

# TEENGEIST

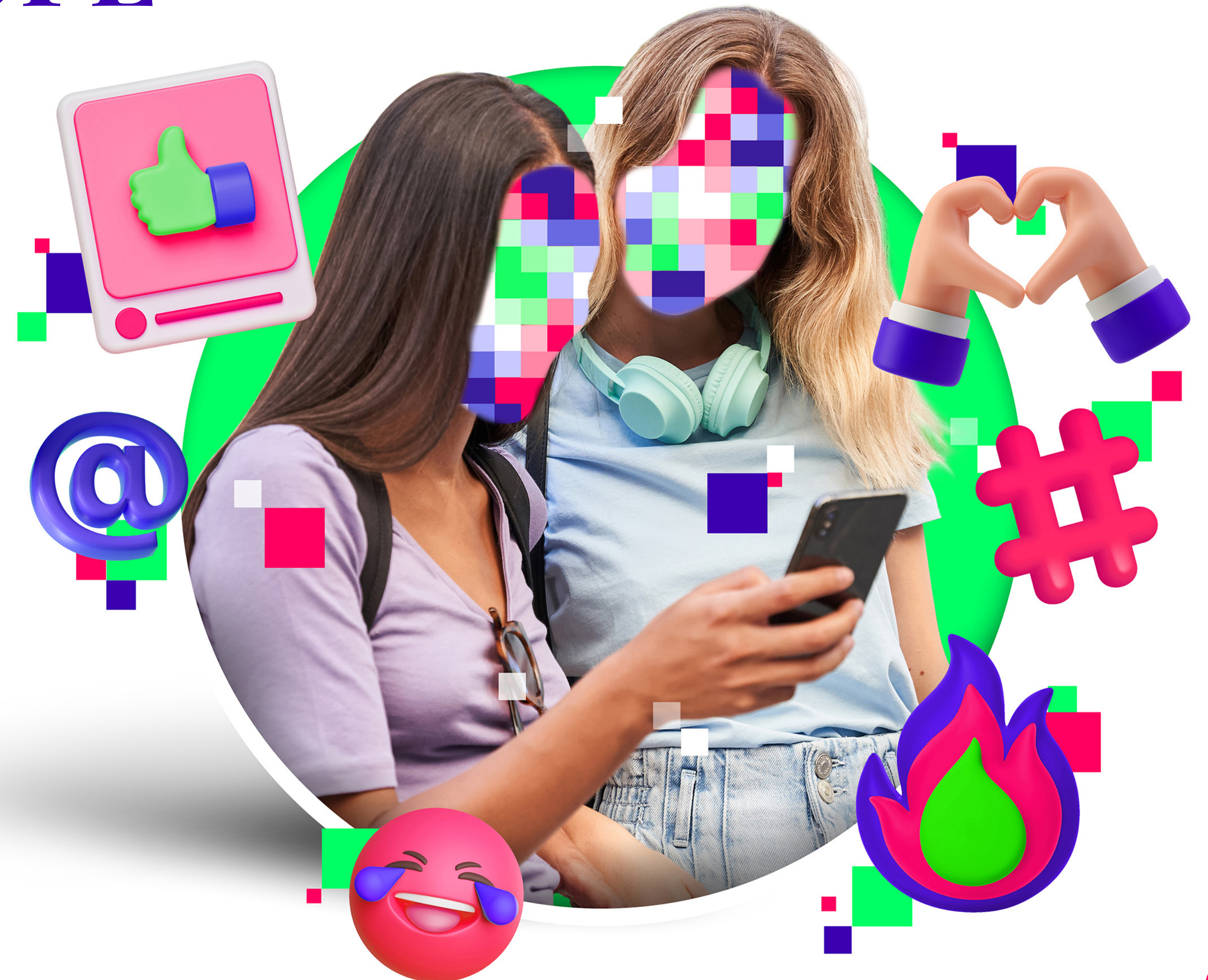
EINBLICK IN DIE KÖPFE DER GEN Z

Körper  
Stiftung appinio fischerAppelt



# TEENGEIST UNTER DER LUPE

**Was geht aktuell in den Köpfen junger Menschen vor?** Das Mindset der sogenannten Generation Z (Geburtsjahrgänge zwischen 1995 und 2012) ist für uns schwer durchschaubar. Im Unterschied zu ihren Vorgänger:innen wachsen diese Jugendlichen in einer digitalisierten Welt mit Smartphones, Computern und Social Media auf und bringen völlig neue Charaktereigenschaften und Interessen mit sich. Verbände, NGOs, Unternehmen und Marken stehen vor der großen kommunikativen Herausforderung: Wie erreichen wir die Zielgruppe der 16- bis 24-Jährigen? Denn Kanäle, Themen



und Entertainment-Anspruch der Teens sind deutlich fragmentierter als bei den Generationen davor.

**Trends mit handfesten Zahlen:** Deshalb haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, diese besondere Zielgruppe genauer unter die Lupe zu nehmen: Wir wollen wissen, was wirklich in den Köpfen der Gen Z herumschwirrt und wie sich Meinungen zu bestimmten kulturellen sowie politischen Themen im Laufe der Zeit ändern. In unserer hauseigenen Kompetenz-Unit Teengeist versuchen wir, Antworten auf diese Fragen zu finden. Deswegen befragen wir gemeinsam mit dem Echtzeit-Marktfor-

schungsunternehmen Appinio je 1.000 Teenager:innen zwischen 16 und 24 Jahren. Liegen die Ergebnisse der Echtzeitbefragungen vor, werten wir diese aus und leiten daraus spannende Insights und Erkenntnisse über die junge Zielgruppe ab.



***Gen Z und das Gründen:***  
**Ein Teengeist Report in Kooperation**  
**mit der Körber-Stiftung**

# Report zum Thema Unternehmensgründung

**Wohlstand, Wellbeing und eine gute Work-Life-Balance:** Vorurteile über die Arbeitsmoral der Gen Z gibt es viele. Sie will flexible Arbeitszeiten, gilt als selbstbewusst und hat gestalterischen Willen. Passend dazu wird ihr nachgesagt, durchaus der Gründer:innen zu sein. Stimmt das?

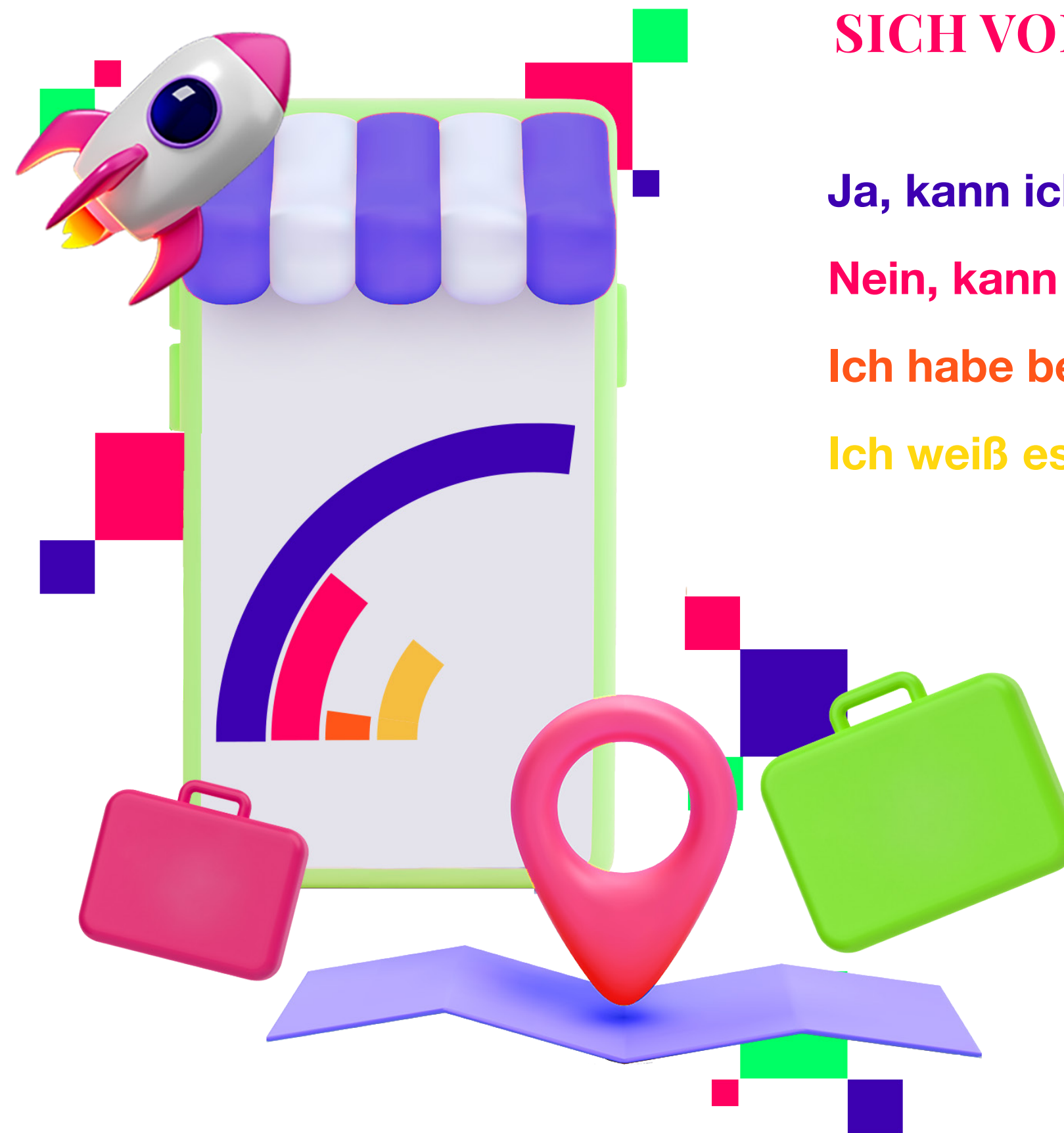
Eine Teengeist Umfrage von appinio und fischerAppelt für die Körper-Stiftung zeigt: Junge Menschen sind bereit, Verantwortung zu übernehmen – ob als Geschäftsführer:in eines Unternehmens, als Führungskraft oder sogar mit der Gründung einer eigenen Firma. Welchen Zeitpunkt sie für richtig halten und was ihre Ziele sind? Wir haben nachgefragt.

# Gründe fürs Gründen

In der **Gen Z** ist der Gründer:innengeist ausgebrochen. Mehr als die Hälfte der Teens (**54 Prozent**) kann sich vorstellen, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Diese Zahl ist durchaus beachtlich. Schließlich gibt es in der Wirtschaft verhältnismäßig weit weniger Menschen, die diesen Mut aufbringen und tatsächlich ein Unternehmen gründen.<sup>1</sup> Deshalb stellt sich die Frage: Was bewegt junge Menschen dazu?

<sup>1</sup> Rudnicka, J.: Anzahl der gewerblichen Existenzgründungen in Deutschland von 2012 bis 2022 (Stand: 29.03.2023) <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/882829/umfrage/gewerbliche-existenzgruendungen-in-deutschland/>



## **GRÜNDERGEIST: EIN GROßTEIL DER GEN Z KANN SICH VORSTELLEN ZU GRÜNDEN**

<b>Ja, kann ich mir vorstellen</b>	<b>54%</b>
<b>Nein, kann ich nicht</b>	<b>21%</b>
<b>Ich habe bereits gegründet</b>	<b>4%</b>
<b>Ich weiß es nicht</b>	<b>21%</b>

## Gründe fürs Gründen

Für **38 Prozent** ist es die Möglichkeit, gemeinsam mit einem Team Geschäftsideen zu entwickeln und umzusetzen. **36 Prozent** würde ein Überblick über das motivieren, was auf sie zukommt. Für ein Drittel der Befragten wäre der Austausch mit Menschen, die bereits gegründet haben, Antrieb für den Schritt in die Selbstständigkeit.

### WARUM GRÜNDEN? DAS SPRICHT LAUT GEN Z FÜR EIN EIGENES UNTERNEHMEN



**38%**

Ein Team, mit dem man  
gemeinsam eine Geschäftsidee  
entwickeln und umsetzen kann

**36%**

Ein Überblick darüber, was  
ungefähr auf einen zukommt

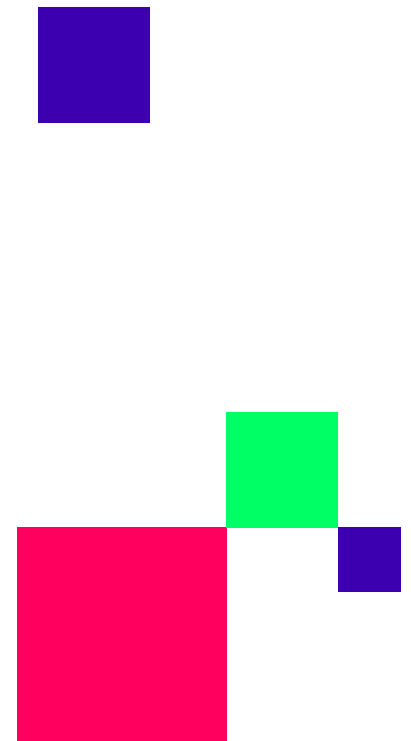
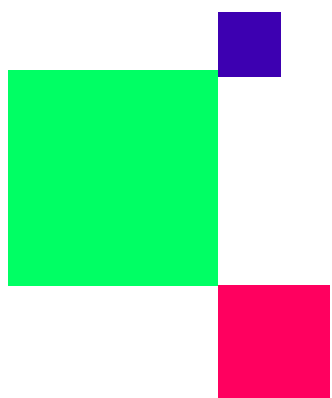
**33%**

Austausch mit Personen, die  
schon gegründet haben

# Die Branche der Wahl ist digital

**Den Gründer:innen** vorangegangener Generationen haben jene der Gen Z eine Sache voraus: Sie mussten sich den Umgang mit der digitalen Informationsflut nicht aneignen, sie sind mit ihr aufgewachsen. Die digitalisierte Welt ist ihre Heimat. Folglich würden die meisten Teens (**18 Prozent**) auch im Technologie- und IT-Bereich gründen. Das verdeutlicht gleichzeitig auch den Innovationsgeist junger Menschen, Lösungen für eine bessere Zukunft zu entwickeln. Klimaschutz und Digitalisierung sind ihnen schließlich wichtig.

Daneben treiben die Gen Z jedoch auch andere Themen um. Denn hinter der Technologie- und IT-Branche liegen die Antworten auf die Frage, in welchem Bereich die Teens gerne gründen würden, sehr nah beieinander. So sehen sich **16 Prozent** im Medien- und Unterhaltungsbusiness, **14 Prozent** im Handel, **13 Prozent** in der Bau- und Immobilienbranche sowie jeweils zwölf Prozent in der Industrie, dem Dienstleistungsgewerbe und sogar im Versicherungs- und Finanzwesen.





# Alles zu seiner Zeit



**RICHTIGE ZEIT, RICHTIGER ORT:  
WANN WÜRDEN DIE GEN Z EINE  
GRÜNDUNG ANGEHEN**

**27%**

**Früh/Am Anfang in meiner  
beruflichen Laufbahn**

**50%**

**Mitten in meiner beruflichen  
Laufbahn**

**11%**

**Am Ende meiner beruflichen  
Laufbahn**

**12%**

**Ich habe keine spezifische  
Zeit im Blick**

**Bei der Frage nach dem richtigen Zeitpunkt** für die Gründung richtet die Gen Z ihren Blick eher in die Zukunft. Die Hälfte von ihnen sagt, im Laufe ihres Berufslebens gründen zu wollen. Aber sogar jede:r Vierte (**27 Prozent**) sieht sich im Stande, zu Beginn der Laufbahn zu gründen.

Sich am Ende noch einmal in die Selbstständigkeit stürzen, kommt nur für etwa jede:n Zehnte:n in Frage. Ursache für den späteren Einstieg ins Unternehmer:innendasein ist allen voran die Erfahrung (**11 Prozent**). Bei sechs Prozent der Befragten spielt jedoch auch der Faktor Geld eine Rolle.

## Alles zu seiner Zeit

Sicher glauben deshalb die meisten Teens (44 Prozent), dass ihnen finanzielle Unterstützung durch Investor:innen oder Kredite bei der Gründung am meisten helfen würden. Erst danach folgt der Austausch mit erfahrenen Gründer:innen (42 Prozent) oder die Unterstützung durchs Team (41 Prozent).

<b>Finanzielle Unterstützung: Investor:innen oder Kredite</b>	<b>44%</b>
<b>Austausch mit erfahrenen Gründer:innen</b>	<b>42%</b>
<b>Ein Team zum gemeinsamen Gründen</b>	<b>41%</b>
<b>Zugang zu einem großen Netzwerk</b>	<b>29%</b>
<b>Rechtliche Beratung und Unterstützung</b>	<b>29%</b>

**Top 5**

**SUPPORT IS NEEDED:  
DIESE UNTERSTÜTZUNG  
WÜNSCHT SICH DIE GEN Z  
BEIM GRÜNDEN**



# Teamwork makes the dream work

**Fehlendes Verantwortungsbewusstsein** ist der Gen Z jedenfalls keineswegs vorzuwerfen. Fast drei Viertel (**73 Prozent**) der Befragten können sich vorstellen, später im Job Führungsverantwortung zu übernehmen. Etwas mehr (**76 Prozent**) würden sich sogar in der Rolle als Geschäftsführer:in eines bereits bestehenden Unternehmens sehen.

## **I'M IN CHARGE: DIE GEN Z WILL FÜHREN**

<b>Ja, ich möchte später Führungsverantwortung übernehmen</b>	<b>73%</b>
<b>Nein, ich möchte später keine Führungsverantwortung übernehmen</b>	<b>11%</b>
<b>Ich weiß nicht, ob ich später Führungsverantwortung übernehmen möchte</b>	<b>16%</b>



## Teamwork makes dream work

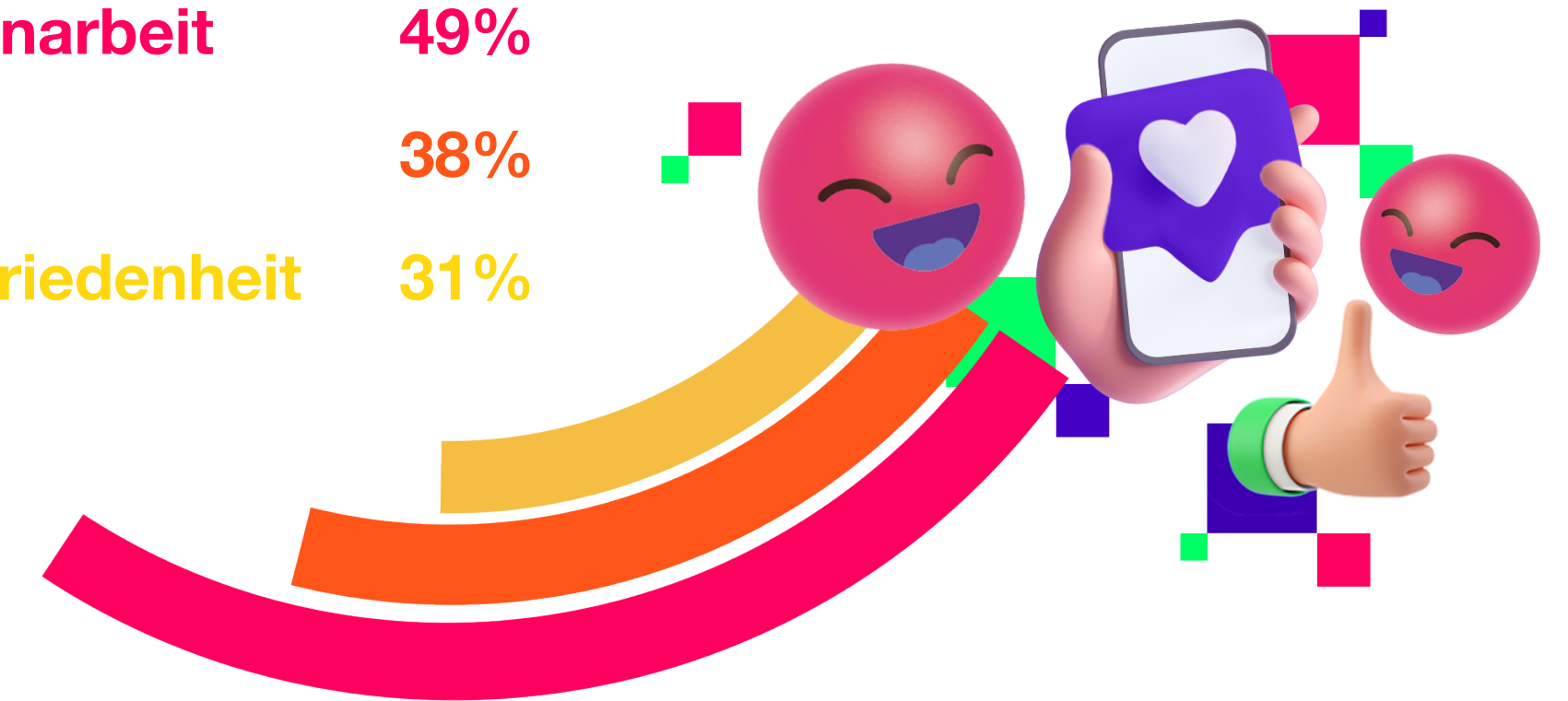
Dabei wäre ihnen gutes Teammanagement (49 Prozent) als Faktor wichtiger als das schnelle Geld (19 Prozent). Dazu passt auch ihre Selbsteinschätzung: In Sachen Teamführung würden sie sich die besten Noten ausstellen. Am schlechtesten haben sich die Befragten übrigens im Bereich Unternehmensgründung benotet, sind jedoch eigentlich bereit zu gründen. Da besteht also Nachholbedarf – sei es in der Schule oder an weiteren Lernorten.



### **TEAM ÜBER ALLES: DAS ZÄHLT FÜR DIE UNTER- NEHMER:INNEN VON MORGEN**

#### *Besonders wichtig:*

<b>Teammanagement und Zusammenarbeit</b>	<b>49%</b>
<b>Positive Unternehmenskultur</b>	<b>38%</b>
<b>Kundenorientierung &amp; Kundenzufriedenheit</b>	<b>31%</b>



#### *Weniger wichtig:*

<b>Weiterbildung / Technologien &amp; Trends</b>	<b>25%</b>
<b>Die Idee sollte viel Geld einbringen</b>	<b>19%</b>
<b>Die Idee sollte nachhaltig sein</b>	<b>17%</b>

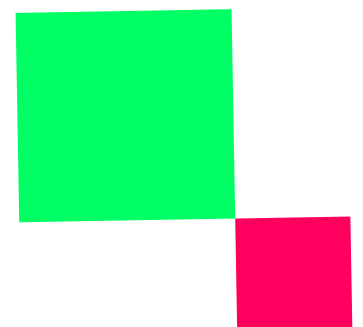
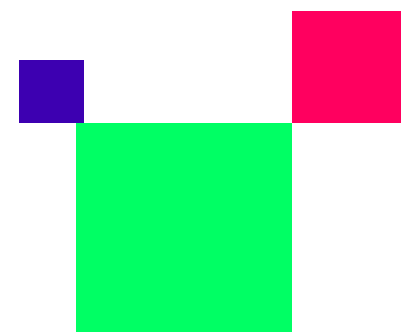
# Die Chancen stehen gut

**Die Ausgangssituation** für den Weg in die Selbstständigkeit beschreibt die Gen Z als gut. So schätzt sie ihre Chancen gegenüber denen der älteren Generationen als gleich (**36 Prozent**), beziehungsweise sogar als größer (**25 Prozent**) ein. Nur **22 Prozent** sehen das anders. Allerdings fühlt sich nur die Hälfte der Befragten mit ihren Ideen für die Zukunft ernst genommen. Dem anderen Teil geht es hier komplett anders.

Ein klares Votum gibt es dagegen wieder bei der Bedeutung von Nachhaltigkeit: Zwei Drittel der Teens finden es wichtig, dass das Thema in der Wirtschaft eine Rolle spielt. Die

Chancen stehen gut, dass sie diesen Trend höchstselbst weiter vorantreiben. Egal ob als Gründer:in oder Führungskraft.

Einige von ihnen sind diesen Schritt schon gegangen. Victor Neumann, Philipp Özren und Marie Pippert gehören dazu. Haben sie schon immer gewusst, dass sie später einmal gründen wollen? Welche Hindernisse erlebten sie auf dem Weg in die Selbstständigkeit und was hätte ihnen damals geholfen? Hier teilen die drei ihre persönlichen Geschichten, Erkenntnisse und Tipps für angehende Gründer:innen.



***Junge Gründer:innen geben***  
**Einblicke in ihre Gründungsgeschichte**

# Philipp Özren // StickTo



## Gründungsjahr

Wie alt warst du bei der Gründung?

2021 – 19 Jahre

## Wusstest du schon immer, dass du einmal gründen möchtest?

Nein, ich habe in der Schulzeit aber einige Projekte, wie z.B. Jugend forscht mitgemacht und gemerkt, dass mir das konsequente Arbeiten an Projekten sehr viel Spaß macht. Gegen Ende der Schulzeit kam meinem Mitgründer Julian und mir dann die Idee zu StickTo und mit der Zeit auch die Erkenntnis, dass man diese am besten im Rahmen einer Unternehmensgründung umsetzen kann.

## Was hätte dir – aus heutiger Sicht – auf dem Weg in die Gründung damals geholfen?

Es wäre hilfreich gewesen, wenn das Thema in der Schule als mögliche berufliche Perspektive mehr Beachtung gefunden hätte. Häufig mangelt es leider noch immer an sinnstiftenden Beratungen. Als wir verschiedene Akteure zum Thema Gründung befragten, bekamen

wir die legendären „fünf Meinungen von vier Personen“. Als sehr junger Mensch wird man so schnell vor die Aufgabe gestellt, Entscheidungen in einem sehr ungewohnten Umfeld zu treffen.

## Welche Tipps hast du für junge Leute, die gründen möchten?

Eine Gründung bringt viele große Aufgaben mit sich: Man muss ein Produkt oder eine Dienstleistung entwickeln, vermarkten und Unterstützer finden. Manchmal scheinen Aufgaben unlösbar. Aber es lohnt sich, dran zu bleiben. Schon der enorme Erfahrungsgewinn macht eine Unternehmensgründung so wertvoll, auch wenn das Produkt keinen durchschlagenden Erfolg feiern sollte. Also stellt viele Fragen, sucht Euch Gleichgesinnte und traut Euch!

# Marie Pippert // oclean gGmbH



## Gründungsjahr

Wie alt warst du bei der Gründung?  
2019 / 24 Jahre alt

## Wusstest du schon immer, dass du einmal gründen möchtest?

Nein! Ich war sogar eher davon ‚abgeschreckt‘, als ich ein Praktikum in einem Startup absolviert habe, wo alles sehr chaotisch war und ich hatte nie geplant, selbst zu gründen. Ich bin da irgendwie dann doch reingerutscht und bin nun sehr froh drum.

## Was hätte dir – aus heutiger Sicht – auf dem Weg in die Gründung damals geholfen?

Ein größeres Beratungsangebot, was den Gründungsprozess angeht. Wir hatten das Glück, dass wir beratende Unterstützung aus dem privaten Umfeld hatten. Ich hatte den zeitlichen und bürokratischen Aufwand einer Gründung unterschätzt und wäre über öffentliche Angebote sehr dankbar gewesen.

## Welche Tipps hast du für junge Leute, die gründen möchten?

Wenn du etwas gefunden hast, das du leidenschaftlich nach vorne bringen willst – sei mutig!



# Victor Neumann // Invest it! e.V.



## Gründungsjahr

Wie alt warst du bei der Gründung?  
**2020, Ich bin gerade 18 Jahre geworden.**

## Wusstest du schon immer, dass du einmal gründen möchtest?

Ursprünglich nicht. Ich wollte immer in einer Bank arbeiten, aber habe dann irgendwann bemerkt, dass das für mich nicht erfüllend sein wird. Ich wollte, so stumpf es klingt, mehr Impact erzielen und habe gesehen, dass man echte gesellschaftliche Veränderung auch selbst anpacken kann, wenn man sozial-unternehmerisch tätig wird.

## Was hätte dir – aus heutiger Sicht – auf dem Weg in die Gründung damals geholfen?

Fokus. Besonders als junge:r Gründer:in ist alles sehr aufregend, und man verliert schnell den Blick fürs Wesentliche, konzentriert sich auf Vanity Metrics und Dinge, die einen nicht weiterbringen. LinkedIn und Networking Events sind cool, aber was am Ende zählt,

sind echte, (zahlende) User:innen, die „retained“ bleiben. Und 9/10 Mal wird diese Metric nicht von LinkedIn und Networking Events vorangetrieben, sondern von fokussierter, stetiger und langweiliger Arbeit.

## Welche Tipps hast du für junge Leute, die gründen möchten?

Frag dich 3x, ob du gründen willst. Aktuell leben wir in einer Zeit, wo „Gründen“ cool geworden ist. Das führt dazu, dass viele aus der falschen Motivation heraus etwas starten. Sie glauben 1) schnell reich zu werden, 2) berühmt zu werden oder 3) finden einfach den „busy“ Lifestyle cool. Aber wenn das die Motivation ist, wird das Gründen vermutlich nicht erfolgreich. Denn es wird viele Phasen geben, wo niemand an den potenziellen Erfolg der Idee glaubt und wo man kurz vor dem Ende

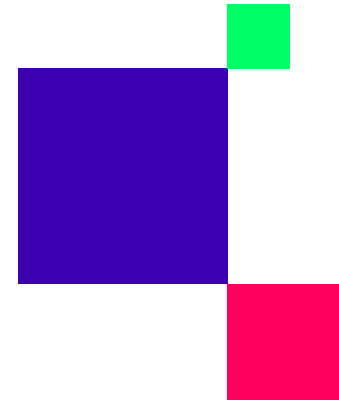
# Victor Neumann // Invest it! e.V.

steht. Ich selbst habe for-profit und non-profit gegründet und war in Startups aktiv. Bei einem Non-profit Unternehmen ist es etwas entspannter, aber bei einem for-profit Startup können Zeiten echt hart sein, wenn man nicht weiß, wie man nächsten Monat die Gehälter zahlen soll, weil z.B. ein Investor 100.000 Euro einfach nicht überweist. Dann steht man da um 2 Uhr nachts im Büro und rechnet an einem Whiteboard Optionen durch, wie die Firma überleben kann und muss im Zweifel Leute entlassen, die eigentlich einen guten Job

machen. Entscheidungen, die niemand treffen will und wo es kein „richtig“ und „falsch“ gibt, weil sich alles falsch anfühlt. Wie schon Sam Altman einmal gesagt hat, „A lot of people underestimate how much bad stuff is constantly happening to you, and it eventually breaks them when trying to build a company.“.

Es ist ein harter Weg, aber wenn man irgendwann Traction und erste Erfolge sieht, ist es auch unglaublich motivierend.

*Über die*  
**Körper-Stiftung**

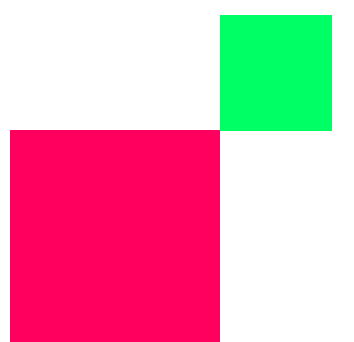


**Die Körber-Stiftung** stellt sich mit ihren operativen Projekten, in ihren Netzwerken und mit Kooperationspartnern aktuellen Herausforderungen in den Handlungsfeldern Internationale Verständigung, Wissen von morgen und Lebendige Bürgergesellschaft. 1959 von dem Unternehmer Kurt Körber ins Leben gerufen, ist die Stiftung heute von ihren Standorten Hamburg und Berlin aus national und international aktiv.

**Der Körber Start-Hub** bietet einen offenen Ort für junge Menschen, die die Gesellschaft besser machen wollen. Hier finden sie ein umfassendes Angebot zum gemeinsamen Lernen, zur Vernetzung oder zur Gründung eines zukunftswirksamen Unternehmens. Denn inmitten von Klimawandel, den Folgen der Corona-Pandemie und sozialen

Ungleichheiten ist die Generation der **13 bis 30 Jährigen** als nächste Generation der Unternehmer:innen gefragt, die Weichen für eine lebenswerte Zukunft zu stellen.

Das neue Programm der Körber-Stiftung stellt auf **500 m<sup>2</sup>** eine Etage des Stiftungsgebäudes zur Verfügung. Die 20 Arbeitsplätze, drei Meetingräume, zahlreichen Workshopangebote und Veranstaltungen stehen allen zur Verfügung, die Ideen entwickeln wollen. Als Gründungsmitglied der Allianz für Social Entrepreneurship, einer Initiative der Behörde für Wirtschaft und Innovation Hamburg, beteiligt sich die Körber-Stiftung mit dem Körber Start-Hub aktiv daran in der Metropolregion Unternehmen zu fördern, für die ein gesellschaftliches Ziel den Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit darstellt.



# **UNSERE KOMPETENZ-UNIT**

*Lernen Sie uns kennen*



**BENJAMIN WERNER**

**New Business, Marketing & Partnerships**

**T** +49 (0)40 899 699-0

**E** benjamin.werner@fischerappelt.de



**ANNA KÜHN**

**Senior Concept Creative**

**T** +49 (0)40 899 699-0

**E** anna.kuehn@fischerappelt.de

**fischerAppelt | Waterlooain 5 | 22769 Hamburg**

**T** +49 (0)40 899 699-0

**E** info@fischerappelt.de

**www.fischerappelt.de**

