

Selbstständigkeit | 02.07.2015 | Lesezeit 3 Min.

Jugend gründet

Junge Griechen und Italiener gründen deutlich häufiger ein eigenes Unternehmen als ihre Altersgenossen in Deutschland oder Dänemark. Der Erfolg der Jungunternehmer wiederum hängt zu einem Großteil von der Unterstützung ab, die sie bekommen. Zwei Best-Practice-Beispiele aus Europa zeigen, wie's geht.

Sie sind jung, oftmals hervorragend ausgebildet und finden trotzdem keine Stelle: Die zum Teil extrem hohe Jugendarbeitslosigkeit ist in vielen Ländern Europas ein gravierendes Problem (Grafik):

In Griechenland waren im vergangenen Jahr 45 Prozent der 15- bis 29-jährigen Erwerbspersonen arbeitslos gemeldet, in Spanien hatten fast 40 Prozent und in Kroatien und Italien mehr als 30 Prozent keinen Job.

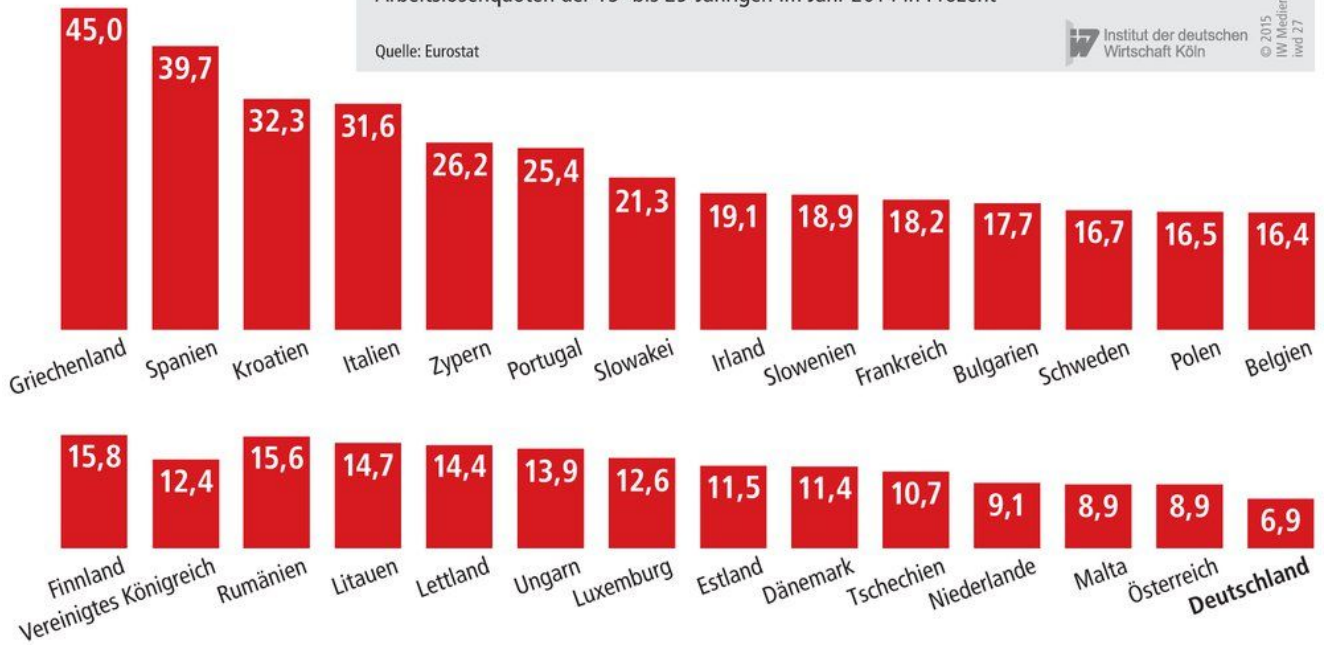
Jugendarbeitslosigkeit in Europa

Arbeitslosenquoten der 15- bis 29-Jährigen im Jahr 2014 in Prozent

Quelle: Eurostat

Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 2015
IW Medien
iwd 27



Eine Alternative zur Arbeitslosigkeit – und selbstverständlich auch zu einem festen Job – ist die Gründung eines eigenen Unternehmens. Die Selbstständigkeitsquote der jungen Leute betrug 2013 über alle 28 EU-Länder hinweg 6,5 Prozent, sodass insgesamt 2,67 Millionen junge Menschen ein eigenes Unternehmen führten.

Die jungen Selbstständigen sind allerdings sehr unterschiedlich über Europa verteilt. Grundsätzlich gilt: In Südeuropa, wo die Arbeitslosenquoten besonders hoch sind, wagen die Jungen eher den Schritt ins Unternehmertum als ihre Altersgenossen im Norden: Laut Eurostat waren zuletzt 16 Prozent der jungen Griechen und 15 Prozent der Italiener selbstständig – in Österreich, Dänemark und Deutschland dagegen trauten sich jeweils weniger als 3,5 Prozent der jungen Männer und Frauen, eine Firma zu gründen.

Die Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen, kurz Eurofound, hat sich in einer aktuellen Studie mit dem Thema Unternehmensgründung als geeignete Perspektive für junge Menschen befasst und auch geschaut, welche Hürden sie zu überwinden haben: Acht von zehn jungen Menschen mangelt es demnach an entsprechenden Finanzierungsmöglichkeiten, sieben von zehn bewerten

die administrativen Bestimmungen ihres Landes als hinderlich und fünf von zehn fehlt es an grundsätzlichen Informationen.

Die Eurofound-Studie listet aber auch Best-Practice-Beispiele auf, die zeigen, wie man jungen Leuten, die sich selbstständig machen wollen, helfen kann. In Finnland zum Beispiel gibt es die Non-Profit-Initiative Startup Sauna. Wer an dem vierwöchigen Programm teilnimmt, bekommt für die Umsetzung und Weiterentwicklung seiner Geschäftsidee einen erfahrenen Coach zur Seite gestellt. Neben Rechts- und Finanzierungsfragen geht es auch um das optimale Präsentieren – was wichtig ist, denn die besten Teams der Initiative dürfen ihre Geschäftsidee im Rahmen einer Veranstaltung der Business Angels im Silicon Valley vorstellen – also vor Leuten, die sich nicht nur finanziell an jungen Unternehmen beteiligen, sondern auch ihr Know-how einbringen.

Startup Sauna bietet seine Unterstützung mittlerweile auch jungen Unternehmensgründern in Russland und Osteuropa an. Seit 2010 sind aus dieser Initiative 145 Unternehmen hervorgegangen, die mithilfe von insgesamt 37 Millionen Dollar eingeworbenen Mitteln an den Start gebracht werden konnten.

Ein anderes Praxisbeispiel ist JUNIOR, ein Schülerfirmenprogramm der Institut der deutschen Wirtschaft JUNIOR GmbH, an dem bislang mehr als 90.000 Schüler teilgenommen haben (Grafik). Während des einjährigen Projekts geht es nicht darum, nur so zu tun, als ob man ein Unternehmen gründet, die Schüler gründen tatsächlich ein echtes Unternehmen: Sie entwickeln eine Geschäftsidee, analysieren den Markt, überzeugen Kapitalgeber und versuchen, ihr Produkt oder ihre Dienstleistung zu verkaufen. Auch die Buchführung, Versammlungen sowie Gewinnausschüttungen werden von den Schülern übernommen bzw. organisiert. Seit 1994 – so lange gibt es JUNIOR bereits – haben die Schüler insgesamt rund 6.800 Unternehmen gegründet und sie ein Jahr lang geführt.

JUNIOR Schülerunternehmen: Das Interesse steigt

Seit 1994 haben insgesamt 92.957 Schüler an den JUNIOR Programmen teilgenommen, rund 6.800 Unternehmen gegründet und diese ein Jahr lang geführt



Quelle: IW JUNIOR gGmbH

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 2015 IW Medien · iwd 27

Viele Schülerunternehmen greifen dafür auf Wirtschaftspaten aus der „echten“ Wirtschaft zurück: So haben bisher mehr als 3.000 ehrenamtliche Wirtschaftspaten an diesem Programm teilgenommen. Schülern, die auf den Geschmack gekommen sind, bietet das Programm zudem weitere Möglichkeiten: Die JUNIOR-Unternehmer können ihre Geschäftsideen auf Messen oder Bühnen vorstellen oder im Rahmen eines Wettbewerbs einer Jury präsentieren. Auch die Teilnahme an einem fünftägigen Gründercamp ist möglich, das interessierte Schüler auf die Selbstständigkeit nach der

Schule vorbereitet.

Kernaussagen in Kürze:

- In vielen europäischen Ländern ist die Jugendarbeitslosigkeit ein gravierendes Problem.
- Eine Alternative zur Arbeitslosigkeit ist die Gründung eines eigenen Unternehmens.
- In Südeuropa wagen die Jungen eher den Schritt ins Unternehmertum als in Österreich, Deutschland oder Dänemark.