



Bertelsmann Stiftung (Hrsg.)

Unternehmergeist fördern!

Youth Entrepreneurship Policy im internationalen Vergleich

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.)

Unternehmergeist fördern!

Youth Entrepreneurship Policy
im internationalen Vergleich

Im Auftrag der Bertelsmann Stiftung erstellt durch die
Rambøll Management GmbH

Diese Publikation verwendet vorwiegend die männliche Sprachform.
Bei allen männlichen Funktionsbezeichnungen sind stets auch Frauen gemeint.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet unter <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2010 E-Book-Ausgabe (PDF)

© 2009 Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

Verantwortlich: Dr. Björn Hekman

Lektorat: Dr. Arno Kappler, Soest

Herstellung: Christiane Raffel

Umschlaggestaltung: Nadine Humann

Umschlagabbildung: Martin Barraud/OJO Images

Satz und Druck: Hans Kock Buch- und Offsetdruck GmbH, Bielefeld

ISBN 978-3-86793-113-7

www.bertelsmann-stiftung.de/verlag

Inhalt

Vorwort	7
Youth Entrepreneurship Policies – Lernen aus dem Ausland?	11
Hintergrund und Definition von	
Youth Entrepreneurship Policy	11
Zielsetzung der Studie	13
Vorgehen	14
Internationaler Überblick zu Youth Entrepreneurship Policy	20
Rahmenbedingungen für	
Unternehmertum und Entrepreneurship	22
Soziale und kulturelle Akzeptanz von Entrepreneurship	35
Verankerung von Entrepreneurship im Bildungssystem	39
Zwischenfazit des internationalen Überblicks zu	
Youth Entrepreneurship Policies	43
Youth Entrepreneurship Policies –	
Ansätze und Beispiele in fünf Ländern	47
Vereinigtes Königreich – Stärke in Vielfalt	47
Finnland – auf dem Weg hin zu einer ganzheitlichen	
Youth Entrepreneurship Policy	61
Niederlande – »Bottom-up«-Ansatz einer	
Youth Entrepreneurship Policy	75
Spanien – Youth Entrepreneurship Policy als	
Teil umfassender ökonomischer und sozialer Reformen	88

USA – Herkunftsland vieler globaler Ansätze zu Youth Entrepreneurship	100
Schlüssel zu einer Youth Entrepreneurship Policy	114
Ein viertes Handlungsfeld: Koordinierung	115
Rahmenbedingungen für Youth Entrepreneurship	116
Außerschulische Wertevermittlung von Youth Entrepreneurship	117
Verankerung von Youth Entrepreneurship im Bildungssystem	119
Koordinierung der Ressourcen und Aktivitäten zur Förderung von Youth Entrepreneurship	120
Voraussetzungen für eine Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland	124
Status quo	124
Bewertung	141
Handlungsempfehlungen für Deutschland – Aufbau einer Youth Entrepreneurship Policy	144
Übergeordnetes Ziel von Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland	145
Spezifisches Ziel von Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland	147
Akteure einer Youth Entrepreneurship Policy	149
Handlungsfelder einer Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland	155
Anhang	170
Liste der interviewten internationalen Experten	170
Liste der interviewten deutschen Experten	171
Literatur	172
Abbildungsübersicht	181
Tabellenübersicht	182
Abkürzungen	183
Definitionen	185

Vorwort

2008 hat die Bertelsmann Stiftung mit den beiden Publikationen »Heute Schüler, morgen Unternehmer« sowie »Generation Unternehmer« bereits zwei Bände einer Trilogie vorgelegt, die nun durch den vorliegenden Band »Unternehmergeist fördern!« komplettiert wird. Mit dem Ziel, über eine neue Kultur der Selbstständigkeit Wirtschaft und Beschäftigung zu fördern, haben verschiedene Experten und Autoren umfassende Untersuchungen durchgeführt und das Thema Youth Entrepreneurship wissenschaftlich beleuchtet.

Was jedoch keiner von ihnen während der Entstehung der ersten beiden Bände ahnen konnte, war, auf welche dramatisch veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ihre Studien bei Erscheinen treffen würden: die einer tief greifenden globalen Finanz- und Wirtschaftskrise. Es braucht keine Experten, um zu erkennen, dass vor diesem Hintergrund die Forderung nach einer neuen Gründungskultur – und damit verbunden auch die Forderung nach mehr Risikobereitschaft oder größerer unternehmerischer Kreativität – ein zweischneidiges Schwert darstellt.

Während der Begriff Risikobereitschaft schon allein durch das Fehlverhalten einzelner Banken und Banker negativ belegt ist, erhält auch Kreativität mit Blick auf den kreativen Umgang mancher Konzernchefs mit ihren Mitarbeitern eine kritische Konnotation, obwohl ja gerade die unternehmerische Kreativität zugleich der Motor wirtschaftlicher Prosperität ist.

So formt sich heute in der Gesellschaft ein eher negatives Unternehmens- bzw. Unternehmerbild. Es schwindet das Vertrauen der Bür-

ger in Wirtschaft, und zwar nicht nur in Wirtschaft als Ganzes, sondern vor allem in diejenigen, die Wirtschaft lenken und gestalten.

Sind es also jetzt keine günstigen Umstände, um ein Thema wie Youth Entrepreneurship befördern und mehr unternehmerisches Denken und Handeln fördern zu wollen? Ist es nicht sogar zynisch, in Zeiten, in denen Menschen um die Sicherung ihrer abhängigen Beschäftigungsverhältnisse bzw. den Fortbestand ihrer persönlichen wirtschaftlichen Grundlage bangen, die Entwicklung von mehr Unternehmergeist zu einem gesamtgesellschaftlichen Ziel machen zu wollen?

Genau das Gegenteil ist der Fall! Tatsächlich muss es heißen: Gerade jetzt! Gerade jetzt sind bei jedem Einzelnen unternehmerische Eigenschaften im Sinne eines »Selbstunternehmertums« wie Verantwortungsbewusstsein, Selbstständigkeit und auch Mut gefragt, um für die neuen Herausforderungen gewappnet zu sein. Denn mittels eines so verstandenen Selbstunternehmertums können Menschen auch in wirtschaftlich schweren Zeiten besser dazu befähigt werden, Chancen zu erkennen, Perspektiven zu entwickeln, in sich selbst zu investieren und zukunftsorientierte Wege zu gehen.

Die Forderung nach einer ganzheitlichen und umfassenden Youth Entrepreneurship Policy kann somit aktueller und notwendiger gar nicht sein. »Unternehmergeist fördern!« zeigt, dass wir schon in den frühen Jahren, also bereits im Bildungssystem, eine Verankerung von mehr Entrepreneurship brauchen, dass wir für eine breite soziale und kulturelle Akzeptanz sorgen und natürlich auch die erforderlichen wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen schaffen müssen.

Wie das konkret aussehen und gelingen kann, illustrieren die Autoren der vorliegenden Publikation anhand eines internationalen Ländervergleichs. Gute Beispiele aus vier europäischen Ländern sowie den USA illustrieren dabei zahlreiche Möglichkeiten, wie – angepasst an die jeweiligen sozioökonomischen und politischen Rahmenbedingungen – Unternehmertum und Entrepreneurship gefördert und entwickelt werden können.

»Unternehmergeist fördern!« beschränkt sich dabei aber nicht auf die Darstellung globaler Ansätze sowie länderspezifischer Situationen,

sondern benennt direkte Handlungsfelder, adressiert relevante Akteure und bietet konkrete Handlungsempfehlungen für den Aufbau einer ganzheitlichen Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland. Denn eines zeigt sich ganz deutlich: Den »Königsweg« zu einer Entrepreneurship-Kultur gibt es nicht – vielmehr ist nach einer ausgewogenen Kombination von Maßnahmen und Regelungen zu suchen, die auf die gesellschaftlichen, ökonomischen und kulturellen Besonderheiten eines Landes Rücksicht nimmt.

Die Bertelsmann Stiftung hofft, dass mithilfe der identifizierten Ansätze auch Anregungen und Impulse für die weitere Entwicklung und Diskussion einer Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland gegeben werden können.

Dr. Jörg Dräger
Mitglied des Vorstandes
der Bertelsmann Stiftung

Dr. Jens U. Prager
Director
Zukunft der Beschäftigung
Bertelsmann Stiftung

Youth Entrepreneurship Policies – Lernen aus dem Ausland?

Björn Hekman, Clemens Wieland

Hintergrund und Definition von Youth Entrepreneurship Policy

Angesichts einer sich ausdifferenzierenden Wissensgesellschaft werden individueller Bildungsweg und die Teilhabe am Erwerbsleben zu einer immer komplexeren und dauerhaften Herausforderung. Besonders die jungen Menschen benötigen verschiedene Kernkompetenzen, um ihren Platz in der Arbeitswelt zu finden und auf Veränderungen kurzfristig reagieren zu können. Gefordert sind Flexibilität und Eigenständigkeit, besonders aber die Fähigkeit, »die Gelegenheit, einen Wert zu schaffen, zu erkennen und diese im richtigen Moment zu nutzen« (Australian Government, Department of Family and Community Services 2003).

Dieses unternehmerische Denken und Handeln, das nicht unbedingt die Gründung einer Firma bedeuten muss, sondern wesentlich weiter gefasst ist, hat eine herausragende gesellschaftspolitische Bedeutung. Es verbessert die Beschäftigungsfähigkeit und gibt jungen Menschen das Rüstzeug, die mehrfachen Übergänge auf dem Bildungsweg und im beruflichen Werdegang zu bewältigen. Resultiert unternehmerisches Denken in Unternehmensneugründungen, so bringt dies ein Mehr an Beschäftigung, Wachstum und hilft bei der Erschließung des persönlichen Potenzials sowie der Förderung gesellschaftlicher Interessen (Hekman 2007b).

Unternehmerisches Denken und Handeln als weit gefasster Begriff spiegelt sich auch in den verschiedenen Typen von Unternehmertum wider, die sich in ihren Prämissen, Zielen und Handlungsfeldern vom klassischen Unternehmertum abgrenzen.

»Soziales Unternehmertum« beispielsweise nutzt wirtschaftliches Profitstreben als Mittel zum Erreichen sozialer Ziele, während der Begriff »öffentliches Unternehmertum« klassisches unternehmerisches Denken und Handeln innerhalb öffentlicher Institutionen umschreibt (Dees, Emerson und Economy 2001). Ziel öffentlichen Unternehmertums ist demnach, eine größere Verantwortlichkeit im Handeln gegenüber Kunden und Klienten bzw. dem Gemeinwesen herzustellen (Heinonen 2000). Es ähnelt dem Konzept von »Intrapreneurship«, das unternehmerisches Verhalten und den Unternehmmergeist der Mitarbeiter eines Unternehmens gleich welcher Größe umfasst (Pinchot 1985).

Ebenfalls unter den weit gefassten Begriff des Unternehmertums subsumiert wird schließlich das kooperative Unternehmertum, ein unternehmerisches Verhalten, dessen Ergebnis als Mehrwert allen Beteiligten in gleichen Anteilen zufällt. Als Ziele eines solchen Unternehmens sind gemeinsame kulturelle und soziale Werte ebenso denkbar wie gemeinsame wirtschaftliche Erwartungen (Europäische Kommission 2001). Für ein solch weit gefasstes Verständnis von unternehmerischem Denken und Handeln und von Unternehmertum steht im angelsächsischen Sprachraum der Begriff »Entrepreneurship«.

Faltin betont den kreativen Ansatz, der diesem Begriff zugrunde liegt: »Entrepreneurship bietet die Chance, mit unkonventionellen Ideen und Sichtweisen zu arbeiten und gerade damit erfolgreich am Wirtschaftsleben teilzuhaben. Eine solche Kultur des Unternehmerischen bezieht bewusst Personen wie Künstler, Außenseiter oder sozial engagierte Menschen ein, die bisher in der Welt der Wirtschaft weder für sich Handlungschancen sahen, noch als Anreger oder Akteure geeignet erschienen« (Faltin und Kugel 2006: 56).

Vor dem Hintergrund einer solch umfassenden Definition und Typologisierung unternehmerischen Handelns und Denkens wird dessen Förderung unter jungen Menschen zum ganzheitlichen Handlungskonzept von Youth Entrepreneurship Policy. Es ist nicht auf die Aktionsräume einer klassischen Wirtschaftsförderung beschränkt, sondern verläuft quer zu verschiedenen Politikfeldern. Eine ganzheit-

liche Youth Entrepreneurship Policy steht arbeitsmarktpolitisch im Kontext einer breit gefächerten Beschäftigungsinitiative für Jugendliche (Lewis und Massey 2003). Wirtschaftspolitisch ist sie als Teil der Unternehmenspolitik bzw. als Existenzgründungsförderung zu betrachten (Chigunta 2001). Die Verankerung unternehmerischer Werte und Kompetenzen in Bildung und Ausbildung zielt auf die Erweiterung von Berufsperspektiven und die Verbesserung von Schlüsselkompetenzen. Gesellschaftspolitisch kann auf die Veränderung von Haltungen hingewirkt werden. Daraus ergibt sich in Anlehnung an Braukmann (vgl. Braukmann 2002: 55) eine breite Definition von Youth Entrepreneurship Policy, die der Untersuchung zugrunde liegt.

Unter Youth Entrepreneurship Policy werden alle Maßnahmen verstanden, die zur Entwicklung einer innovations- und gestaltungsorientierten Grundhaltung sowie zu einer Grundbefähigung für ein dynamisches und agierendes Verhalten in unternehmerisch relevanten Lebenssituationen bei Jugendlichen führen.

Zielsetzung der Studie

Deutschland bietet im internationalen Vergleich in Bezug auf Youth Entrepreneurship Policy ein fragmentarisches Bild: So genießen beispielsweise Unternehmertum und die damit verbundenen Eigenschaften unter Jugendlichen ein hohes Ansehen. Viele Jugendliche könnten sich eine Karriere als Unternehmer vorstellen (Hekman 2007a: 7, 10, 13). Im Gegensatz hierzu sind gegenüber anderen Ländern jedoch niedrigere Gründungsquoten und eine lediglich punktuell ausgerichtete Förderung jungen Unternehmertums zu beobachten (Sternberg, Brixy und Hundt 2007b: 13). Nach einer Expertenumfrage im Global Entrepreneurship Monitor 2006 findet sich Deutschland in Bezug auf unternehmerische bzw. gründungsbezogene Schulausbil-

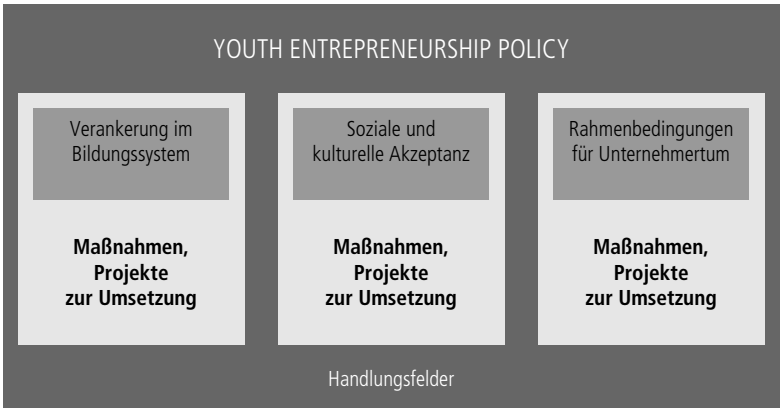
dung in der Primar- und Sekundarstufe hinter vielen vergleichbaren Industrieländern wieder. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der von der Bertelsmann Stiftung in Auftrag gegebenen »International vergleichenden Explorationsstudie im Bereich Youth Entrepreneurship Policy«, entsprechende »Best Practice«-Ansätze in und außerhalb Europas zu identifizieren, die nachhaltig wirken, systemisch verankert sind und auf Deutschland übertragen werden können. Als Idealfall gilt dabei ein Land, in dem es gelungen ist, durch einen ganzheitlichen Ansatz einen Mentalitätswandel bei jungen Menschen in Richtung eines stärker ausgeprägten unternehmerischen Denkens und Handelns zu initiieren.

Vorgehen

Analyse dreier Handlungsfelder

Den Bezugspunkt für die Analysen bildeten drei zentrale Handlungsfelder, über die sich Youth Entrepreneurship Policies erstrecken:

Abbildung 1: Handlungsfelder von Youth Entrepreneurship Policies



Quelle: eigene Darstellung

Verankerung von Entrepreneurship im Bildungssystem

Für die Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns junger Menschen ist die Verankerung von Entrepreneurship im Bildungssystem von zentraler Bedeutung. Dabei geht es nicht nur darum, die Curricula um direkt mit dem Thema Unternehmertum verknüpfte Themen zu erweitern, sondern vielmehr um die Vermittlung der grundlegenden Fähigkeit, sich selbstständig und kreativ zu betätigen, sowie die Gelegenheiten, einen Wert zu schaffen, zu erkennen und wahrzunehmen.

Weitere Maßnahmen können in der Didaktik, in der entsprechenden Ausbildung der Lehrkräfte und bei der Verknüpfung von Lernen mit der Unternehmenspraxis ansetzen (Schoof 2006). Es stellen sich auch Fragen nach dem individuellen Handlungsspielraum von Schulen, die Vermittlung von Eigenverantwortung, Kreativität und anderen Entrepreneurship-Kompetenzen im Unterricht und durch andere Schulaktivitäten zu fördern. Hierdurch können wiederum die spezifischen Voraussetzungen von Schülern und deren jeweiliges soziales Umfeld berücksichtigt werden.

Soziale und kulturelle Akzeptanz von Entrepreneurship

Die Wertvorstellungen junger Menschen werden über die Schule hinaus durch ihr soziales Umfeld geprägt. Die soziale und kulturelle Akzeptanz von Entrepreneurship bildet deshalb ein wichtiges Ziel einer umfassenden Youth Entrepreneurship Policy (Gibb 1988), die auch die gesellschaftliche Akzeptanz unternehmerischer Risikobereitschaft einschließt. Dazu gehört ebenso die Frage, welche Leitbilder für Jugendliche maßgebend sind und welche Berufs- und Lebenswege von ihnen favorisiert werden. Prägend kann aber auch die allgemeine kulturelle Einstellung zu wirtschaftlicher und sozialer Innovation sein.

Schließlich unterliegt die Entwicklung und Umsetzung von Youth Entrepreneurship Policy den allgemeinen sozioökonomischen, administrativen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Youth Entrepreneurship Policy hat die allgemeinen Parameter, die unternehmerische Tätigkeiten beeinflussen, zu berücksichtigen und ist somit auch als Teil von Unternehmenspolitik zu sehen. So stellen der Anteil von Selbstständigen an der Erwerbsbevölkerung, die Entwicklung der Gründungstätigkeit, die Förderung von Unternehmensgründungen und -aufbau, Transparenz von Regelungen und administrative Kostenbelastungen für Unternehmen wichtige Einflussgrößen dar. Weiter bilden der Bildungs- und der Erwerbsstatus von Jugendlichen wichtige Ausgangspunkte für eine Youth Entrepreneurship Policy.

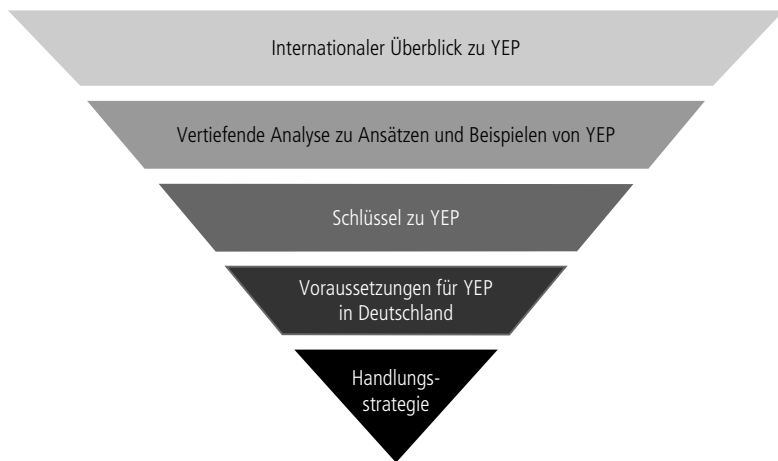
Analyseschritte

Entsprechend diesen Handlungsfeldern wurden die Analysen von Youth Entrepreneurship Policies systematisiert. Die Arbeiten für diese Studie gliederten sich in die folgenden Analyseschritte.

Nach ersten explorativen Arbeiten, die vor allem die Sichtung von Sekundärliteratur und Interviews mit Experten aus Deutschland zur Thematik umfassten, wurden zunächst zehn Länder ausgewählt, um einen internationalen Überblick über Ausrichtung und Ansätze von Youth Entrepreneurship Policies zu gewinnen. Diese Ergebnisse sind im nachfolgenden Kapitel dargestellt.

Ausgehend von diesen Befunden und deren Bewertung, wurden in fünf Ländern vertiefende Untersuchungen durchgeführt. Dabei wurde eine Reihe von Ansätzen identifiziert, die sich auf internationaler Ebene als Schlüssel für eine erfolgreiche Youth Entrepreneurship Policy erweisen. Im Abgleich mit den Voraussetzungen für eine Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland, die vor allem die Rahmenbedingungen und vorhandenen Ansätze reflektiert, wurde in einem weiteren Schritt die Übertragbarkeit dieser Ansätze auf Deutsch-

Abbildung 2: Analyseschritte



Quelle: eigene Darstellung

land reflektiert. Aus diesen Analyseschritten heraus wurden schließlich Empfehlungen für eine Handlungsstrategie zu einer umfassenderen Youth Entrepreneurship Policy in Deutschland abgeleitet.

Die Arbeiten der Rambøll Management GmbH, hier sei im Besonderen Frau Annegret Bötzel genannt, für die Explorationsstudie beruhten neben der Auswertung von Daten und Fachliteratur aus Sekundärquellen vor allem auf halb standardisierten, leitfadengestützten Interviews mit Experten in den jeweiligen Ländern. Erste Kontaktpartner waren in der Regel die jeweiligen Länderverantwortlichen des GEM-Netzwerkes. Das GEM-Netzwerk besteht aus einzelnen Länderteams der jeweils teilnehmenden Länder und wird von der London Business School und dem Babson College koordiniert.

Besonderer Dank gilt dabei Prof. Dr. Sternberg von der Universität Hannover, der das GEM-Länderteam Deutschland leitet, Anregungen zur Auswahl der Explorationsländer gab und als Türöffner in einzelnen Ländern wirkte. Über die Erstkontakte wurden weitere relevante Experten in den jeweiligen Ländern gewonnen, die vor allem aus den Wirtschafts- und Bildungsministerien der Länder sowie zum

geringeren Teil aus der Wissenschaft und aus Nichtregierungsorganisationen stammten. Die Gespräche mit den Experten waren für die Studie von hoher Bedeutung, denn sie erschlossen Wissen und Erfahrungen, die nur wenig dokumentiert sind. Dafür gebührt allen Gesprächspartnern in besonderem Maße Dank.

Literatur

Australian Government, Department of Family and Community Services. *Youth Entrepreneurship Scoping Paper*. Canberra 2003. [www.facs.gov.au/internet/facsinternet.nsf/via/youth_entrepreneurship/\\$File/youth_entrepreneurship_scoping_paper.pdf](http://www.facs.gov.au/internet/facsinternet.nsf/via/youth_entrepreneurship/$File/youth_entrepreneurship_scoping_paper.pdf) (Download 19.9.2008).

Braukmann, Ulrich. »Entrepreneurship Education an Hochschulen: Der Wuppertaler Ansatz einer wirtschaftspädagogisch fundierten Förderung der Unternehmensgründung aus Hochschulen«. *Eine Kultur der Selbstständigkeit in der Lehrerbildung*. Hrsg. Birgit Weber. Bergisch Gladbach 2002. 47–98.

Chigunta, Francis. *Youth Livelihoods and Enterprise Activities in Zambia*. Report to the International Development Research Centre. Ottawa 2001.

Dees, Gregory J., Jed Emerson und Peter Economy. *Enterprising Non-profits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. New York 2001.

Europäische Kommission. *Flash Eurobarometer Entrepreneurship*. Brüssel 2001.

Faltin, Günter, und Rafael Kugel. *Entrepreneurship für alle*. Berlin 2006. www.labor.entrepreneurship.de/downloads/Fundiert-Faltin-Kugel-2006.pdf. (Download 17.10.2008)

Gibb, Allan A. *Stimulating Entrepreneurship and New Business Development*. Genf 1988.

Heinonen, Jarna. *Entrepreneurship in Public Sector*. Turku School of Economics and Business Administration, Small Business Institute. Turku 2000.

- Hekman, Björn. *Einstellung Jugendlicher zur unternehmerischen Selbstständigkeit. Ergebnis einer repräsentativen Umfrage bei Jugendlichen und Lehrern in Deutschland*. Youth Entrepreneurship Barometer 2007. Gütersloh 2007a. www.vto.at/iddb/archiv10560/60_archiv10560_78270.pdf (Download 16.9.2008).
- Hekman, Björn. *Entrepreneurship Education in Europa. Förderung von Gründungskompetenz in der beruflichen Erstausbildung*. Saarbrücken 2007b.
- Lewis, Kate, und Claire Massey. *Youth entrepreneurship and government policy*. New Zealand Centre for SME Research. Wellington 2003.
- Pinchot, Gifford. *Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur*. New York 1985.
- Schoof, Ulrich. *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people*. Genf 2006.
- Sternberg, Rolf, Udo Brixy und Christian Hundt. *Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich*. Hannover und Nürnberg 2007a. www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/GEM/gem2006.pdf (Download 16.9.2008).
- Sternberg Rolf, Udo Brixy und Christian Hundt. *GEM – Länderbericht Deutschland* 2006. Hannover und Nürnberg 2007b.

Internationaler Überblick zu Youth Entrepreneurship Policy

Um einen systematischen Überblick zu den Ansätzen von Youth Entrepreneurship Policies zu erhalten, waren für die Auswahl der Länder zwei zentrale Überlegungen maßgebend: Zum einen sollte es sich um »Best Practice«, also bewährte Politikansätze, die aus der Vielfalt von Aktivitäten zur Förderung von Youth Entrepreneurship herausragen, handeln. Zum anderen war die Übertragungsfähigkeit dieser Beispiele auf Deutschland zu berücksichtigen, also mussten die Ausgangsvoraussetzungen bzw. Rahmenbedingungen der Länder denen in Deutschland zumindest ähneln. Dabei sollten jedoch wertvolle globale Erfahrungen nicht ausgeblendet werden, die unter gänzlich anderen sozioökonomischen und politischen Bedingungen gesammelt werden. Mit Blick auf den raschen Zugang zu Informationen wurde deshalb das Feld auf die Länder eingegrenzt, die am Global Entrepreneurship Monitor teilnehmen.

Für die Auswahl wurden im Weiteren Indikatoren bzw. Kriterien bestimmt, aus denen auf bewährte Ansätze zu einer Youth Entrepreneurship Policy geschlossen werden kann. Maßgebend war in dieser Hinsicht zum einen die Bewertung von Ländern in ihrer Gründungsförderpolitik durch das GEM-Konsortium. Zum anderen wurde die Bewertung der nationalen Reformprogramme durch die Europäische Kommission (vgl. Abschnitt »Entrepreneurship und KMU-Politik«) in Bezug auf die Umsetzung der Integrierten Leitlinien für Wachstum und Beschäftigung (v.a. Förderung der unternehmerischen Kultur und KMU-freundlichere Gestaltung des Wirtschaftsumfelds – Leitlinie Nr. 15) herangezogen.

Mit Blick auf die Übertragbarkeit und den gemeinsamen politischen Referenzrahmen wurde der Fokus auf Länder der Europäischen Union gelegt. Dabei wurden wiederum Länder aus den unterschiedlichen sozioökonomischen Räumen der Europäischen Union (Nord, West, Zentral, Süd, Ost) ausgewählt.

Von den außereuropäischen Ländern wurde China aufgrund seiner Wachstumsdynamik und der damit verbundenen rasanten Veränderung von sozialen Strukturen und Wertehaltungen in die Studie einbezogen. Schließlich wurden die USA als »Stammland« von Entrepreneurship und als »Land der unbegrenzten Möglichkeiten«, von denen viele weltweite Initiativen zur Förderung von Youth Entrepreneurship ausgehen, berücksichtigt.

Entsprechend dieser Kriterien wurden die folgenden Länder für die Breitenanalyse ausgewählt:

Tabelle 1: Länder und Auswahlkriterien für die Breitenanalyse

Länder	Auswahlkriterien	positive Bewertung der Gründungs-politik	sozio-ökonomische Räume der EU	Teilnahme an GEM	globale Impulse
Finnland		✓	Nord	✓	
Schweden		✓	Nord	✓	
Vereinigtes Königreich		✓	West	✓	
Niederlande		✓	West-Mittel	✓	
Spanien		✓	Süd	✓	
Griechenland		✓	Süd	✓	
Slowenien		✓	Ost-Mittel	✓	
Polen		✓	Ost-Mittel	✓	
China			–	✓	✓
USA			–	✓	✓