

IAB-Kurzbericht

10/2015

Aktuelle Analysen aus dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

In aller Kürze

■ Unternehmensgründungen sind nach wie vor eine männliche Domäne. Frauen gründen in fast allen europäischen Ländern seltener als Männer. Das gilt auch für Deutschland, wo die durchschnittliche Gründungsquote der 18- bis 64-jährigen Männer zuletzt bei 6,5 Prozent lag, die der Frauen bei lediglich 4 Prozent. Ein Trend zur Angleichung der beiden Quoten ist über die Zeit nicht zu erkennen.

■ Männer geben häufiger als Frauen an, dass sie sich aus klassischen Motiven wie dem Wunsch nach Unabhängigkeit, Selbstverwirklichung und hohem Einkommen selbstständig machen. Viele Gründerinnen, vor allem in Ostdeutschland, würden dagegen eine abhängige Beschäftigung bevorzugen, wenn sie denn eine geeignete Stelle fänden.

■ Generell unterscheiden sich Männer und Frauen bereits bei der Einschätzung ihrer Fähigkeiten, die sie für eine Gründung als notwendig erachten. Fast die Hälfte der befragten Männer in Deutschland ist sich sicher, über die nötigen Kenntnisse zu verfügen, aber nur ein Drittel der Frauen hat diese Überzeugung.

■ Darüber hinaus existieren auffallende Unterschiede zwischen den Gründungsaktivitäten west- und ostdeutscher Frauen. Diese lassen sich zumindest teilweise durch den historisch bedingten Mangel an unternehmerischen Vorbildern in Ostdeutschland sowie den dort hohen Anteil ländlicher Regionen erklären.

Selbstständigkeit in Ost- und Westdeutschland

Gründungen sind selten Frauensache

von Udo Brix, Rolf Sternberg und Arne Vorderwülbecke

Unternehmensgründungen sind eine wichtige Quelle des wirtschaftlichen Wachstums. Gerade in ökonomisch hochentwickelten Staaten spielen Neugründungen eine bedeutende Rolle für die kommerzielle Verwertung von Innovationen. Damit wird die Produktivität positiv beeinflusst und der strukturelle Wandel befördert. Deshalb ist es nicht trivial, wenn Frauen unter den Gründern dauerhaft unterrepräsentiert sind. Abgesehen von nicht ausgeschöpften persönlichen Entwicklungschancen verzichten Volkswirtschaften dadurch auf unternehmerische Potenziale.

Dennoch ist genau dies der Befund vieler Studien aus unterschiedlichen Ländern: Frauen sind seltener als Männer am Aufbau eines Unternehmens beteiligt. Auch die jüngste Befragung im Rahmen des weltweit stattfindenden „Global Entrepreneurship

Monitors“ (GEM, vgl. Infokasten auf Seite 6) bestätigt diese Ergebnisse. Der GEM hat es sich zum Ziel gesetzt, unternehmerische Aktivitäten weltweit in vergleichbarer Weise zu erheben. Im Jahr 2014 haben sich 70 Länder an der Befragung beteiligt, sie repräsentieren über 70 Prozent der Weltbevölkerung. In enger Kooperation wurden so weltweit über 206.000 Interviews geführt, davon 4.311 in Deutschland.

Die Auswertung der Interviews zeigt erneut, dass – mit Ausnahme der Schweiz – in allen europäischen GEM-Ländern Frauen seltener gründen als Männer (vgl. Abbildung 1 auf Seite 2). Dargestellt ist ein Maß, welches im GEM seit Langem als wichtiger Indikator für aktuelle Gründungsaktivitäten erhoben wird: die „Total Early-Stage Entrepreneurial Activities“ (TEA). Mit dieser Kennziffer werden zum einen Personen erfasst, die gerade dabei sind, ein Unterneh-



Leibniz Universität Hannover

Institut für Wirtschafts-
und Kulturgeographie



men zu gründen, zum anderen jene, die während der vergangenen dreieinhalb Jahre ein Unternehmen gegründet haben. Die Anzahl dieser Personen wird dann auf alle Personen im Alter von 18 bis unter 65 Jahren bezogen. Die TEA-Quote zeigt also den prozentualen Anteil der erwerbsfähigen Bevölkerung, der gerade dabei ist zu gründen oder dies in jüngerer Zeit getan hat. Gegenüber einer Selbstständigenquote hat dieses Maß den Vorteil, etwas über die aktuellen Gründungsaktivitäten auszusagen, während der Anteil Selbstständiger in einer Gesellschaft auch frühere Strukturen und Präferenzen widerspiegelt.

Das Ausmaß der Gründungsaktivitäten hängt von einer Vielzahl wirtschaftlicher und sozialer Gegebenheiten ab, z. B. vom ökonomischen Entwicklungs-

stand, dem Funktionieren der Arbeitsmärkte, aber auch von gesellschaftlichen Normen und – vor allem in Bezug auf Frauen – von typischen Rollenmustern.

Auch in Deutschland gründen Frauen seltener als Männer

Wie aus **Abbildung 1** deutlich wird, bildet Deutschland im europäischen Vergleich keine Ausnahme: Auch hierzulande gründen Frauen (TEA 2014: 4,0 %) deutlich seltener als Männer (6,5 %) ein Unternehmen. In **Abbildung 2** ist die Entwicklung der geschlechtsspezifischen Quote während der vergangenen sechs Jahre wiedergegeben, also von Beginn der globalen Finanzkrise bis heute.

Die schwere Krise der Jahre 2008/2009 führte auch in Deutschland zu einem starken wirtschaftlichen Einbruch, dem stärksten seit Bestehen der Bundesrepublik. Zu Beginn der Krise war nicht abzusehen, dass die Erholung hierzulande bereits ein Jahr später wieder einsetzen würde. Schon im Jahr 2010 wuchs die deutsche Wirtschaft im Vergleich zum Vorjahr um 4,4 Prozent.

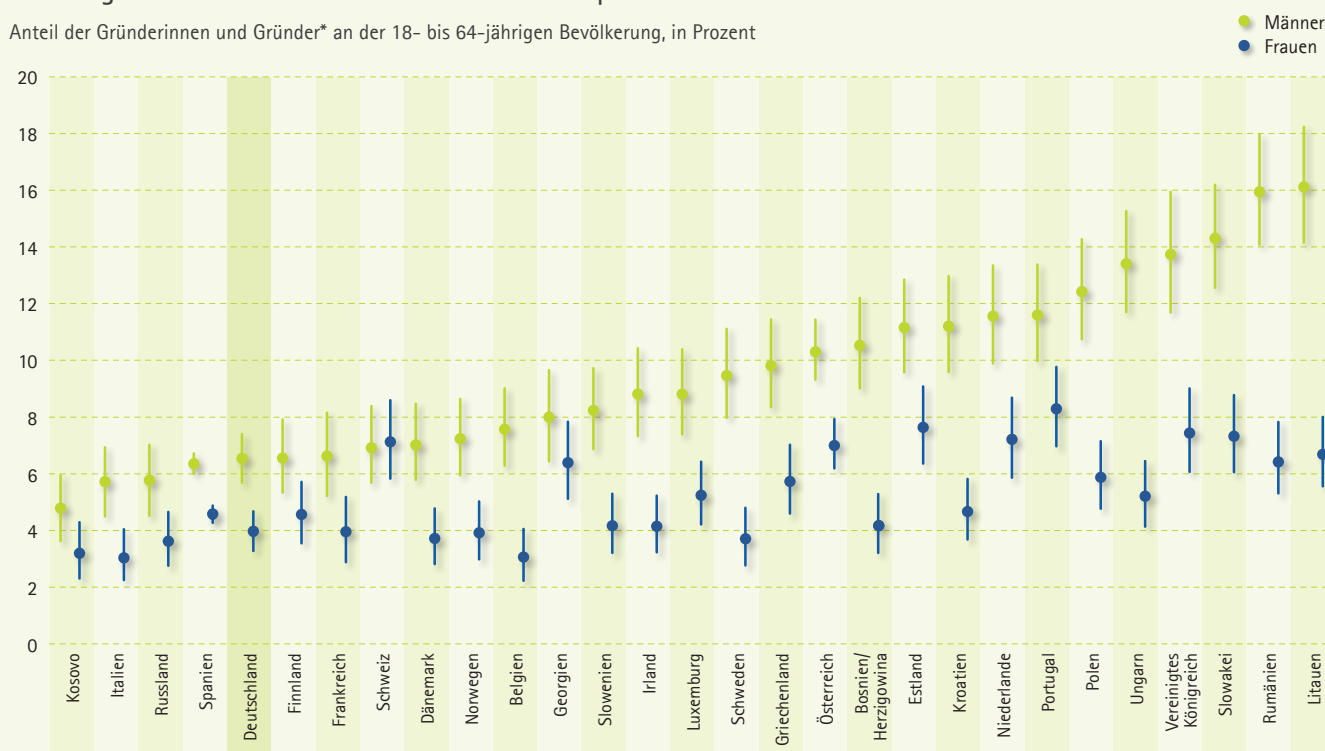
i Konfidenzintervall und Signifikanz in den Abbildungen

Die vertikalen Linien in den Grafiken markieren den Bereich, in dem sich der Mittelwert der Grundgesamtheit (blaue und grüne Punkte) mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % befindet (95%-Konfidenzintervall). Die Unterschiede zwischen zwei Größen (Länder oder Personengruppen) sind nur dann statistisch signifikant, wenn sich ihre Konfidenzintervalle nicht überlappen.

Abbildung 1

Gründungsaktivitäten von Männern und Frauen in Europa 2014

Anteil der Gründerinnen und Gründer* an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung, in Prozent



* Personen, die in den letzten 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

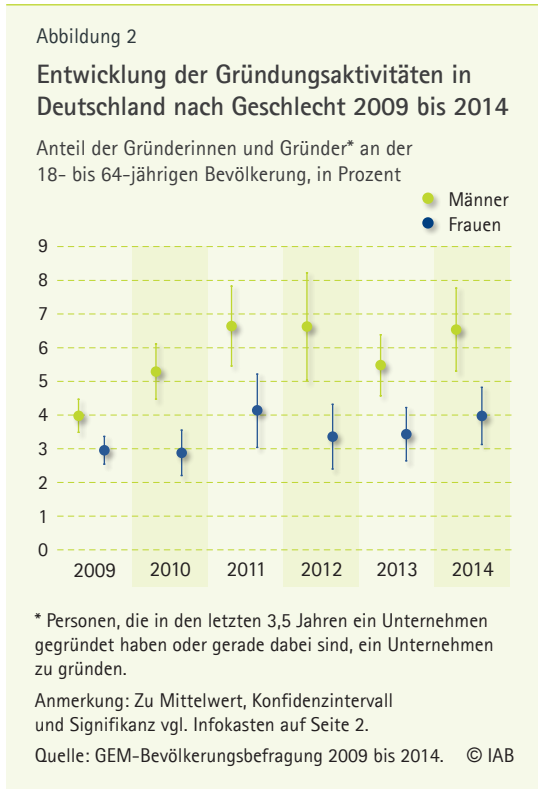
Anmerkung: Zu Mittelwert, Konfidenzintervall und Signifikanz vgl. Infokasten oben.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2014.

© IAB

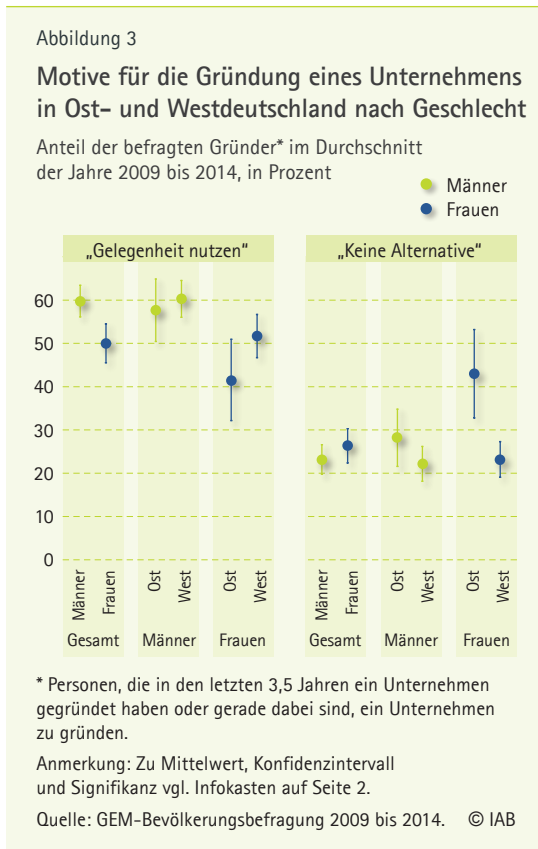
Die Gründungsquote der Männer stieg nach dem Ende des wirtschaftlichen Einbruchs wieder rasch an und war bereits 2010 signifikant höher als im Krisenjahr 2009. In den Folgejahren pendelte sie sich bei etwa 6 Prozent ein. Die Gründungsquote der

Frauen liegt zwar in jedem Jahr signifikant unter derjenigen der Männer, folgt aber im Wesentlichen derselben Dynamik im Zeitablauf. Dabei zeigt sich im Untersuchungszeitraum von 2009 bis 2014 eine hohe Korrelation: Etwa 60 Prozent der Verteilung einer der beiden Raten wird durch die jeweils andere erklärt. Insgesamt ist die Gründungsquote der Frauen deutlich stabiler als die der Männer: Keine der in den vergangenen sechs Jahren gemessenen Quoten weicht statistisch signifikant von einer anderen ab (vgl. **Abbildung 2**).



■ Gründe für den Schritt in die Selbstständigkeit

Nicht jeder, der sich selbstständig macht, tut diesen Schritt aus innerer Überzeugung. Deshalb wird in der Gründungsforschung häufig zwischen zwei Motiven unterschieden. Auf der einen Seite gibt es Gründer, die sich aus „klassischen“ Motiven wie Gewinnstreben, Selbstverwirklichung und Unabhängigkeitsstreben selbstständig machen. Auf der anderen Seite stehen diejenigen, die eigentlich eine abhängige Tätigkeit, z. B. als Angestellte, vorziehen würden. Sie gründen ein Unternehmen, weil sie keine passende Stelle finden. Natürlich sind dies zwei Extreme, tatsächlich gestalten sich die Motive in der Regel vielschichtiger und unterliegen zudem einem erheblichen zeitlichen Wandel.



Entsprechende Fragen nach den Gründungsmotiven im GEM zeigen, dass Frauen in Deutschland signifikant seltener als Männer aus „klassischer“ Motivation gründen (vgl. **Abbildung 3**). Dies gilt tendenziell im Westen wie im Osten der Bundesrepublik. Der Anteil der Gründerinnen, die angeben, aus einem Mangel an Alternativen eine selbstständige Tätigkeit zu wählen, ist in Ostdeutschland erheblich höher als in Westdeutschland: 43 Prozent der ostdeutschen Gründerinnen würden eine abhängige Beschäftigung bevorzugen, unter den westdeutschen Gründerinnen sind es nur 23 Prozent.

■ Vorbilder und gründungsspezifisches Wissen

Für die Entscheidung zur Selbstständigkeit sind Rollenvorbilder sehr wichtig. Menschen, deren Eltern Unternehmer sind, streben beispielsweise viel häufiger eine selbstständige Tätigkeit an, als Personen, deren Eltern angestellt sind. Das gilt auch dann, wenn kein elterliches Unternehmen übernommen wird.

Die durchschnittliche Gründungsquote unter denjenigen, deren Eltern selbstständig tätig sind oder waren, beträgt 7,1 Prozent gegenüber nur 3,5 Prozent bei Personen mit abhängig beschäftigten Eltern. Bei den 18- bis 64-jährigen Frauen mit unternehmerisch tätigen Eltern betragen diese Quoten 5,6 Prozent und 2,7 Prozent, unter den Männern sind es 8,6 Prozent und 4,3 Prozent. Die Vorbildrolle der Eltern hat also bei Töchtern einen geringeren Einfluss als bei Söhnen. Allerdings ist die Gründungsneigung unter Frauen mit selbstständig arbeitenden Eltern höher als die von Männern mit abhängig beschäftigten Eltern.

Auch Vorbilder aus dem Bekanntenkreis erhöhen die Wahrscheinlichkeit, den Sprung in die Selbstständigkeit zu wagen. Über 60 Prozent aller Gründer geben an, jemanden zu kennen, der sich in jüngster Zeit selbstständig gemacht hat. Diese Vorbilder spielen wiederum bei Frauen eine geringere Rolle: 55 Prozent haben in ihrem Bekanntenkreis Gründer. Dies sind 11 Prozentpunkte weniger als unter den Männern.

Die geringere Verbreitung von Vorbildern bei Frauen mag auch eine Erklärung dafür sein, dass Gründerinnen zu einem geringeren Anteil „klassische“ Gründungsmotive nennen, denn bei zwei Drittel aller „klassisch“ motivierten Gründungen gibt es im Bekanntenkreis Gründer. Bei den Gründungen

aus mangelnder Alternative gilt dies dagegen für 50 Prozent.

Vorbilder sind darüber hinaus wichtige Vermittler von gründungsrelevantem Wissen. Die geringere Verbreitung von Vorbildern unter Frauen kann auch in dieser Hinsicht eine Rolle spielen: Sie könnte ein Grund dafür sein, dass Frauen ihre Fähigkeiten, ein Unternehmen gründen und führen zu können, geringer einschätzen als Männer (vgl. **Abbildung 4**). Zudem existieren erhebliche Differenzen zwischen West- und Ostdeutschland, die vermutlich auch historisch begründet sind: Zu DDR-Zeiten war solches Wissen weder verlangt noch wurde es gefördert.

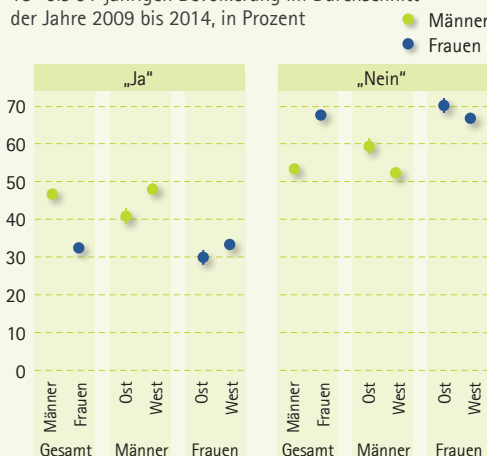
■ Gründungsaktivitäten von Männern und Frauen in Ost- und Westdeutschland

Trotz dieser unterschiedlichen Historie und Einschätzung der unternehmerischen Fähigkeiten bestehen heutzutage keine größeren Unterschiede in der Gründungstätigkeit zwischen Ost- und Westdeutschland (vgl. **Abbildung 5**). Es fällt aber auf, dass die ostdeutsche Gründungsquote von 2009 bis 2011 tendenziell über der in Westdeutschland lag, seit 2012 dagegen eher unter dieser. Geschlechtsspezifische Unterschiede existieren in beiden Teilen Deutschlands.

Abbildung 4

„Ich verfüge über die Fähigkeiten und Kenntnisse, um mich selbstständig zu machen“

Anteil der Gründerinnen und Gründer* an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung im Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2014, in Prozent



* Personen, die in den letzten 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

Anmerkung: Zu Mittelwert, Konfidenzintervall und Signifikanz vgl. Infokasten auf Seite 2.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009 bis 2014. © IAB

Abbildung 5

Gründungsaktivitäten in West- und Ostdeutschland 2009 bis 2014

Anteil der Gründerinnen und Gründer* an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung, in Prozent



* Personen, die in den letzten 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

Anmerkung: Zu Mittelwert, Konfidenzintervall und Signifikanz vgl. Infokasten auf Seite 2.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009 bis 2014. © IAB

In **Abbildung 6** ist die geschlechtsspezifische TEA-Quote für Zweijahreszeiträume dargestellt, um die Ergebnisse durch eine höhere Anzahl von Befragten statistisch besser abzusichern. Dabei ist zu erkennen, dass sich die Gründungsquoten der Männer in den beiden Landesteilen nicht voneinander unterscheiden. Dagegen entwickelt sich das Ausmaß der Gründungsaktivitäten west- und ostdeutscher Frauen immer weiter auseinander. Im Zeitraum 2009/2010 existierten keine Unterschiede, Frauen in Westdeutschland machten sich ebenso häufig selbstständig wie ostdeutsche Frauen. Ab 2011/2012 nahmen die unternehmerischen Aktivitäten ostdeutscher Frauen eher ab, während sie in Westdeutschland zunahmen. Im jüngsten Zeitraum waren die Unterschiede auch statistisch signifikant.

■ Einfluss der Siedlungsstruktur

Frauen wie Männer, die in einem städtischen Umfeld leben, sind häufiger selbstständig als Personen, die in ländlichen Gebieten leben. Die höhere Bevölkerungsdichte in den Zentren begünstigt sogenannte Wissens-Spill-Over. Damit sind Effekte gemeint, die zum „Überspringen“ von speziellem Wissen und Ideen zwischen Menschen führen, die sich mehr oder weniger zufällig begegnen. Zudem

ist für viele Unternehmen ein Zugang zur städtischen Infrastruktur wichtig. Und nicht zuletzt unterscheidet sich die Alters- und Qualifikationsstruktur der Bevölkerung in Stadt und Land. Hierdurch können sich Unterschiede ergeben, weil sich ältere und höher qualifizierte Menschen deutlich häufiger selbstständig machen.

Die Siedlungsstruktur – also die Verteilung von (hoch)verdichteten und ländlichen, gering verdichteten Gebieten – unterscheidet sich stark zwischen Ost- und Westdeutschland. Während im Westen von insgesamt 74 Regionen 21 (28 %) als hochverdichtet gelten und 22 (30 %) als ländlich, zählen in Ostdeutschland von insgesamt 22 Regionen lediglich 3 (14 %) zu den hochverdichteten, aber 15 (68 %) zu den ländlichen Regionen. Entsprechend leben 51 Prozent aller westdeutschen Befragten in hochverdichteten Regionen, aber nur 35 Prozent der ostdeutschen. Im Osten wohnen 42 Prozent der Befragten in ländlichen Regionen, im Westen nur 16 Prozent.

Die siedlungsstrukturellen Differenzen betreffen sowohl Männer als auch Frauen – das heißt, Männer wie Frauen gründen häufiger, wenn sie in Städten leben (vgl. **Abbildung 7**). Allerdings ist der Abstand zwischen den Gründungsquoten von Männern und Frauen in den Städten und den ländlich-peripheren Gebieten deutlich größer als in Regionen mit Ver-

Abbildung 6

Gründungsaktivitäten in West- und Ostdeutschland nach Geschlecht 2009 bis 2014

Anteil der Gründerinnen und Gründer* an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung, in Prozent



* Personen, die in den letzten 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

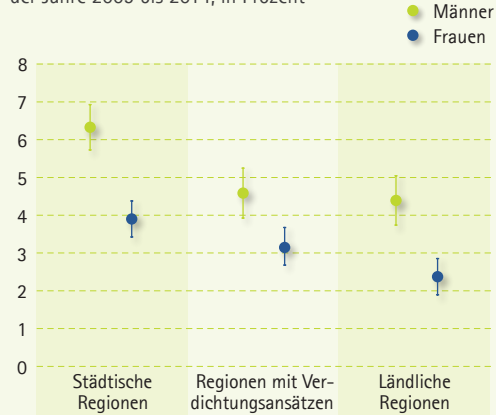
Anmerkung: Zu Mittelwert, Konfidenzintervall und Signifikanz vgl. Infokasten auf Seite 2.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009 bis 2014. © IAB

Abbildung 7

Gründungsaktivitäten von Männern und Frauen nach Siedlungsstruktur

Anteil der Gründerinnen und Gründer* an der 18- bis 64-jährigen Bevölkerung im Durchschnitt der Jahre 2009 bis 2014, in Prozent



* Personen, die in den letzten 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

Anmerkung: Zu Mittelwert, Konfidenzintervall und Signifikanz vgl. Infokasten auf Seite 2.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009 bis 2014. © IAB

dichtungsansätzen, wie sie häufig im Umland größerer Städte anzutreffen sind.

Aufgrund des hohen Anteils ländlich-peripherer Regionen in Ostdeutschland ist es daher naheliegend, dass dort insgesamt weniger gegründet wird als in Westdeutschland. Um Fehlschlüsse infolge der strukturellen Unterschiede zwischen städtischer und ländlicher Bevölkerung gezielter berücksichtigen zu können, bedarf es statistischer Modelle, die es erlauben, die verschiedenen Einflüsse voneinander zu trennen. Dies können individuelle Faktoren wie Bildung und Alter sein, aber auch Einflüsse, die sich durch verschiedene regionale Umfeldsituationen wie die Siedlungsstruktur ergeben. Die so gewonnenen Ergebnisse sind um strukturelle Einflüsse bereinigt, die sich durch den höheren Anteil des ländlichen Raums im Osten und der damit verknüpften anderen Zusammensetzung der Bevölkerung, z. B. bezüglich Alter und Bildung, ergeben.

Befunde dieser Analysen erlauben – soweit alle wichtigen Einflussfaktoren berücksichtigt werden können – einen unverstellten Blick auf die Unter-

schiede zwischen Männern und Frauen bei ihren Gründungsaktivitäten in Ost- und Westdeutschland.

■ Strukturelle Unterschiede tragen zur geringeren Gründungsneigung der ostdeutschen Frauen bei

Unsere Analysen zeigen, dass die oben dargestellten Unterschiede der Gründungstätigkeiten zwischen West- und Ostdeutschland tatsächlich zu einem erheblichen Teil auf solchen strukturellen Unterschieden beruhen (vgl. Tabelle 1 im Anhang auf Seite 7).

Bereinigt um diese strukturellen Unterschiede zeigt sich, dass die Wahrscheinlichkeit zu gründen, für ostdeutsche Frauen keineswegs geringer ausfällt als für westdeutsche. Dagegen ergeben sich nun signifikante Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Männern: Die Gründungswahrscheinlichkeit westdeutscher Männer ist geringer als die ostdeutscher. Das heißt, die erheblichen strukturellen Unterschiede zwischen beiden Landesteilen liefern eine Erklärung für die geringeren Gründungsraten von ostdeutschen im Vergleich zu westdeutschen Frauen, während ostdeutsche Männer sogar überproportional häufig gründen.

Ein wesentlicher Einflussfaktor sind die Unterschiede der Siedlungsstruktur in Ost und West: In den hochverdichteten und verdichteten Regionen Ostdeutschlands wird sogar häufiger gegründet als in Westdeutschland. Im ländlichen Raum, der in Ostdeutschland dominiert, sind Unternehmensgründungen hingegen seltener als im Westen. In diesen peripheren Regionen gründen Frauen – wie dargestellt – seltener als Männer.

■ Fazit

Im Jahr 2014 gehörten 6,5 Prozent der befragten Männer, aber nur 4 Prozent der Frauen zu den Gründern im Sinne des GEM: Sie waren also zum Befragungszeitpunkt gerade dabei, ein Unternehmen zu gründen oder hatten in den letzten dreieinhalb Jahren ein Unternehmen gegründet. Dieser Unterschied besteht schon lange und hat sich seit 2009 nicht wesentlich geändert. Gezielte Maßnahmen, Frauen zur Gründung von Unternehmen anzuregen und sie dabei zu unterstützen, gibt es ebenfalls schon lange – doch es scheint so, als würden sie nicht ausreichen, um die Differenz zu den Männern zu verringern.

Vor allem fehlen Frauen entsprechende Rollenvorbilder, also Gründerinnen in ihrem Familien- und Be-

i IAB-Infoplattform „Gründerinnen“

Mehr zum Thema „Unternehmensgründungen durch Frauen“ finden Sie unter <http://www.iab.de/infoplattform/gruenderinnen>

Die Infoplattform bietet Hinweise auf wissenschaftliche Literatur sowie Zugang zu weiterführenden Informationen.

i Der „Global Entrepreneurship Monitor“

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Forschungskonsortium, das 1998 ins Leben gerufen wurde. Ziel ist es, Gründungsaktivitäten international und intertemporal zu analysieren. Der Fokus liegt auf dem Vergleich verschiedener Phasen des Gründungsgeschehens. Hierzu erheben die Länderteams jährlich Daten der erwachsenen Bevölkerung (18- bis 64-Jährige) zu Gründungsaktivitäten. Um die gründungsbezogenen Rahmenbedingungen zu erfassen, werden schriftliche Expertenbefragungen durchgeführt. Die wichtigste Maßzahl des GEM ist die sogenannte „Total Early-Stage Entrepreneurial Activities“ (TEA). Sie umfasst Personen, die gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen („werdende“ Gründer; englisch: „nascent“ entrepreneurs) und solche, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben.

Im Jahr 2014 beteiligten sich 70 Länder am GEM. Abgesehen von 2007 liegen für Deutschland seit 1999 eine komplette Datenreihe für die jährlichen Bürger- und Expertenbefragungen sowie je ein „Länderbericht Deutschland“ vor.

Auf der offiziellen Internetseite des Konsortiums (www.gemconsortium.org) werden alle Länderberichte und die international vergleichenden Gesamtberichte zum Herunterladen angeboten.

In dem aktuellen „Länderbericht Deutschland 2014“ finden Sie weitere interessante Ergebnisse. Er ist kostenlos erhältlich unter <http://doku.iab.de/grauerpap/2015/GEM-Laenderbericht-D-2014.pdf>

kanntenkreis, die sie dazu bewegen könnten, selbst zu gründen. Diese Defizite sind in ländlichen Regionen ausgeprägter als in städtischen. Das heißt auch, dass sie im Osten größer sind als im Westen, da es dort einen viel höheren Anteil solcher eher abgelegenen Gebiete gibt. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass es nicht ausreicht, die unterschiedlichen Entwicklungen in Ost- und Westdeutschland nur – wie es häufig geschieht – gegenüberzustellen, ohne die strukturellen Unterschiede der beiden Landesteile zu beachten.

■ Dr. Udo Brixy

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsbereich „Regionale Arbeitsmärkte“ des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).
udo.brixy@iab.de

■ Prof. Dr. Rolf Sternberg

ist Lehrstuhlinhaber am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover.
sternberg@wigeo.uni-hannover.de

■ Arne Vorderwülbecke

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover.
vorderwuelbecke@wigeo.uni-hannover.de

Anhang

In **Tabelle 1** sind die vorhergesagten Wahrscheinlichkeiten, ein Unternehmen zu gründen (TEA), als durchschnittliche „marginale Effekte“ für Westdeutschland im Vergleich zu Ostdeutschland wiedergegeben (sogenannte „interagierte Effekte“). Diese marginalen Effekte zeigen, wie sich die Änderung einer der Variablen (Geschlecht, Siedlungsstruktur, Qualifikation, Selbstständigkeit der Eltern, gründungsrelevantes Wissen) auf die Wahrscheinlichkeit zu gründen auswirkt, wenn alle anderen Variablen konstant gehalten werden. Multipliziert man diesen Effekt mit 100, erhält man Prozentwerte. So ist zum Beispiel die vorhergesagte Wahrscheinlichkeit, ein Unternehmen zu gründen, für westdeutsche Männer um einen Prozentpunkt geringer als für ostdeutsche Männer ($-0,01 \cdot 100 = -1$ Prozentpunkt). Das Signifikanzniveau für diesen Wert beträgt 10 Prozent, was bedeutet, dass diese Aussage statistisch in 90 von 100 Fällen zutrifft.

Tabelle 1

Die Wahrscheinlichkeit, in Gründungsaktivitäten involviert zu sein, im West-Ost-Vergleich

Mittlere marginale Effekte: Westdeutschland im Vergleich zu Ostdeutschland

	Marginale Effekte	z-Wert	P> z
Geschlecht			
Mann	-0,01	-1,790	0,074 *
Frau	0,00	0,040	0,965
Siedlungsstruktur			
Hochverdichtet	-0,01	-12,750	0,000 ***
Verdichtet	-0,01	-14,980	0,000 ***
Ländlich	0,01	32,250	0,000 ***
Qualifikationstruktur			
Gering	-0,02	-4,830	0,000 ***
Mittel	0,00	-1,860	0,063 *
Hoch	-0,01	-2,110	0,035 *
Eltern selbstständig			
Nein	-0,01	-1,600	0,110
Ja	-0,01	-0,570	0,567
Gründungsrelevantes Wissen			
Nein	0,00	0,100	0,917
Ja	-0,01	-2,800	0,005 **

Signifikanzniveaus: *** 1%, ** 5%, * 10%; N=30.280
Indikatorvariablen für Jahre aufgenommen, aber nicht ausgewiesen.
Robuste Standardfehler, geclustert nach Regionstypen.

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2009 bis 2014.

© IAB

ANZEIGE



forschung

Bestellen Sie Ihr gedrucktes Exemplar kostenlos unter iab.wmk@iab.de oder lesen Sie es online unter www.iab.de

forschung

Das Nachwuchsmagazin des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

Das IAB ist ein attraktiver Arbeitgeber für angehende Forscherinnen und Forscher sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Fachrichtungen. Es bietet ihnen ein interessantes Forschungsumfeld an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis – beispielsweise im Rahmen seines international ausgerichteten Graduiertenprogramms. Auch studentische Hilfskräfte und Praktikanten finden am IAB interessante Einsatzmöglichkeiten.

Mehr dazu finden Sie im Magazin „forschung“, das Studierende der Hochschule Ansbach im Auftrag des IAB erstellt haben. In Reportagen, Portraits und Interviews eröffnet es spannende und lebendige Einblicke in die bunte Forschungswelt des IAB.

Impressum ■ IAB-Kurzbericht Nr. 10, April 2015 ■ Herausgeber: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesagentur für Arbeit, 90327 Nürnberg ■ Redaktion: Elfriede Sonntag, Martina Dorsch ■ Graphik & Gestaltung: Monika Pickel ■ Druck: Erhardi Druck GmbH, Regensburg ■ Rechte: Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des IAB ■ Bezug: IAB-Bestellservice, c/o W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Auf dem Esch 4, 33619 Bielefeld; Tel. 0911-179-9229 (es gelten die regulären Festnetzpreise, Mobilfunkpreise können abweichen); Fax: 0911-179-9227; E-Mail: iab-bestellservice@wbv.de ■ IAB im Internet: www.iab.de. Dort finden Sie u. a. diesen Kurzbericht zum kostenlosen Download ■ Anfragen: iab.anfragen@iab.de oder Tel. 0911-179-5942 ■ ISSN 0942-167X