

01.09.2015

Unternehmenspleiten

Wer einmal scheitert, dem vertraut man nicht

Scheitern ist in Deutschland immer noch ein Makel. Zwar sagen die Deutschen, dass man gescheiterten Gründern eine zweite Chance geben sollte - nur investieren oder kaufen würden sie "bei so einem" nicht.

"Wer nichts macht, macht auch nichts verkehrt", sagt der Volksmund. Laut [der Studie "Gute Fehler, schlechte Fehler – Wie tolerant ist Deutschland im Umgang mit gescheiterten Unternehmen?"](#) von Andreas Kuckertz, Christoph Mandl und Martin P. Allmendinger von der Universität Hohenheim ist das der Grund, warum sich die Deutschen nicht trauen, Unternehmen zu gründen.

Mehr als 40 Prozent der 2027 Befragten gaben nämlich an, der Aussage "Man sollte kein Unternehmen gründen, wenn das Risiko des Scheiterns besteht" mehr oder weniger zuzustimmen. Nur gehört die Möglichkeit des Scheiterns nunmal zum Unternehmertum dazu wie das Gegentor zum Fußball: "Keiner mag es, keiner will es, aber wenn man daraus lernt, dann bringt es einen langfristig weiter auf dem Weg zum besseren Saisonziel", sagt Tobias Kollmann, Universitätsprofessor und Vorsitzender des BMWi-Beirates „Junge Digitale Wirtschaft“.

Woher Startups ihr Kapital erhalten

Alles anzeigen

▶ Eigene Ersparnisse

82,5 %

Quelle: Deutscher Startup Monitor/Bundesverband Deutsche Startups, 2014

▶ Familie und Freunde

32,7 %

▶ Staatliche Fördermittel

29,1 %

▶ Business Angels

28,2 %

▶ **Inst. Risikokapitalgeber**

21,4 %

▶ **Inkubatoren**

10,9 %

▶ **Bankdarlehen**

10,2 %

▶ **Schwarmfinanzierung**

4,1 %

Der Unternehmer Wolfgang Grupp ist da ganz anderer Meinung. "Im Düsseldorfer Landtag gab es unlängst einen Streit, ob Scheitern zum Unternehmertum gehört. Es ging darum, ob Scheitern ein Zeichen unternehmerischen Muts ist, der eben seinen Preis hat", schrieb er im März in seiner Kolumne "100 Prozent Grupp" auf wiwo.de. Die Schäden von Insolvenzen sollten nicht unterschätzt werden, so sein Fazit. Seiner Meinung nach sollte Scheitern nicht beklatscht werden, wie es beispielsweise bei den Düsseldorfer Fuck Up-Nights der Fall sei.

Misserfolg als Potenzial für Verbesserung

Die Gesamtbevölkerung steht Misserfolgen dagegen toleranter gegenüber. Knapp 80 Prozent der Befragten halten Misserfolge für eine potenzielle Quelle zur Selbstreflexion. Aus Fehlern lernt man.

Einem Unternehmer wird allerdings nur verziehen, was er nicht selbst beeinflussen konnte. Wer krank wird und schließen muss, wem die wirtschaftliche Lage, steigende Herstellungskosten oder ähnliche externe Effekte das Geschäft vermässeln, der hat eine zweite Chance verdient.

Wer selbst schuld ist, hingegen nicht. So bezeichneten die Befragten unter anderem eine fehlende Unternehmensvision, Probleme bei der Kundenakquise, das Finden von neuen Mitarbeitern oder das Fehlen eines funktionierenden Geschäftskonzeptes als nicht akzeptabel. Wer sich nur einmal ausprobieren wollte und damit auf die Nase fällt, ist stigmatisiert.

Weitere Artikel

**Managementfehler
Woran Top-Manager scheitern**

**100 Prozent Grupp
Scheitern verdient keinen
Applaus**

Aber auch demjenigen, dem das Scheitern verziehen wird, wird in gewisser Hinsicht das Vertrauen entzogen: Zwar haben die gescheiterten Unternehmer aus der Sicht der Deutschen eine zweite Chance verdient. Diese soll den Unternehmern aber lieber von anderen eingeräumt werden: Über 40 Prozent der Deutschen geben zu, dass sie beim Bestellen von Waren Vorbehalte gegenüber einem bereits gescheiterten Unternehmer

Gründer Wer scheitert, gewinnt

hätten.

Ebenfalls knapp 40 Prozent sind sich nicht sicher, ob sie Geld in ein Unternehmen investieren würden, dessen Gründer in der Vergangenheit schon einmal gescheitert ist. "Die Deutschen müssen hier endlich den Worten Taten folgen lassen und das gesellschaftlich und wirtschaftlich wichtige Engagement auch von gescheiterten Unternehmern anerkennen", sagt Kuckertz.

Am besten gelingt das bislang jungen Männern. Denn Männer sind unternehmerischen Fehlschlägen gegenüber offener als Frauen. Auch akzeptieren Jüngere Pleiten eher als Ältere. "Dies könnte ein Indiz für einen möglichen Kulturwandel sein", heißt es in der Studie.

ANZEIGE



IT-STUDIE

DevOps: Modewort oder Impulsgeber?

Aktuell ergibt die Google-Suche nach DevOps rund zwölf Millionen Ergebnisse. Auch in Deutschland entwickelt sich der Begriff vermehrt vom Modewort zum bewiesenen Impulsgeber. Das belegt eine neue

Studie. mehr ...

Die Toleranz in Deutschland ist außerdem regional sehr unterschiedlich verteilt: Wer sein Unternehmen in den Sand setzt, sollte das lieber in Bremen tun, als in Mecklenburg-Vorpommern. Im Stadtstaat liegt die Akzeptanz für unternehmerisches Scheitern jedenfalls 15 Prozent über dem Bundesdurchschnitt. In Mecklenburg-Vorpommern sind es dagegen 4,8 Prozent unter Durchschnitt.

ked

© 2015 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG

[Nutzungsbedingungen](#) | [Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Mediadaten-Online](#) | [Mediadaten-Print](#) | [Archiv](#) | [Kontakt](#)
