

8. März 2016

## **Die Vermessung des Unternehmertums – HSBC-Studie Essence of Enterprise**

Das Unternehmergeist ist genau so sehr eine Geisteshaltung wie eine wirtschaftliche Aktivität. Vor allem die Unternehmer der sogenannten „Generation Y“ (ab Jahrgang 1980) verändern das Bild: Wie sie ihr Geld verdienen, ausgeben und investieren hat weitreichende Auswirkungen auf die Gesellschaft. Das sind die zentralen Ergebnisse der breit angelegten Studie „Essence of Enterprise“, für die im Auftrag der HSBC Private Bank 2.800 Unternehmer weltweit zu ihren Beweggründen, Zielen und Herausforderungen befragt wurden.

### **„Made or born“: Gibt es das Unternehmer-Gen?**

Ein beträchtlicher Anteil der Teilnehmer aus Deutschland hat sich schon zeitlebens als Unternehmer gesehen. Allerdings entscheiden sich deutsche Unternehmer vergleichsweise spät für das Unternehmertum, nämlich erst mit durchschnittlich 31 Jahren. „Das liegt auch daran, dass junge deutsche Unternehmer im internationalen Vergleich seltener ein Unternehmen aus der ersten Generation weiterführen, sondern ihr eigenes Unternehmen gründen. In Asien dagegen wird die junge Generation weitaus früher in das Familienunternehmen eingeführt.“, sagt Dr. Rudolf Apenbrink, Vorstand für das Private Banking bei HSBC Deutschland. Der familiäre Hintergrund begünstigt allerdings auch in Deutschland die Entscheidung für ein Leben als Unternehmer: 42% der befragten deutschen Unternehmer stammen aus einer Unternehmerfamilie. Bei den jüngeren Generationen sind es sogar drei von vier.

### **Mehr Unternehmen, mehr Umsatz, mehr Mitarbeiter**

Von den befragten Unternehmen in Deutschland beschäftigen jüngere Unternehmer viermal so viele Mitarbeiter wie ihre älteren Kollegen: Ein Generation Y-Unternehmer beschäftigt durchschnittlich 233 Mitarbeiter. Bei den über 35-Jährigen sind es 55 Mitarbeiter. Auch beim Umsatz liegen die Jungunternehmer deutlich vorne: Ihre Unternehmen generieren mit 20,6 Mio. US-Dollar fünfmal mehr Umsatz als die der über 55-Jährigen (4,5 Mio. US-Dollar). Weltweit erwirtschaften Generation Y-geführte Unternehmen 141% mehr Umsatz als Unternehmen der älteren Generationen.

### **Generation Y-Unternehmer: Erfolg durch Teamwork**

Während die älteren Unternehmergeenerationen stärker auf sich selbst angewiesen waren und alles aus eigener Kraft schaffen wollten, zögern Generation Y-Unternehmer nicht, ihr Netzwerk einzubinden und gemeinsam zu arbeiten. Die Generation Y bezieht auch das Startkapital von den unterschiedlichsten Quellen: Sie bittet die Familie um Unterstützung und nutzt auch häufiger Crowdfunding oder Peer-to-Peer-Kredite für die Startfinanzierung.

Diese Kultur des Teilens wird nicht zuletzt durch das Internet gefördert. Junge Unternehmer nutzen Social Media nicht nur, um ihr Profil zu schärfen, sondern auch, um erfolgreich zusammenzuarbeiten und gemeinsam Geld zu verdienen. Das unterscheidet sie von der älteren Generation, die stärkeren Wert auf Eigenständigkeit legt.

Die neue Generation Unternehmer macht sich dabei häufig eine bestimmte Gründungsformel zu Eigen und versucht diesen „Proof of Concept“ dann zu wiederholen. Durchschnittlich sind sie so an vier bis fünf unternehmerischen Projekten beteiligt.

In der jungen Generation sind weltweit auch erstmals fast so viele Frauen wie Männer unternehmerisch aktiv. In Deutschland ist der Anteil der Unternehmerinnen unter 35 mit 38% mehr als doppelt so hoch als bei den Vorgängergenerationen. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland jedoch noch immer weit hinten.

### **Soziales Engagement als selbstverständlicher Teil des Unternehmertums**

Knapp 90% der jungen deutschen Unternehmer, die im Rahmen des „Essence of Enterprise“-Report befragt wurden, gaben an, sich aktiv an sozialen Projekten zu beteiligen. Im Vergleich dazu engagieren sich kaum über 70% der über 35-Jährigen.

Erfolgreiche Millenials spenden auch häufiger für einen bestimmten wohltätigen Zweck, anstatt das Geld einer gemeinnützigen Organisation zu übergeben. Viele gründen daher einen Treuhandfonds oder eine Stiftung, um ihre Spenden zu verwalten.

### **Typen von Unternehmern**

Grundsätzlich identifiziert die Studie vier verschiedene Unternehmertypen: „Pathfinders“, „Trailblazers“, „Game Changers“ und „Lifestylers“. 42% der Unternehmer in Deutschland zählen zu den sogenannten „Wegbereitern“ (Pathfinder), die ihren beruflichen Erfolg selbst in die Hand nehmen wollen und der Überzeugung sind, als ihr eigener Chef zu mehr Wohlstand zu gelangen. Die zweitgrößte Gruppe mit 19% bilden die Game Changers. Sie wollen mit ihren Produkten und Dienstleistungen neue Impulse setzen und Einfluss auf die Gesellschaft nehmen.

Dr. Rudolf Apenbrink: „Die Ergebnisse unterstreichen einmal mehr, dass wir die Bedürfnisse der Unternehmer und worauf sie fußen verstehen müssen, um die passenden Finanzlösungen zu finden – mit Blick auf Liquidität, Risikobereitschaft, Absicherung der Familie und soziale Aspekte. Fest steht: Unternehmer sein ist eine Lebensaufgabe, bei der die berufliche und private Sphäre untrennbar miteinander verbunden sind. Deswegen ist eine ganzheitliche Betrachtung umso wichtiger.“

#### **Über die Studie:**

Die Studie wurde im Auftrag der HSBC Private Bank vom Forschungsinstitut Scorpio Partnership durchgeführt. Im Zeitraum zwischen August und September 2015 wurden insgesamt 2.834 Personen befragt. Davon waren alle entweder im Besitz eines Unternehmens oder bezogen einen Großteil ihres Vermögens aus einem unternehmerischen Hintergrund und besaßen mindestens ein Privatvermögen von 1 Mio. US-Dollar. Das durchschnittliche Vermögen der Teilnehmer betrug 4,6 Mio. US-Dollar. Der durchschnittliche Umsatz der beteiligten Unternehmen betrug 6,5 Mio. Die Studie wurde neben Deutschland in China, Hongkong, Singapur, Großbritannien, Frankreich, Schweiz, den USA, den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Saudi Arabien durchgeführt.

#### **Über HSBC Private Banking:**

HSBC Private Banking verfolgt das Ziel, die Private Bank der Wahl für Unternehmer und ihre Familien zu sein und das über Generationen hinweg. HSBC Private Banking in Deutschland setzt auf die intensive Verzahnung mit dem Firmenkundengeschäft für ein ganzheitliches vernetztes Leistungsangebot für Unternehmer und einen konsequent international ausgerichteten Anlageprozess. Nach Assets under Management zählt die Bank zu den führenden Anbietern auf dem deutschen Private Banking-Markt. Weitere Informationen finden Sie unter [www.privatebanking.hsbc.de](http://www.privatebanking.hsbc.de).

## Kontakt

Betty Stevens

Telefon +49 211 910-3540

[betty.stevens@hsbc.de](mailto:betty.stevens@hsbc.de)

HSBC Trinkaus & Burkhardt AG ist eine führende kundenorientierte Geschäftsbank mit mehr als 230 Jahren Erfahrung. Sie ist Teil der weltweit operierenden HSBC-Gruppe. Mit rund 2.790 Mitarbeitern ist die Bank neben der Zentrale in Düsseldorf an 11 Standorten in Deutschland präsent und hat Zugang zum Netzwerk der HSBC-Gruppe, einer der größten Banken weltweit. Zugleich ist Deutschland einer der wichtigsten Wachstumsmärkte, auf den sich die HSBC-Gruppe konzentriert. Die besondere Stärke der HSBC Trinkaus & Burkhardt AG liegt in der umfassenden Betreuung ihrer Kunden, der detaillierten Kenntnis der internationalen Märkte, insbesondere der Emerging Markets, sowie ihrer globalen Vernetzung, die es Kunden leicht macht, die Chancen auf den internationalen Märkten zu nutzen. Bei einer Bilanzsumme von 21,7 Mrd. Euro und 215,3 Mrd. Euro Funds under Management and Administration verfügt die Bank als Teil der HSBC-Gruppe mit "AA- (Stable)" über das beste Fitch-Rating einer privaten Geschäftsbank in Deutschland. Die Kernzielgruppen bilden Firmenkunden, institutionelle Kunden und vermögende Privatkunden.  
(Alle Angaben zum 31. Dezember 2015)

### Hinweise für Redaktionen:

Alle unsere Presse-Informationen finden Sie auf der Homepage [www.hsbc.de/presse](http://www.hsbc.de/presse) oder folgen Sie uns auf Twitter (@HSBC\_DE)