusammenhänge innerhalb bestimmter Teilgruppen der Gründer untersucht, die in der folgenden Grafik wiedergegeben werden:

5.3.2 Teilnahme am Alumniprogramm: Gründer Teilgruppen – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Angaben in der Datentabelle

- Interessanterweise ist der Prozentsatz der Unternehmer, die der Befragung zufolge am Alumniprogramm partizipieren, unter den **Berliner Unternehmern** mit knapp 71% geringfügig niedriger als im Gesamtsample. Hingegen ist der Anteil der Antwortenden, die Interesse am Alumniprogramm bekundeten, in dieser Teilgruppe leicht erhöht.
- Ein ähnliches Bild ergibt sich bei den Unternehmern, die selbst **Gründungsförderungsangebote genutzt** haben.
- Anders sieht es jedoch sowohl bei den Absolventen aus, die ihre Standortentscheidung mit der **Nähe zur TU Berlin** begründeten als auch bei jenen, die in der **Start-up Phase** von einem Lehrstuhl oder Institut der TU Berlin betreut wurden. In diesen beiden Teilgruppen sind registrierte Alumni mit je knapp 67% zwar leicht unterproportional vertreten. Gleichzeitig ist das Interesse mit 13% bzw. 11% der Antwortenden jedoch fast doppelt so hoch wie im gesamten Befragungssample.

- Hingegen ist bei den Unternehmern, die **aktuell Kontakte zur TU Berlin** unterhalten, sowohl die Teilnahme als auch das Interesse an einer Mitgliedschaft im Alumniprogramm etwas geringfügiger gegeben als im gesamten Befragungssample.

Auch an dieser Stelle sollen die Unternehmen der Befragten kurz beleuchtet werden:

- Interessanterweise konnten weder signifikante Zusammenhänge zwischen der Teilnahme am Alumniprogramm und den **Branchen** der Unternehmen noch zwischen der Partizipation am Alumniprogramm und dem **Umsatz 2007** bzw. der **Mitarbeiterzahl 2007** nachgewiesen werden.
- Auch Unternehmen, die auf die **Verwertung von Forschungsergebnissen** zurückgehen, sind nicht signifikant häufiger im Alumniprogramm registriert.
- Wie auch bei den aktuellen Kontakten und Kooperationen ist nicht zuletzt auch ein Zusammenhang zwischen der Mitgliedschaft im Alumniprogramm und dem **Gründungsjahr** festzustellen:
 - Je älter die Unternehmen sind, umso wahrscheinlicher ist ihre Teilnahme am Alumniprogramm. So sind z.B. acht von zehn der Unternehmen aus den 70er Jahren im Alumniprogramm registriert.
 - Umgekehrt ist der Anteil der Unternehmer, die nicht als Alumni registriert sind, bei Start-ups und jüngeren Firmen größer und fällt bei den 46 seit 2006 gegründeten Firmen auf 39% (18 Nennungen). Diese Zahlen sind natürlich in erster Linie den neu erschlossenen Zielgruppen der aktuellen Befragung (siehe Punkt 2.2) geschuldet. Sie spiegeln gleichzeitig die Aktivitäten des Gründungsservice und anderer neuer Akteure an der TU Berlin, die seit 2004 neben den registrierten Alumni einerseits zahlreiche Gründungsinteressierte auf dem Weg in die Selbstständigkeit begleitet haben, andererseits auch neue Kontakte zu teilweise gestandenen TU-Unternehmern aufbauen und pflegen konnten, die (bislang) nicht am Alumniprogramm partizipieren. Die Vermutung, dass bei den Start-ups das Alumniprogramm möglicherweise gar nicht bekannt ist, wird verstärkt durch die leicht ansteigenden Zahlen der Interessenten am Programm bei den Neugründungen der letzten Jahre.

62 Gründer und Nichtgründer nutzten zudem im Rahmen der Befragung die Möglichkeit, Wünsche zu den Angeboten und Serviceleistungen des Alumniprogramms zu äußern. Zur Sprache kamen u. a. die folgenden Anliegen:

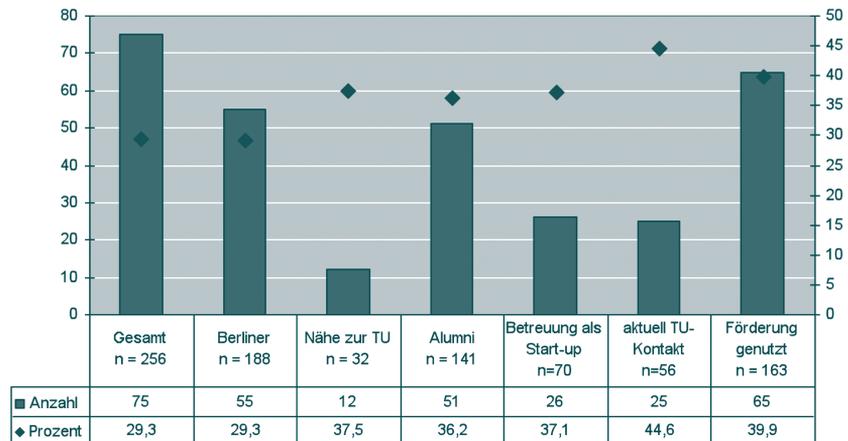
- Kontakte zu anderen Gründern, Netzwerkbildung
- Veranstaltungen und Seminare speziell für Alumni
- Bekanntmachung des eigenen Gründungsvorhabens
- Feedback geben bzgl. Lehrinhalten & Marktanforderungen
- Unterstützung bei Personalsuche
- Kooperation im Forschungsbereich
- Bibliothekszugang und Fernleihe
- Beteiligung in Projekten/Forschungsarbeit

34 Um Missverständnissen vorzubeugen, sei vorweg erwähnt, dass diesem Abschnitt zwei Fragekomplexe zugrunde liegen: Einerseits wurde erfasst, ob derzeit Interesse an einer Kooperation mit Fachgebieten/Einrichtungen der TU Berlin besteht und wenn ja, mit welchem Fachgebiet. Zu dieser Frage haben sich 75 Befragte geäußert. Andererseits wurde nach interessanten Inhalten einer Kooperation gefragt, wozu sich 128 Absolventen geäußert haben.

5.4 ERWÜNSCHTE KONTAKTE UND KOOPERATIONEN SEITENS DER TU-ABSOLVENTEN³⁴

Neben dem Interesse am Alumniprogramm haben wir uns auch grundsätzlich nach dem Interesse an Kooperationen mit Fachgebieten und Einrichtungen der TU Berlin erkundigt. Die Antworten darauf finden Sie in der folgenden Übersicht:

5.4.1 Interesse an Kooperationen mit der TU Berlin: Teilgruppen – Umfrage 2008



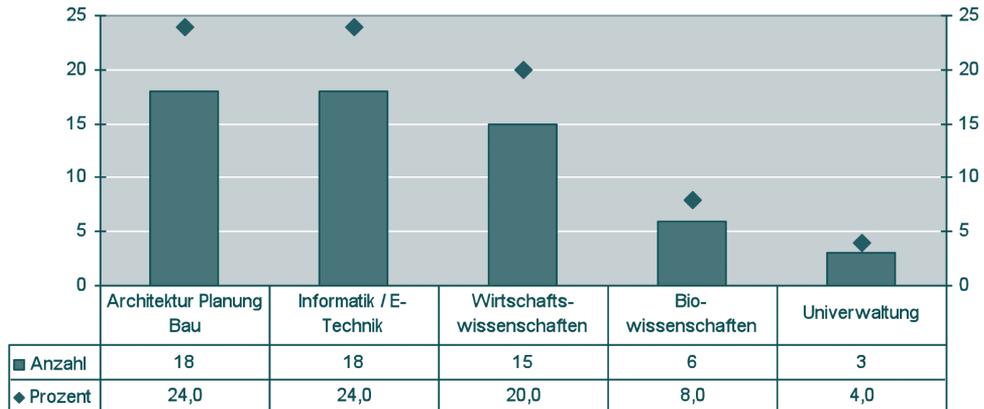
n = divergierend, siehe Angaben in der Datentabelle³⁵

- Insgesamt haben 75 TU-Absolventen Interesse an einer Kooperation geäußert, das entspricht einem knappen Drittel der Befragten.
- Das Interesse der Unternehmen mit **Sitz in Berlin** ist in dieser Hinsicht im Vergleich zum gesamten Befragungssample gleich stark ausgeprägt.
- Hingegen zeigen sowohl die Teilnehmer am **Alumniprogramm** als auch die Unternehmer, die angaben, den Firmenstandort aufgrund der **Nähe zur TU Berlin** und anderen Forschungseinrichtungen gewählt bzw. in der **Start-up Phase Betreuung** durch einen Professor und/oder Institut der TU Berlin genossen zu haben, mit reichlich 36% bzw. 37% etwas häufiger Interesse an Kooperationen. Dies ist bei diesen drei Teilgruppen umso bemerkenswerter, als dass diese Teilgruppen ja bereits überproportional häufig mit Einrichtungen der Hochschule kooperieren, wie unter Punkt 5.2 ausgeführt wurde.
- Mit knapp 45% ist das Interesse an einer Zusammenarbeit mit der TU Berlin tatsächlich gerade unter jenen Absolventen am stärksten ausgeprägt, die **aktuell Kontakte zur TU Berlin** unterhalten.
- Schließlich sind auch jene Unternehmer überdurchschnittlich häufig an Kooperationen mit ihrer Alma Mater interessiert, die selbst **Gründungsförderungsmaßnahmen** an der TU Berlin oder in der Region **in Anspruch genommen** haben. Knapp 40% dieser Teilgruppe haben ihr Interesse bekundet.

³⁵ Da keine negative Antwortmöglichkeit vorgegeben und daher nicht ersichtlich war, ob kein Interesse besteht oder diese Frage nicht beantwortet wurde, beziehen sich die Prozentangaben auf das gesamte Befragungssample von 256 Gründern und nicht auf die Anzahl der zu dieser Frage eingegangenen Antworten.

Die Befragten wurden gebeten, Fachgebiete, Einrichtungen oder Professoren, mit denen sie gerne kooperieren würden, namentlich zu nennen. Dabei konnten die folgenden Häufungen beobachtet werden, wobei einige der 75 Unternehmer bis zu drei Kooperationswünsche äußerten.

5.4.2 Interesse an Kooperationen nach Fachgebieten – Umfrage 2008



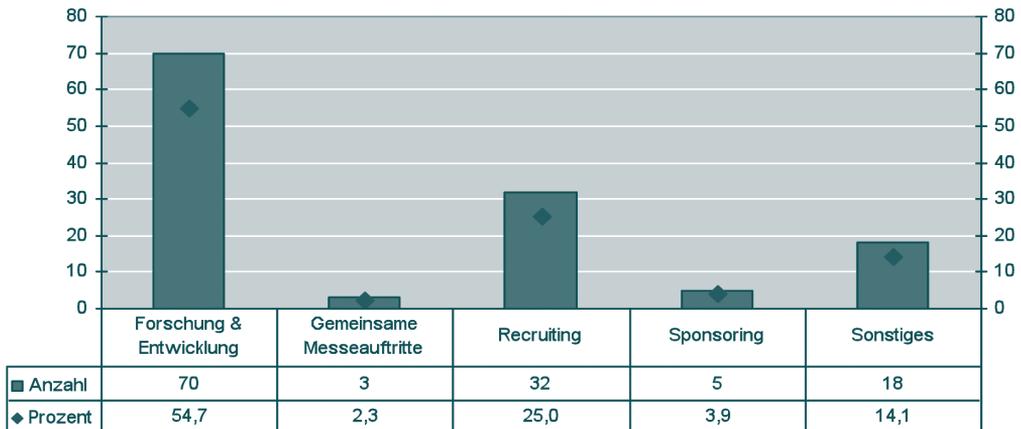
n = 75, Mehrfachnennung möglich

- Besonders häufig wird ein Interesse an Kooperationen mit Fachgebieten aus dem Bereich Architektur, Planung und Bau einerseits sowie aus der Informatik/Elektrotechnik andererseits genannt. Jeweils 18 Unternehmer, d.h. je fast ein Viertel derer, die sich grundsätzlich an einer Kooperation mit bestimmten Fachgebieten interessiert gezeigt haben, wünschen sich eine Zusammenarbeit in diesen Bereichen.
- Großes Interesse mit 15 Nennungen, d.h. exakt 20% der Befragten, besteht darüber hinaus an Kontakten zur wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.
- Interessanterweise haben auch drei Absolventen ihr Interesse an einer Zusammenarbeit mit Abteilungen der Universitätsverwaltung bekundet, nämlich je einmal mit der Abteilung Hochbau, dem Materialeinkauf und der Gründerwerkstatt. Bis auf die letzte Nennung spiegelt sich hier möglicherweise der bereits unter Punkt 4.5 Gründungsunterstützung konstatierte Wunsch der Befragten, die TU Berlin möge doch stärker als Referenz- oder Pilotkunde fördernd wirken.

- An weiteren Lehrstühlen und Instituten bekundeten nur je ein oder zwei Unternehmer Interesse.

Dass das Interesse an Kooperationen insgesamt aber möglicherweise deutlich über diesen Zahlen liegt, legen die Antworten auf eine weitere Frage nach möglichen Inhalten einer Kooperation nahe. Insgesamt haben sich 128 Absolventen und damit exakt jeder zweite für eine der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten entschieden (Mehrfachantworten waren technisch nicht möglich). Dabei konnten die folgenden Antworten verzeichnet werden:

5.4.3 Erwünschte Inhalte einer Kooperation – Umfrage 2008



n = 128

- Über 50 Prozent der 128 Gründer, die sich für eine Zusammenarbeit mit der TU Berlin interessieren, sehen Forschung und Entwicklung als interessante Inhalte einer Kooperation an.
- Jeder vierte der 128 Interessierten kann sich stattdessen eher eine Zusammenarbeit mit dem Ziel des Recruiting vorstellen.
- Nur eine sehr kleine Anzahl von fünf bzw. drei Befragten hat angegeben, sich für Kooperationen im Bereich Sponsoring bzw. für gemeinsame Messeauftritte zu interessieren.
- Weitere knapp 15 % haben sich in keiner der vorgegebenen Antwortoptionen wieder gefunden, interessieren sich demnach für andere Formen der Zusammenarbeit.

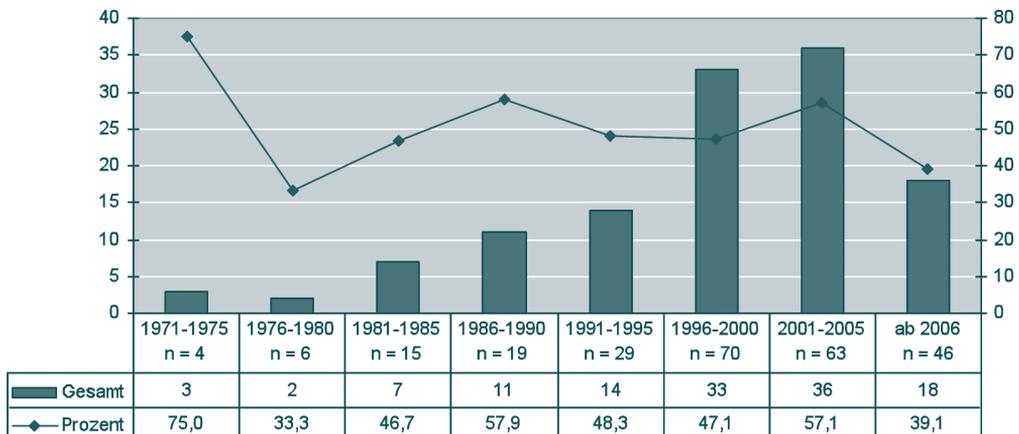
Interessant ist hier insbesondere der Vergleich zu den 75 Befragten, die Interesse an Kooperationen mit bestimmten Instituten oder Lehrstühlen geäußert haben, legt dieser doch nahe, dass sich immerhin 53 für eine Zusammenarbeit interessieren, ohne jedoch das passende Institut oder einen geeigneten Lehrstuhl benennen zu können. Hier ist offensichtlich ein Potenzial für weitere Kooperationen vorhanden, das möglicherweise durch gezielte Informationen zu den Forschungsschwerpunkten der TU Berlin gehoben werden kann.

Interessant scheint an dieser Stelle wiederum ein Blick auf das Unternehmensprofil.

- Hier ist jedoch festzuhalten, dass weder signifikante Zusammenhänge zwischen dem Interesse an Kooperationen und der **Branche** bestehen noch zwischen dem Kooperationsinteresse und dem **Umsatz 2007** bzw. der **Mitarbeiterzahl** der erfassten Unternehmen.
- Auch die **Verwertung von Forschungsergebnissen** wirkt sich nicht signifikant auf das aktuelle Interesse an Kooperationen aus.
- Die folgende Grafik beleuchtet zudem den Zusammenhang zwischen erwünschter Kooperation und Gründungsjahr, d. h. dem **Alter** der Unternehmen.

36 Da vier Unternehmer keine Angabe zum Gründungsjahr gemacht haben (siehe Punkt 3.3), konnten dieser Statistik insgesamt nur 124 und nicht alle 128 verzeichneten Antworten zugrunde gelegt werden. (siehe Punkt 3.3)

5.4.4 Interesse an Kooperationen nach Gründungsjahr – Umfrage 2008



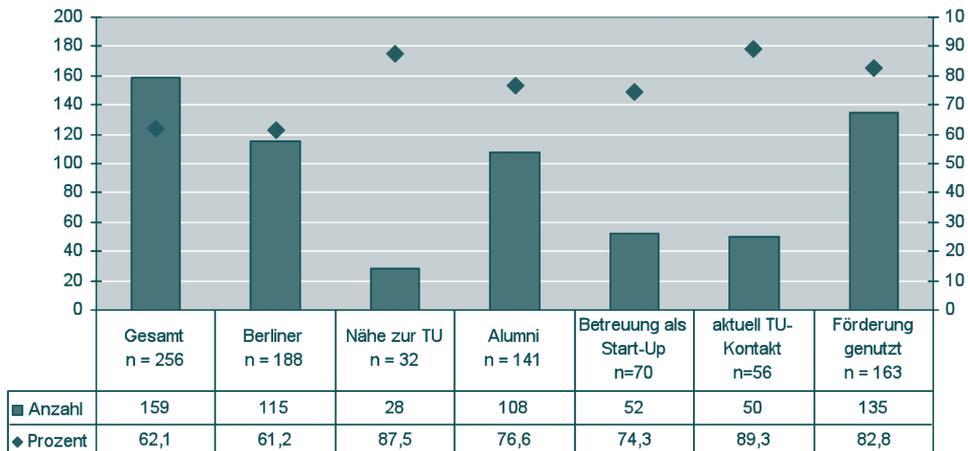
n = divergierend, siehe Angaben in der Datentabelle³⁶

- Lässt man hier wegen der geringen Zahl der Antworten die Unternehmen außer Betracht, die vor 1980 gegründet wurden, kann eine relativ gleichmäßige Verteilung des Kooperationsinteresses nach Alter der Firma festgestellt werden. Durchschnittlich äußert etwa jeder zweite Unternehmer Interesse an einer Zusammenarbeit.
- Allerdings fällt zum einen das ausgeprägte Interesse der Unternehmer ins Auge, die zwischen 1986 und 1990 bzw. zwischen 2001 und 2005 gegründet haben. Jeweils über 57 Prozent dieser Unternehmen sind grundsätzlich an Kooperationen interessiert.
- Zum anderen ist das Interesse an Kooperationen bei den Unternehmern, die erst seit 2006 am Markt agieren, mit 18 Nennungen (39%) besonders gering. Dies mag evt. darauf zurückzuführen sein, dass sich diese Firmen noch im Aufbau befinden und daher eine Zusammenarbeit in den vorgegebenen Formen als verfrüht angesehen wird.
- Andererseits ist gerade bei den letztgenannten Unternehmern die Bereitschaft, in Form von Sponsoring zu kooperieren, besonders groß. Während insgesamt – wie oben in Grafik 5.4.3 dargestellt – nur fünf Unternehmer und damit knapp 4% der Befragten Interesse am Sponsoring geäußert haben, sind es unter den seit 2006 gegründeten Unternehmen alleine drei und damit über 16%. Dieser vergleichsweise hohe Prozentsatz überrascht umso mehr, als dass diese Unternehmen ihren eigenen Aussagen zufolge besonders wenig und selten mit der TU Berlin Kontakt halten, wie oben unter Punkt 5.2 ausgeführt.
- Gleichzeitig ist bei den seit 2006 gegründeten Firmen das Interesse an einer Zusammenarbeit im Bereich Forschung und Entwicklung mit sieben Nennungen und knapp 40% im Vergleich zum gesamten Befragungssample unterproportional gegeben.
- Ein besonders großes Interesse an einer Kooperation im Bereich F + E äußerten hingegen die Unternehmen, die in der zweiten Hälfte der 80er Jahre gegründet wurden. Zehn von elf Firmen und damit über 90% waren an einer Kooperation in diesem Bereich interessiert. Auch hier liegt offensichtlich ein viel versprechendes Potenzial vor.

5.5 ANGEBOTE DER GRÜNDER ZUR FÖRDERUNG VON START-UPS

Besonders erfreulich sind die folgenden Daten, aus denen die von den Befragten geäußerte Bereitschaft zur Unterstützung von Gründungsinteressierten und Gründern der TU Berlin spricht:

5.5.1 Bereitschaft zur Unterstützung von Gründern: Teilgruppen – Umfrage 2008



n = divergierend, siehe Angaben in der Datentabelle³⁷

Erfreuliche 159 und damit über 60% der befragten 256 Unternehmer haben sich bereit erklärt, Gründer und Gründungsinteressierte der TU Berlin auf die eine oder andere Art zu unterstützen.

- Interessanterweise ist auch hier der Prozentsatz unter den **Berliner Unternehmern** nicht höher als der des gesamten Befragungssamples.
- Im Gegensatz dazu ist jedoch das in Aussicht gestellte Engagement der Unternehmer deutlich höher, die ihre Standortentscheidung unter anderem mit der **Nähe der TU Berlin** und anderen Forschungseinrichtungen begründet haben. Knapp 88% dieser Absolventen offerieren, bei der Förderung zukünftiger Gründer und Gründungsinteressierter der TU Berlin mitzuwirken.
- Auch unter den 141 registrierten **Alumni** ist eine größere Bereitschaft gegeben, sich diesbezüglich einzubringen. Mehr als drei von vier Alumni bieten Unterstützung für Gründungswillige an.

³⁷ Da keine negative Antwortmöglichkeit vorgegeben und daher nicht ersichtlich war, ob keine Bereitschaft besteht oder diese Frage nicht beantwortet wurde, beziehen sich die Prozentangaben auf das gesamte Befragungssample von 256 Gründern und nicht auf die Anzahl der zu dieser Frage eingegangenen Antworten.

- Ähnlich hoch ist mit reichlich 74% die Bereitschaft der Unternehmer, die in ihrer **Start-up Phase** durch einen Professor und/oder ein Institut der TU Berlin **betreut** wurden.
- Schließlich zeigen sich Unternehmer, die **aktuell Kontakte** zur TU Berlin unterhalten mit knapp 90% sowie jene Absolventen, die selbst **Gründungsunterstützungsangebote in Anspruch** genommen haben mit fast 83% überproportional häufig bereit, Angebote für angehende Gründer zu unterbreiten und damit zukünftigen Gründungsinteressierten den Weg in die berufliche Selbstständigkeit auf die eine oder andere Art und Weise zu ebnen.

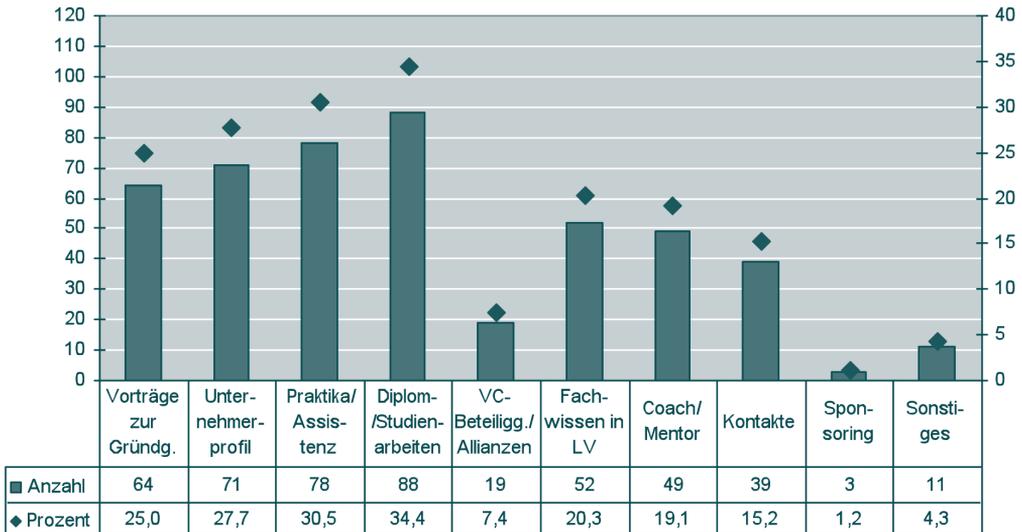
Unabhängig von der oben dargestellten Grafik haben wir auch die Bereitschaft zur Unterstützung von Gründern in Abhängigkeit vom Unternehmensprofil untersucht. Dabei ist folgendes festzuhalten:

- Unternehmer, deren Geschäftsidee auf der **Verwertung von Forschungsergebnissen** beruht, sind mit 35 von 42 Nennungen (83%) auffallend häufig bereit, zukünftige Gründer zu unterstützen.
- Lässt man die **Branchen** mit einer Fallzahl von unter fünf Unternehmen außer Betracht, verbleiben die Unternehmen in den Branchen der Biotechnologie (fünf von fünf Unternehmen) und der Umwelt (sechs von sechs Unternehmen) als besonders offen für die Unterstützung von Gründern. Auch Firmen in den Bereichen Consulting (32 von 40 Firmen), Verkehr (vier von fünf Unternehmen) sowie im Handel (sechs von sieben Firmen) bzw. in der Internetbranche (12 von 14 Firmen) zeigen mit jeweils 80% bzw. 85% eine überdurchschnittlich große Bereitschaft, sich im Gründungskontext zu engagieren. Besonders niedrig mit je 57% hingegen ist der Prozentsatz einerseits bei den Architekten und Planern, wo nur 16 von 28 Unternehmen ihre Unterstützung anbieten, andererseits in der Maschinenbau – und Fahrzeugbranche mit vier von sieben Unternehmen.
- Hinsichtlich des **Alters** sind weniger Auffälligkeiten zu beobachten. Lediglich die Unternehmer, die in den Jahren 2001 bis 2005 gegründet haben, offerieren mit 70% (44 von 63 Befragte) etwas mehr Unterstützungsangebote. Hingegen sind Gründer, die in und nach 2006 den Weg in die Selbstständigkeit eingeschlagen haben, mit 52% (24 von 46) besonders zurückhaltend in ihrem Engagement.

- Zwischen dem Angebot der Gründer zur Förderung neuer Start-ups und dem **Umsatz 2007** besteht kein signifikanter Zusammenhang. Das gleiche gilt für die **Anzahl der Mitarbeiter 2007**.

Im Detail werden von den Befragten Unterstützungsangebote in den folgenden, durch die Befragung vorgegebenen Formen unterbreitet:

5.5.2 Konkrete Angebote zur Unterstützung von Gründern – Umfrage 2008



n=256³⁸, Mehrfachantworten möglich

³⁸ Da keine negative Antwortmöglichkeit vorgegeben und daher nicht ersichtlich war, ob kein Interesse besteht oder diese Frage nicht beantwortet wurde, beziehen sich die Prozentangaben in dieser Grafik auf das gesamte Befragungssample und nicht auf die Anzahl der eingegangenen Antworten.

- Mehr als jeder dritte aller 256 befragten Unternehmer ist bereit, **Diplom- und Studienarbeiten** anzubieten. Ein knappes Drittel kann sich zudem vorstellen, **Praktika und Assistenzen** zu vermitteln. Offensichtlich sehen die Befragten hier eine mögliche Win-Win-Situation für beide Seiten, die es im Interesse des seitens der TU Berlin und gesellschaftlich erwünschten Technologietransfers weiter auszubauen gilt.
- Übertrendend ist ferner die Bereitwilligkeit, die eigenen Fachkenntnisse bzw. **Erfahrungen als Gründer** und Unternehmer weiterzugeben. Jeweils etwa jeder vierte Befragte zeigt sich offen, in Vorträgen bzw. in Form eines Unternehmensprofils auf der Website oder im

Rahmen der Wanderausstellung »Profil zeigen« Einblicke in sein Unternehmen zu gewähren und Gründerwissen aus erster Hand weiterzugeben.

- Jeweils etwa jeder Fünfte ist zudem bereit, in Lehrveranstaltungen Fachwissen zu vermitteln bzw. als Coach, Berater oder Mentor jungen Gründern auf dem Weg in die Selbstständigkeit zur Seite zu stehen.

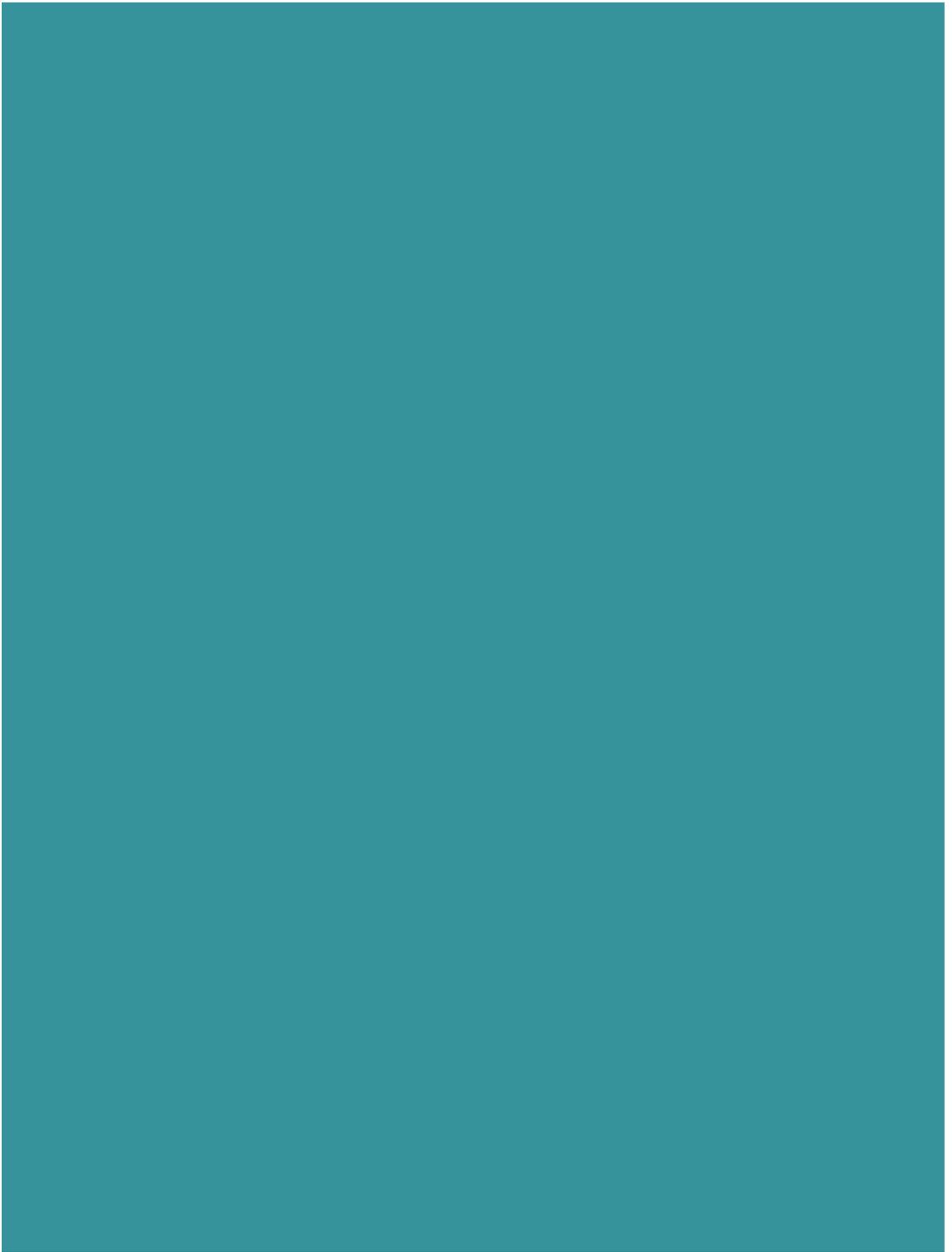
Dabei reicht die Spannbreite der genannten Themenschwerpunkte zur **Vermittlung von Fachwissen in Lehrveranstaltungen** von Angewandter Geophysik, über Entrepreneurship, Gartendenkmalpflege, Networking als Schlüssel für den Erfolg, Prozessoptimierung bis hin zum Wettbewerbsmanagement in Architektur und Städtebau, um nur einige zu nennen.

Auch im Bereich **Coaching, Beratung und Mentoring** decken die Angebote der Absolventen ein beeindruckend großes Spektrum ab: angefangen von Architektur, über Controlling, Führungskompetenz und Begleitung von Veränderungsprozessen bis hin zu Marketing, Strategie und Unternehmensführung.

- Auffallend ist die insgesamt geringe Bereitschaft, finanzielle Unterstützung zu leisten, sei es gegenüber zukünftigen Gründern durch die Ermöglichung von **VC-Beteiligung** bzw. strategische Allianzen, die sich immerhin noch 19 Befragte vorstellen können oder in Form von **Sponsoring** für den Gründungsservice, zu dem sich drei Unternehmer bereit erklärten.

Die Ergebnisse in diesem Kapitel haben eindrücklich unter Beweis gestellt, dass im Grunde genommen alle Formen von Kontakten und Kooperationen zwischen den Gründern und der TU Berlin Früchte tragen. Während sich die Werte der Berliner Unternehmen durchgängig kaum von denen des Gesamtbefragungssamples unterscheiden, ist bei den Unternehmen, die in irgendeiner Form betreut wurden oder werden, überproportional häufig eine Verbindung zur bzw. ein größeres Interesse an der TU Berlin gegeben. Dort setzen wir gerne weiterhin an.

Jede Form von angebotener Unterstützung ist wichtig, denn die Sensibilisierung für und Förderung von Entrepreneurship an der TU Berlin kann nicht früh genug beginnen und kaum wirkungsvoller geschehen als durch gestandene Unternehmer.



Verzeichnis der Grafiken und Übersichten

- 2.2 Themenbereiche der Befragung
- 2.3 Rücklauf der Befragungen 2001–2009

- 3.1.1 Aktueller Unternehmensstandort – Umfrage 2008
- 3.1.2 Gründe für die Standortwahl – Umfrage 2008
- 3.2.1 Verteilung nach Branchen – Umfrage 2008
- 3.2.2 Verteilung nach Branchen – Umfragen 2001 bis 2008
- 3.2.3 Verteilung der Hauptgeschäftsfelder – Umfrage 2008
- 3.3.1 Verteilung nach Gründungsjahr – Umfrage 2008
- 3.3.2a Gründungsjahr und Branchen – Umfragen 2001 bis 2008
- 3.3.2b Gründungsjahr und Branchen – Umfragen 2001 bis 2008
- 3.4 Übersicht über die gewählte Gesellschaftsform – Umfrage 2008
- 3.5 Kapitalbedarf in Tsd. Euro im ersten Jahr nach Gründung – Umfrage 2008
- 3.6.1 Arbeitsplätze – Umfrage 2008
- 3.6.2 Größe der Unternehmen nach Arbeitsplätzen – Umfrage 2008
- 3.6.3 Arbeitsplätze im Bezug zur Branche – Umfrage 2008
- 3.6.4 Arbeitsplätze 2007 im Bezug zum Gründungsjahr – Umfrage 2008
- 3.6.5 Hochrechnung Arbeitsplätze 2008 – Umfrage 2008 plus Umfrage 2005
- 3.7.1 Umsatzklassen 2005 bis 2007 in Tsd. Euro – Umfrage 2008
- 3.7.2 Kumulierte Umsätze 2005 bis 2007 in Tsd. Euro – Umfrage 2008
- 3.7.3 a Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro im Bezug zur Branche – Umfrage 2008
- 3.7.3 b Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro im Bezug zur Branche – Umfrage 2008
- 3.7.4 Durchschnittliche Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro in Bezug zum Gründungsjahr – Umfrage 2008
- 3.7.5 Umsatzklassen 2007 in Tsd. Euro in Bezug zum Gründungsjahr – Umfrage 2008
- 3.7.6 Hochrechnung Umsatz 2007 in Tsd. Euro – Umfrage 2008 plus Umfrage 2005
- 3.8.1 Erwirtschaftung von Gewinnen – Umfrage 2008
- 3.8.2 Geplante Erwirtschaftung von Gewinn – Umfrage 2008
- 3.9.1 Verwertung von Forschungsergebnissen im Rahmen der Gründung – Umfrage 2008
- 3.9.2 Form der Verwertung von Forschungsergebnissen – Umfrage 2008
- 3.10 Unternehmen im Besitz des Gründers – Umfrage 2008
- 4.1.1 Größe des Gründungsteams – Umfrage 2008

- 4.1.2 Geschlecht der Gründer und Nichtgründer – Umfrage 2008
- 4.1.3 Fächerspektrum und Studierendenstatistik der TU Berlin
- 4.1.4 Fachlicher Hintergrund der Gründer – Umfrage 2008
- 4.1.5 Beruflicher Status der Gründer zum Gründungszeitpunkt – Umfrage 2008
- 4.1.6 Funktion im Unternehmen heute – Umfrage 2008
- 4.1.7 a Studienabschlussjahr – klassifiziert – Umfrage 2008
- 4.1.7 b Studienabschlussjahr – detailliert 2001 bis 2008 – Umfrage 2008
- 4.2.1 Gründungsmotivation – Umfrage 2008
- 4.2.2 Persönliche Gründe als Kern der Gründungsmotivation – Umfrage 2008
- 4.2.3 Externe Anstöße als Kern der Gründungsmotivation – Umfrage 2008
- 4.3.1 Kontakt zum Thema Gründung – Umfrage 2008
- 4.3.2 Ort des Kontaktes mit dem Thema Gründung – Umfrage 2008
- 4.3.3 Berührung mit dem Thema Gründung an der TU Berlin – Umfrage 2008
- 4.3.4 Berührung mit dem Thema Gründung in der Region – Umfrage 2008
- 4.4.1 Zeitpunkt und Kontext des Entstehens der Gründungsidee – Umfrage 2008
- 4.4.2 Gründungsideen, die auf die Zeit des Studiums zurückgehen – Umfrage 2008
- 4.4.3 Gründungsideen, die als wiss. Mitarbeiter entstanden sind – Umfrage 2008
- 4.5.1 Gründungsunterstützung: Finanzielle Unterstützung – Umfrage 2008
- 4.5.2 Gründungsunterstützung: Beratung/Coaching – Umfrage 2008
- 4.5.3 Gründungsunterstützung: Trainings/Vorträge – Umfrage 2008
- 4.5.4 Gründungsunterstützung: Kontakte und Kooperationen – Umfrage 2008
- 4.5.5 Gründungsunterstützung: Sonstiges – Umfrage 2008
- 4.8.1 Aktueller beruflicher Status der Gründungsinteressierten – Umfrage 2008

- 5.1.1 Betreuung als Start-up durch Professor bzw. Institut –
Umfrage 2008
- 5.1.2 Betreuung als Start-up: Teilgruppen – Umfrage 2008
- 5.2.1 Aktuelle Kontakte zur TU Berlin – Umfrage 2008
- 5.2.2 Aktuelle Kontakte zur TU Berlin: Teilgruppen – Umfrage 2008
- 5.3.1 Teilnahme am Alumniprogramm: Gründer und Nichtgründer –
Umfrage 2008
- 5.3.2 Teilnahme am Alumniprogramm: Gründer Teilgruppen –
Umfrage 2008
- 5.4.1 Interesse an Kooperationen mit der TU Berlin: Teilgruppen –
Umfrage 2008
- 5.4.2 Interesse an Kooperationen nach Fachgebieten – Umfrage 2008
- 5.4.3 Erwünschte Inhalte einer Kooperation – Umfrage 2008
- 5.4.4 Interesse an Kooperationen nach Gründungsjahr – Umfrage 2008
- 5.5.1 Bereitschaft zur Unterstützung von Gründern: Teilgruppen –
Umfrage 2008
- 5.5.2 Konkrete Angebote zur Unterstützung von Gründern –
Umfrage 2008

Literaturverzeichnis

- Brixy, U. / Hessels, J. / Hundt, C. / Sternberg, R. / Stüber, H. (2009): Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründung im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2008. Hannover / Nürnberg.
- Brockhoff, K. / Tscheulin, D. (2001): Studentische Einstellung zum Unternehmertum, in: ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Heft 3, 345–350.
- Egeln, J. / Gottschalk, S. / Rammer, C. / Spielkamp, A. (2003): Spinoff-Gründungen aus der öffentlichen Forschung in Deutschland. Baden-Baden.
- Gansel, B. B. / Raith, M. / Wilker, H. (2005): »Die Hochschule als regionaler Impulsgeber für Unternehmensgründungen – Eine empirische Untersuchung des Technologietransfers der Universität Magdeburg von 1990 bis 2004«, in: E. J. Schwarz und R. Harms (eds.), Integriertes Ideenmanagement: Betriebliche und überbetriebliche Aspekte unter besonderer Berücksichtigung kleiner und junger Unternehmen. Wiesbaden.
- Görisch, J. / Kulicke, M. / Bruns, R. W. / Stahlecker, T. (2002): Studierende und Selbstständigkeit. Ergebnisse der EXIST-Studierendenbefragung Wintersemester 2000 / 2001. Bonn.
- Holi, M. / Franklin, R. / Hugo, E. / Lapinski, J. (2007). An Analysis of the UK University Technology and Knowledge Transfer Activities. Cambridge.
- Josten, M. / van Elkan, M. / Laux, J. / Thomm, M. (2008): Gründungspotenziale bei Studierenden. Zentrale Ergebnisse der Studierendenbefragung an 37 deutschen Hochschulen. Bonn / Berlin.
- Karnebeek, A. J. (2001): Spin-offs and the University of Twente. Sixteen years of experience in incubating start-ups. Enschede.
- Kohn, K. / Spengler, H. (2008): KfW-Gründungsmonitor 2008. Untersuchung zur Entwicklung von Gründungen im Voll- und Nebenerwerb. Frankfurt / Main.
- Kulicke, M. / Schleinkofer, M. (2008): Wirkungen von EXIST-SEED aus Sicht von Geförderten. Ergebnisse einer Befragung im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung von EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Stuttgart
- Lawton Smith, H. / Ho, K. W. (2006): »Measuring the performance of Oxfordshire's spin-off companies«, in: Research Policy, Heft 35(10), 1554–1568.
- Lechler, T. / Gemünden, H. (2003): Gründerteams – Chancen und Risiken für den Unternehmenserfolg. Heidelberg.
- Lilischkis, S. (2001): Förderung von Unternehmensgründungen aus Hochschulen. Eine Fallstudie der University of Washington (Seattle) und der Ruhr-Universität Bochum. Lohmar-Köln.
- Oskarsson, I. / Schläpfer, A. (2008): »The Performance of Spin-off companies at the Swiss Federal Institute of Technology (ETH) Zurich«. Zürich.
- Otten, C. (2000): Einflussfaktoren auf nascent entrepreneurs an Kölner Hochschulen. Köln.
- Schmude, J. / Heumann, S. (2007): Vom Studenten zum Unternehmer. Welche Universität bietet die besten Chancen? Ranking 2007. Regensburg.

- Schmude, J./Uebelacker, S. (2005): Vom Studenten zum Unternehmer: Welche Universität bietet die besten Chancen? Ranking 2005. Regensburg.
- Shane, S. (2004): Academic Entrepreneurship – University Spinoffs and Wealth Creation. Cheltenham.
- Sternberg, R./Bergmann, H. (2003): Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2002. Köln.
- Uebelacker, S. (2005): Gründungsausbildung. Entrepreneurship Education an deutschen Hochschulen und ihre raumrelevanten Strukturen, Inhalte und Effekte. Wiesbaden.
- Welter, F./Bergmann, H. (2002): »Nascent Entrepreneurs« in Deutschland«, in: J.Schmude und R.Leiner (eds.), Unternehmensgründungen – Interdisziplinäre Beiträge zum Entrepreneurship Research. Heidelberg, 33–62.

Abkürzungsverzeichnis

BMWi	Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie
BMBF	Bundesministeriums für Bildung und Forschung
EG	Einzelgründer
G	Gründer
NG	Nichtgründer, Gründungsinteressierter
TG	Teamgründer
TN	Teilnahme

Liste der Unternehmen

[phase eins].
 100Landschaftsarchitektur
 4flow AG
 A. Komm-analoge Studiotechnik
 a.v.e. GmbH
 aap Implantate AG
 ABITZ.COM GmbH
 act! consulting GmbH
 adisoft systems GmbH & Co. KG
 aem-GmbH
 aeroix
 AI:Aerospace-Institut
 Akustikberatung Wiemers
 allmaxx.de - merconic GmbH
 Ampere AG
 ANCOS Steuerungstechnik GmbH
 Aperto AG
 Apimiel GmbH
 Architektur Daniela Himburg
 Architekturbüro L. Malsch
 aristos ENGINEERING SERVICES
 arteFakt Handelsagentur GmbH
 ASKUS Engineering GmbH
 atesio GmbH
 audalis NOTAX GmbH WPG / StBG
 audalis Schick Struß & Kolleg
 AZZURRO Semiconductors AG
 B W Engineering
 BBI Schmitz + Müller
 bblogs.de
 bbzl böhm benfer zahiri
 BEACHFACTORY Berlin
 GmbH & Co.
 Bentele & Lauterbach GbR
 BEO MedConsulting Berlin GmbH
 Berkem Plast
 Berlin Cert GmbH
 Bertsch Architekten
 Betreuungsbüro Klier
 Biotronix GmbH
 BLS Preclinical Services eK
 BTC – Liemandt
 Burmester Audiosysteme GmbH
 büro arne mittig
 Büro Baumeister
 Büro für Raumkultur
 CADBAS GmbH
 CAP Consulting GmbH
 casanouri GmbH
 CD Informatik GmbH
 celares GmbH
 Celon AG medical instruments
 centerra AG
 CFX Berlin Software GmbH
 China Schatzschiff GmbH
 choice GmbH
 Christian Becker CTC
 Christoph Miethke GmbH & Co. KG
 Clasoft GmbH
 competitionline GmbH
 componeo GmbH
 Condat AG
 ConiuGo GmbH
 Consulting Mrs. Dr. Chin-Yu Ro
 CONTECS engineering serv GmbH
 CryoSnow GmbH
 cTe – Berater Ingenieur
 data in transit
 DE Druck Europa GmbH
 desiplan associates
 Die Gaertner
 dip-tech
 DOS GmbH
 DPSPECIALISTS Digitale Audio
 Dr. Breithaupt GmbH
 Dr. Dirk Blunk Verlag und Vers
 Dr. Männer und Partner
 Dr. Mario Glanz
 Dr. Will & Partner Grundstücks-
 gesellschaft mbH
 Dr. Valentin EnergieSoftware Gm
 EKTECH Köhler GmbH
 Elektro-Doc
 Elf und Adler Verlag
 emfiles
 enprobe GmbH
 Escon GmbH
 EUCUSA GmbH

f&h engineering services ltd	itbuero gerths
FEMTEC GmbH	ITG ITGEOLOGIE
fermtec GmbH	JBS Elektronik
First Sensor Technology GmbH	Josef Lang Business Consulting
Fissler.Ernst.Architekten	Kai Hansen Architekten
Folz Gleitlagertechnik GmbH	KaiserRudolph
Free Form	Kapella Baustoffe GmbH
Friedag Consult	KLIMAKONZEPT Ing. GbR
FRIENDSHIP CONSULTING GmbH	Kompetenz die bewegt-Anke Giller
GAI NetConsult GmbH	Kupsch Gewerbeimmobilien GmbH
GameDuell GmbH	Kußmack Lichtektur
Gertz Gutsche Rümenapp GbR	Laser Animation GmbH
getemed AG	Lay Tec GmbH
GfL – Gesellschaft für Luftverkehrsforschung	Leadership Performance Group [LP]
GGL GmbH	Lernzirkel Dahlem
Globe City Studio GmbH	LichtVision GmbH
Gramberg & Vogel	Liebscher-Tauber und Tauber
griesche engineering	lorenz + partner
GSP Sprachtechnologie GmbH	LUFTBILD Brandenburg GmbH
Gesellschaft für elektronische Sprachsysteme mbH	Lumics GmbH
Gustav A. Sehrndt Beratung	m2c Matthias Hemmleb / Martin Ritter GbR
GUT Zertifizierungsges. mbH	Macchine Per Caffe Ltd.
HANSKNAPP Architekten	management in motion
Hatice Sayin & Gürsel Sayin Gbr	Mänz und Krauß
Heiko Engel – freischaffender Architekt	Maritime Telematics Engineering GmbH
HFC Human-Factors-Consult GmbH	McKinsey & Company, Inc.
HSL IT Service BB GmbH	me4dia – GmbH
Hydrogeit Verlag	Mediber GmbH
i2s GmbH	metatraining
IAT Ingenieurgesellschaft für Automobiltechnik mbh	MicroEnergy International
IAV GmbH Ingenieurgesellschaft Auto und Verkehr	Micromedia GmbH
idalab GmbH	Mitracon GmbH
imc Meßsysteme GmbH	MMK GmbH
Ing. Büro Dr. Fechter GmbH	Navtec GmbH
Ing. Büro Gronowski	neofonie – Technologie- entwicklung und Informations- management GmbH
Ingenieurbüro Dieter Büttner	-Nie gesehene Gärten-
Ingenieurbüro Scheer GmbH	Optik Kutter GmbH
Innodate	Orbi-Tech GmbH
Institut für Traumatherapie	OrganoBalance GmbH
Intranetz GmbH	Pahl IndustrieSoftware
IT Power Consultants	PASOS
	Peanutz Architekten

Pearlfection GmbH	tecneos software-engineering Ltd&Co.KG
Pellet Point	TeKa
Pentacom GmbH	Teles AG
Peritor GmbH	think-cell Software GmbH
PHORMS Management AG	Thomas Hillig Architekt
PINNOW & Partner GmbH	TIGRIS Elektronik GmbH
Pintus Media+ sience	TingDeDong GmbH
plan a	tolina GmbH
Planungsbüro Tscherner	TOMM+C
Praxis für Hypnotherapie	Topstar Limousines
PRC Krochmann	trommsdorff + drüner GmbH
probicon GmbH	u.e.c. Berlin GmbH
procedera consult gmbh	u2t Photonics AG
ProConSol	Ulysea S.L.
Projekt iTosa	Umweltbüro Dipl.-Ing. Mulisch GmbH
Promess Gesellschaft für produktionstechn. Messen mbH	Umweltconsulting Dr. Hoffmann
Pumacy Technologies AG	UV Software
QCT-Qualt.manag. Con. Tittel	VIA Beratende Ingenieure
Radic Research	VIARDI Interactive
Rahming GmbH	Visality Consulting GmbH
RATNA BERATUNG	Vistac GmbH
Rotrob	Wallmeyer von Wangenheim
RS-MET	WeFa GmbH
RTG Aero-Hydraulic Inc.	wega Informatik
SARROS GmbH	WeltWeitBau – Ingenieurs- gesellschaft f. angewandte Bauinformatik mbH
Schäfer & Mühr GbR	Werk5 Mangold Helmer GmbH
Schulz EDV-Strategien GmbH	WFP LandschaftsArchitekten
Semtation GmbH	Windsens GmbH
SIMACON Engineer GmbH	Witschurke Architekten
SOFHA GmbH	WTM ENGINEERS BERLIN GmbH
SOLARC GmbH	xx-well.com AG
SolarWerk GmbH	
Specs USA Corp	
status [C] Unternehmensberatung GmbH & Co. KG	
Sté IMAN	
Stiftung OTA-Tanyildiz	
Studio Ü	
SuitCase GmbH	
SunCoal Industries GmbH	
Tanzschule Traumtänzer	
Team Red Networks KG – Das Netzwerk selbstständiger Spezialisten	Diese Liste beinhaltet alle Unter- nehmen, deren Firmennamen uns aus der Befragung bekannt sind.

Liste der recherchierten Unternehmen

143

abastrial GmbH
Architekturbüro Maedebach, Redeleit & Partner
arthesia AG
AVM Computersysteme Vertriebs GmbH & Co. KG
BIOTECON Diagnostics GmbH
Clina GmbH
Dr. Fechter GmbH
Dr. Valentin EnergieSoftware GmbH
Feddersen Architekten
HiSolution AG
idealo Internet GmbH
ILA GmbH
Ing.-Büro Axel C. Rahn GmbH
IVU Traffic Technologies AG
Kahlfeldt Architekten
Kienbaum Consultants International GmbH
Körber GmbH Präzisionstechnik
LAR Process Analysers AG
LMTB Laser- und Medizin-Technologie gGmbH
Nanotron Technologies GmbH
PACE Aerospace Engineering and Information Technology GmbH
Privatbrauerei Jacob Stauder GmbH & Co. KG
PROGEO Holding AG
QMC Unternehmensberatung GmbH
Quo Connect Unternehmensentwicklung GmbH
Sulfurcell Solartechnik GmbH
Vis-à-pix GmbH

HERAUSGEBER

TU Berlin | Gründungsservice
Hardenbergstr. 36a
10623 Berlin
www.gruendung.tu-berlin.de



.....
AUTORINNEN

Uta Kirchner, Agnes von Matuschka
.....

KOOPERATION

Nationales und Internationales Alumniprogramm
der TU Berlin
Lehrstuhl für Entrepreneurship und
Innovationsmanagement der TU Berlin
.....

UNTERSTÜTZUNG BEI DER DATENERHEBUNG

Myriam Fricke
.....

GESTALTUNG

© sans-serif, Berlin | www.sans-serif.de
.....

DRUCK

Medialis, Berlin | www.sans-serif.de
.....

VERLAG

Universitätsverlag der TU Berlin
www.univerlag.tu-berlin.de
.....

ISBN-Nr. 987-3-7983-2171-7

Dezember 2009, Schutzgebühr 15 Euro