

Gründen in der

KRISE

In jeder Krise steckt nicht nur Gefahr, sondern auch Gelegenheit – für neue Lösungen, wichtige Lektionen und unternehmerischen Erfolg. Sind Krisenzeiten ein idealer Nährboden für bahnbrechende Start-ups? Wir brauchen mehr mutige Gründer:innen, um den multiplen Krisen unserer Zeit zu begegnen. Lexware vereinfacht seit mehr als 30 Jahren Unternehmertum und unterstützt Selbstständige bei ihrem Vorhaben – mit Software, Fachwissen und Sichtbarkeit.



Für Christian Steiger, Geschäftsführer von Lexware und Gründer von Lexware Office, heißt Krise: beweglich bleiben und daraus lernen.

„2005 ging YouTube an den Start und wenig später übernahm Google für eine Rekordsumme. Es war Goldgräberstimmung und mit meiner ersten Gründung Zaplive erkannten wir den Trend zu Live-streaming. Wir starteten 2008 und waren zwei Jahre später wieder offline. Vielleicht waren wir zu früh, vielleicht fokussierten wir uns zu wenig auf's Gaming, vielleicht lag es am fehlenden Geld im Markt. Für mich war Zaplive kein Scheitern, sondern eine wertvolle Erfahrung. Mit etwas Abstand sieht man, wie viel man über Führung, Finanzierung und Teamarbeit gelernt hat. Ohne dieses Wissen wäre mein heutiger Blick auf unternehmerische Entscheidungen ein völlig anderer.“



Wasserknappheit ist in vielen Ländern die wichtigste aller Krisen. Um Lösungen zu finden, braucht es unternehmerisches Denken, weiß Micha Fritz von Viva con Agua.

„Krisen sind ein guter Nährboden für Gründer:innen, wenn man bereit ist, aus Unsicherheit Kreativität zu machen. Krisen zwingen zum Handeln, zum Reduzieren aufs Wesentliche. 2005 war Co-Gründer Benny als Fußballprofi auf Kuba und hat erlebt, was es heißt, keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser zu haben. Daraus entstand die Idee zu Viva con Agua – und aus der Idee eine Bewegung, die sich ständig wandelt: Pfandbecher auf Festivals sammeln, Trinkwasser verkaufen für Trinkwasser, mit der Millerntor Gallery Kunst in Wasser verwandeln, ein soziales Klopapier auf den Markt bringen, und jetzt die Villa Viva bauen. Alles, was wir machen, gelingt nur in der Verbindung von unternehmerischem Denken mit sozialer und ökologischer Verantwortung. Denn Gemeinnützigkeit kann enorm viel von der Wirtschaft lernen – und umgekehrt.“



Um die Pflegekrise zu bewältigen, braucht es nicht nur einen politischen Wandel, sondern auch neue Lösungen speziell für Angehörige, erklärt Fabel-Gründerin Maximiliane Kugler.

„Krisen offenbaren, wo Systeme nicht funktionieren. Heute ist klarer denn je, dass die von Privatpersonen geleistete Pflege zu Hause die wichtigste Form der Versorgung ist und künftig sein wird. Doch wenn wir über berufliche Vereinbarkeit sprechen, geht es fast immer um Kinderbetreuung – kaum jemand spricht darüber, was es bedeutet, die eigenen Eltern zu pflegen. Es braucht neue Rahmenbedingungen für die häusliche Pflege und wir sind überzeugt, dass diese digital aussehen müssen. Deshalb haben wir unser Start-up Fabel gegründet, um die häusliche Pflege zu strukturieren und nachhaltig zu entlasten. Wir möchten den größten Pflegedienst Deutschlands – die Millionen Menschen, die zu Hause pflegen – so unterstützen, wie sie es verdienen, sei es mit Fachwissen oder dem Zugang zu medizinischen Produkten, staatlichen Leistungen oder Personal.“

Den einen perfekten Gründungszeitpunkt? Den gibt es nie. Das weiß Gregor Giataganas, der mit zwei Freunden im Januar 2021 das Unternehmen Lichtwart gründete.



„Wie bringst du eine Hardware-basierte Lösung wie Lichtwart an potenzielle Kund:innen, wenn Ausstellungen, Messen und physische Treffen verboten sind? Im ersten Halbjahr 2021 in den Markt einzutreten, war sicherlich nicht ideal. Aber wir mussten kreativ werden und haben einen Demo-Koffer gebaut, den wir Interessent:innen zugeschickt und via Videocalls erklärt haben. Die Corona-Pandemie hat unsere Anfänge verlangsamt, aber gleichzeitig hat sich unsere Zielgruppe so schnell digitalisiert wie noch nie zuvor. Was für den einen eine Krise ist, ist für den anderen eine Chance! Wir mussten von Anfang an lernen, Risiken schnell zu erkennen, flexibel zu sein und Umfeldler zu unserem Vorteil zu nutzen. Von unserer Vision, die Lichtstraße wieder sichtbar zu machen, sind wir nie abgekommen.“



Wer gründen will, lässt sich nicht von Krisen abhalten, sondern nutzt diese als Katalysator. Das zeigen Daten des Global Entrepreneurship Monitor (GEM), an dem Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer im RKW Kompetenzzentrum forscht.

„Unsere Ergebnisse verdeutlichen, dass Krisen für Gründer:innen zahlreiche Chancen bieten, da sie oft früh eine veränderte Nachfrage erkennen und schnell handeln. Für die Corona-Pandemie zeigen die repräsentativen Erhebungen des GEM für Deutschland einen interessanten Verlauf der TEA-Gründungsquote*: 2019 lag sie bei 7,6 %, es folgte ein Rückgang auf 4,8 %, dann ein Anstieg in 2021 auf 6,9 % sowie ein neuer Rekordwert im Jahr 2022 von 9,1 %. Die Corona-Pandemie war gesamtwirtschaftlich ein ‚Digitalisierungstreiber‘ und führte zu neuen unternehmerischen Gelegenheiten, die viele Gründer:innen klug genutzt haben. Das gilt für Frauen und Männer gleichermaßen, denn im Krisenjahr 2020 – sowie während der Finanzkrise 2008/2009 – hatte Deutschland unter den einkommensstarken Ländern eines der ausgeglichensten Verhältnisse von männlichen und weiblichen Gründer:innen.“

* TEA-Gründungsquote steht für Total early-stage Entrepreneurial Activity und bezeichnet den Anteil der 18- bis 64-Jährigen, die innerhalb der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben oder aktuell dabei sind, eines zu gründen.