

Unternehmensgründungen im Agribusiness

Die vorliegende Untersuchung beschäftigt sich mit Neugründungen in den Branchen des Agribusiness. Mit diesem Wirtschaftsbereich ist ein bedeutender Anteil des traditionellen Sektors an der deutschen Wirtschaft erfasst, der besondere Gründungsschwierigkeiten vermuten lässt, da die potentiellen Unternehmen sich konzentrierten Märkten bzw. einem rückläufigen Kundenpotential gegenüber sehen. Spezielles Ziel dieser Arbeit ist daher, zu ermitteln, in welchen Bereichen des Agribusiness Unternehmen gegründet wurden, wie erfolgreich diese Betriebe nach der Gründung sind und welche Faktoren den Erfolg beeinflussen.

Im Rahmen der Arbeit werden neue Unternehmen des Agribusiness ausgewertet, die im Zeitraum von 1996 bis 2001 erstmals im Handelsregister eingetragen wurden. Dabei ist festzuhalten, dass nur ein Anteil von zehn Prozent der Eintragungen auf originären Neugründungen basiert. Die Mehrheit entfällt auf Änderungsmeldungen oder Anmeldungen nicht originärer Gründungen.

Für die empirische Untersuchung wurde ein standardisierter Fragebogen an 407 Unternehmen verschickt, von denen 85 Unternehmen antworteten. Der Fragebogen ist in vier Bereiche unterteilt und umfasst Fragen zum Unternehmen, zur Gründungsvorbereitung, zum Unternehmenserfolg sowie zur Gründerperson. Anhand der erhobenen Daten wird durch ein Scoring-Verfahren der Erfolg der befragten Unternehmen ermittelt. Dabei werden fünf Indikatoren zu einem Erfolgswert verdichtet. Dieser Erfolgswert bezieht verstärkt subjektive Indikatoren ein, um der Bedeutung von individueller Motivation und Zielsetzung der Gründerperson gerecht zu werden.

Die Hypothesen zur Bestimmung von Erfolgsfaktoren basieren auf Angaben aus der Literatur. Vermutete Einflussvariablen werden in bivariaten Korrelationsanalysen getestet und dann mittels einer multiplen linearen Regressionsanalyse geschätzt. Anhand der Schätzung wird ein Erklärungsanteil von 57 % der gesamten Varianz des Erfolges durch zehn unabhängige Variablen ermittelt. Dabei können die erwarteten Erfolgsfaktoren für die Unternehmen im Agribusiness nur zum Teil bestätigt werden. Dem Humankapital der Gründer sowie diversen Gründungsvorbereitungen wird nicht die gleiche Bedeutung wie in anderen Analysen zugeschrieben. Dennoch wirkt sich die persönliche Motivation und eine risikoaverse Einstellung des Gründers positiv auf den Erfolg aus. Markteintrittsbarrieren hingegen beeinflussen den Erfolg der Unternehmens negativ. Aufgrund der Ergebnisse ist zu vermuten, dass ein großer Teil des Erfolges der untersuchten Unternehmen auf schwer bzw. nicht zu erfassende Einflüsse zurückzuführen ist.