

Nicht jeder bekommt die zweite Chance

**New
Economics**

Unternehmertum

■ Wer einmal scheitert, dem traut man nicht, ergibt eine Studie. Die junge Generation will das ändern.

Wer scheitert, „ist sich Spott und Häme sicher“, weiß der FDP-Vorsitzende Christian Lindner. Als ihm ein SPD-Abgeordneter im nordrhein-westfälischen Landtag seine missglückte Unternehmerkarriere vorhielt, da reichte es ihm: „Welchen Eindruck macht so ein dümmlicher Zwischenruf wie Ihrer auf irgendeinen gründungswilligen jungen Menschen?“

Das Thema bewegt auch die Wissenschaft. Laut einer repräsentativen Umfrage* der Universität Hohenheim, die der WirtschaftsWoche exklusiv vorliegt, ist Deutschland von einer neuen Kultur des Scheiterns noch weit entfernt. Nur rund 20 Prozent von 2027 Befragten haben keine Vorbehalte, bei einem einst gescheiterten Unternehmer Ware zu bestel-

len. Und mehr als die Hälfte ist unschlüssig oder lehnt es ab, in neue Projekte eines gescheiterten Gründers zu investieren. Trotzdem meinen rund 75 Prozent, Unternehmer haben eine zweite Chance verdient. Die sollen aber dann doch lieber andere einräumen.

Zwar sehen etwa 80 Prozent ganz allgemein in Misserfolgen, seien sie nun beruflicher oder privater Art, langfristig auch eine Chance. Doch nur jeder Zweite gewinnt dem Scheitern als Unternehmer etwas Positives ab. Allenfalls Jüngere, Akademiker und Selbstständige bewerten das unternehmerische Scheitern weniger streng. Das macht Andreas Kuckertz, Inhaber des Lehrstuhls für Entrepreneurship an der Universität Hohenheim, Hoffnung: „Dies könnte ein Indiz für einen anstehenden Kulturwandel und ein gesellschaftliches Umdenken sein.“ Dazu müsse allerdings das Schwarz-Weiß-Denken – Erfolg versus Scheitern – von einem umfassenden Verständnis unternehmerischen Handelns abgelöst werden.

* Kuckertz, Andreas; Mandl, Christoph; Allmendinger, Martin (2015): Gute Fehler, schlechte Fehler – wie tolerant ist Deutschland im Umgang mit gescheiterten Unternehmern?