

Auf einen Blick

Umsetzung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung in Deutschland – Diskussionsbericht zu einem Workshop über Herausforderungen bei der Neuauflage der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie

Abbildung 1: Die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen



Quelle: Vereinte Nationen

Nachhaltigkeit gewinnt als Leitprinzip für das politische Handeln der Bundesregierung zunehmend an Bedeutung. Mit der Neuauflage der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie strebt die Bundesregierung an, die im September 2015 von der Generalversammlung der UN verabschiedete 2030-Agenda für eine nachhaltige Entwicklung mit ihren 17 Zielen (Sustainable Development Goals, SDGs, siehe Abbildung 1) auf nationaler Ebene zu verankern.¹ Hierzu wird die erstmals im Jahr 2002 aufgelegte Nachhaltigkeitsstrategie durch neue Ziele ergänzt und mit weiteren Indikatoren hinterlegt. Die überarbeitete Strategie soll noch im November 2016 dem Kabinett vorgelegt und künftig als „Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie“ fortgeführt werden.

In einem internen Workshop mit einem Impulsvortrag von Herrn Dr. Nils aus dem Moore vom Rheinisch-Westfälischen Institut für Wirtschaftsforschung (RWI)² diskutierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie die Herausforderungen, die mit diesem Prozess einhergehen. Argumente und Erkenntnisse aus dem Workshop werden im Folgenden dargestellt.

Zielkonflikte erkennen und ausbalancieren

Die Bundesregierung bezieht sich in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie auf eine Definition von Nachhaltigkeit, die sowohl

1 Diese 17 Ziele sollen bis 2030 erreicht werden. Sie werden in 169 Unterzielen konkretisiert.

2 Dr. Nils aus dem Moore leitet am RWI die Forschungsgruppe „Nachhaltigkeit und Governance“.

eine intertemporale als auch eine interdisziplinäre Komponente enthält. So soll eine nachhaltige Entwicklung den Bedürfnissen der heutigen sowie künftiger Generationen gerecht werden. Dabei sollen ökonomische, soziale und ökologische Belange in ausbalancierter Weise berücksichtigt werden. Dieses Verständnis von Nachhaltigkeit ermöglicht auf theoretischer Ebene eine ganzheitliche und ausgewogene Herangehensweise. Die praktische Umsetzung in eine konkrete politische Agenda erfordert allerdings Weitblick und Fingerspitzengefühl. So bestehen zwischen den verschiedenen Nachhaltigkeitszielen vielfältige Wechselwirkungen, die zu politökonomischen Zielkonflikten führen können. Ein prominentes Beispiel hierfür ist das Ziel, den Konsum – zum Beispiel durch eine Steigerung des Marktanteils von Bio-Lebensmitteln – nachhaltiger zu gestalten. Da Bio-Lebensmittel in der Regel teurer sind als konventionelle Produkte, könnte dieses Ziel insbesondere das Realeinkommen der Bezieher kleiner Einkommen schmälern und damit in Konflikt zum Ziel, Ungleichheit zu verringern, geraten. Diesen und weitere Zielkonflikte gilt es zu erkennen und bei der weiteren Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsstrategie zu berücksichtigen. Hierzu kann etwa die Wissenschaft beitragen, indem sie Interdependenzen aufdeckt und Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge gezielt erforscht.

Indikatoren und Zielwerte sorgfältig prüfen

Während die Vereinten Nationen noch darum ringen, die 169 Unterziele der SDGs zu formulieren und mit der Definition von Indikatoren die Voraussetzungen dafür zu schaffen, Entwicklungen zu messen, hat die Bundesregierung bereits weitgehend konkrete Indikatoren und Zielvorgaben festgelegt. Damit nimmt Deutschland international eine Vorreiterrolle ein. Bei allen Vorteilen, die konkrete Zielvorgaben bieten, dürfen die damit verbundenen Schwächen nicht aus dem Blick geraten: Nicht für alle Lebensbereiche, die in der Nachhaltigkeitsstrategie angesprochen sind, stehen Daten zur Verfügung, anhand derer sich Entwicklungen messen lassen. Ein Beispiel hierfür ist das Maß für die Verbreitung von Nachhaltigkeitsstandards in globalen Lieferketten. Mangels besserer Alternativen soll der Umsatzanteil der Mitglieder des Bündnisses für nachhaltige Textilien³ als Indikator dienen. Dabei stellt sich die berechnete Frage, wie repräsentativ der Textilsektor für die deutsche Volkswirtschaft insgesamt ist und folglich, wie



aussagekräftig die Entwicklung dieses Indikators tatsächlich ist. Um die Aussagekraft der Indikatoren nicht zu überschätzen, ist es wichtig, solche Schwächen im weiteren Prozess zu thematisieren.

Neben der Frage nach den geeigneten Indikatoren liegt eine weitere Herausforderung in der Festlegung der „richtigen“ Zielwerte. Ohne Zweifel können konkrete Zielwerte dazu beitragen, Handlungsstrategien zielgenauer zu formulieren. Je konkreter ein (Unter-)Ziel ist, desto leichter fällt es zudem, Akteure zum Handeln zu motivieren. Das haben auch die Millennium Development Goals als Vorgänger der SDGs gezeigt. Dennoch stellt sich die Frage, welche Zielwerte tatsächlich geeignet sind, soziale, ökologische und wirtschaftspolitische Maßnahmen – im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung bis zum Jahr 2030 – zu formulieren. Häufig lässt sich ein konkreter Zielwert nicht belastbar aus wissenschaftlichen Erkenntnissen ableiten. Darüber hinaus stellt sich aber auch das grundsätzliche Problem, dass die Festlegung eines hinreichend ambitionierten, aber auch realistischen Zielwerts für einen künftigen Termin (z. B. 2030) entscheidend davon abhängt, auf welchem Wege und zu welchen Kosten (das heißt Zieleinbußen bei anderen Zielen) er erreicht werden kann. Dies kann sich aber im Zeitablauf zum Beispiel durch neue Technologien ändern.

³ Das Bündnis für nachhaltige Textilien wurde im Jahr 2014 als Multi-Stakeholder-Initiative (Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Standardorganisationen und Gewerkschaften) gegründet. Es zielt darauf, soziale, ökologische und ökonomische Verbesserungen entlang der Textillieferkette zu erreichen.

Die richtige Handlungsebene finden und individuelle Schwerpunkte setzen

Die Staatengemeinschaft steht vor der großen Herausforderung, für die einzelnen Ziele der Agenda 2030 die richtige Umsetzungsebene zu finden und auf dieser voranzuschreiten. Nicht alle Ziele haben für alle Länder die gleiche Relevanz. Bei der Umsetzung der Agenda werden die einzelnen Staaten deshalb notwendigerweise unterschiedliche Akzente setzen. Zum Beispiel hat das Ziel Nr. 1, bis zum Jahr 2030 Armut in jeder Form und überall zu beenden, für Deutschland augenscheinlich weniger Relevanz als für ein Entwicklungsland, jedenfalls wenn es im Sinn absoluter Armut zu verstehen ist.⁴ Das Ziel, Konsum verantwortlich zu gestalten,

wird wiederum auf der politischen Agenda eines Landes erst dann einen entsprechenden Stellenwert erhalten, wenn die Grundbedürfnisse der Bevölkerung gedeckt sind. Die unterschiedliche Gewichtung der Ziele liegt daher in der Natur der Sache. Sie sollte allerdings nicht dazu führen, dass sich die Staaten in ihren nationalen Umsetzungsstrategien auf Handlungsfelder fokussieren, in denen ihnen die Zielerreichung besonders leicht fällt, und dabei tatsächlichen Handlungsbedarf vernachlässigen.

Kontakt: Christina Ronhardt
Referat: Grundsatzfragen der Wirtschaftspolitik

Synergieworkshop des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie unter dem Motto „Innovative Lösungen für die Digitalisierung und Vernetzung der Wirtschaft“



Die „Always-on“-Kultur unserer Gesellschaft – also einer Gesellschaft, die immer online ist – führt zu einem stark veränderten Konsumentenverhalten. Dieses ist von steigenden Qualitätsanforderungen, wachsender Individualisierbarkeit der Produkte, schneller und passgenauer Lieferung und immer höheren After-Sales-Erwartungen der Kunden geprägt. In der Folge sind in den letzten Jahren weltweit die größten Umwälzungen eingeleitet worden, mit denen Produzenten und Dienstleister jemals konfrontiert worden sind. Nicht mehr die Produkt- und Serviceangebote, sondern die mobilen, vernetzten und hochinformier-

ten Kunden stehen als gestaltende Kräfte im Mittelpunkt dieser Entwicklung. Von ihrem Verhalten gehen branchenübergreifend starke Impulse für betriebliche Strukturanpassungen und die Vernetzung der Unternehmen aus, die derzeit unter dem Begriff „Wirtschaft 4.0“ subsumiert werden.

Laut einer aktuellen Untersuchung des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim weist bisher lediglich jedes fünfte Unternehmen einen fortgeschrittenen digitalen Reifegrad auf. Knapp die Hälfte der Unternehmen gehört zum Mittelfeld: Sie haben bisher vor-

4 Würde man das Ziel im Sinn relativer Armut verstehen, wäre es redundant zum Ziel, Ungleichheit zu reduzieren.



Unter der Moderation von Ulrich Walter diskutieren (von links) Dr. Dirk Kühling (Freie Hansestadt Bremen), Prof. Dr. Katharina Hölzle (Mittelstand-4.0-Kompetenzzentrum Berlin), Fabian Jain (Zahnarztpraxis KU64), Prof. Dr. Volker Stich (Mittelstand-4.0-Kompetenzzentrum Dortmund – Geschäftsstelle Aachen) und Dr. Markus Kühn (Handwerkskammer Saarland) den Weg zur intelligent vernetzten Produktion und Dienstleistung sowie die Bedeutung der Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren.

wiegend einzelne „Inseln“ der betrieblichen Abläufe digitalisiert und vernetzt. Fast ein Drittel aller kleinen und mittleren Unternehmen gehören zu den digitalen Nachzüglern, die in der digitalen Transformation ihrer Organisation und Prozesse bislang mehr Risiken – z. B. durch Datendiebstahl oder Cyberkriminalität – als Chancen sehen. Dies macht deutlich, dass insbesondere kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland eine fachliche und branchenübergreifende Unterstützung und besonders praxisnahe Hilfen bei der Digitalisierung ihrer Prozesse benötigen, um nicht ins wirtschaftliche Abseits zu geraten.

Synergieworkshop des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

Vor diesem Hintergrund hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie am 29. September 2016 zu einem Synergieworkshop unter dem Motto „Innovative Lösungen für die Digitalisierung und Vernetzung im Mittelstand“ nach Berlin eingeladen.

Rund 200 Experten diskutierten im Rahmen der Veranstaltung intensiv über den Wandel in der Wirtschaft, der durch die Digitalisierung ausgelöst wird. Im Zentrum stand die Frage, wie die mittelständisch geprägte deutsche Wirtschaft noch stärker motiviert werden kann, die Chancen der Digitalisierung zur Erhaltung bzw. Stärkung der Wettbewerbsposition zu ergreifen.

Förderinitiative Mittelstand 4.0 zur Unterstützung bei der Digitalisierung wird ausgeweitet

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass dieser Unterstützungsbedarf für alle Branchen und bei allen bedeutenden Themen der Digitalisierung – wie z. B. Smart Data, betriebliche Prozesse, Machine-to-Machine-Kommunikation, Cloud Services, IT-Sicherheit – weiterhin groß ist. Deshalb werde die Förderinitiative Mittelstand 4.0 weiter verstärkt, wie die Leiterin des Referats Mittelstand-Digital im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Angelika Müller, in ihrem Eröffnungs-Statement erläuterte. Zusätzliche Konsortien sollen das bestehende Netzwerk aus zehn Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren sowie dem Kompetenzzentrum „Digitales Handwerk“ verstärken und insbesondere thematisch erweitern. Zu den bisherigen, stark auf Produktionsprozesse fokussierten Zentren sollen im Rahmen einer neuen Ausschreibung weitere Themenfelder und Branchen adressiert werden. Wichtige Beispiele seien u. a. im Dienstleistungsbereich die Gesundheitswirtschaft, der Tourismus, die Dienstleister in der Logistik sowie die Landwirtschaft. Projektskizzen können bis zum 23. Dezember 2016 eingereicht werden.¹

Auch durch die angeregte Podiumsdiskussion wurde der Bedarf an weiteren Zentren bestätigt. Vertreter der Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren Dortmund und Berlin verdeutlichten, wie weit der Unterstützungsbedarf für mittel-

1 Die neue Ausschreibung ist hier abrufbar: http://redaktion.bmwi.de/MD/Redaktion/DE/PDF/bekanntmachung-zur-f_C3_B6rderinitiative_property=pdf,bereich=md,sprache=de,rwb=true.pdf

ständige Unternehmen reicht. Für die Zukunft gilt, dass insbesondere das vielfach bereits vorhandene Wissen z. B. mit Hilfe der in den Zentren aktiven Pilotunternehmen in die Wirtschaft transferiert werden muss. Auch der Vertreter der Freien Hansestadt Bremen, Dr. Dirk Kühling, sowie der Handwerkskammer Saarland, Dr. Markus Kühn, unterstrichen in ihren Beiträgen, welche große Rolle Pilotunternehmen mit ihren Positivbeispielen zukommt. Zudem verdeutlichte Fabian Jain, als Vertreter einer großen Praxisgemeinschaft von Zahnärzten, dass nur durch die vollständige Digitalisierung aller Prozesse – also auch das elektronische Buchen von Terminen, die elektronische Patientenakte und die vollständige Transparenz der Behandlungshistorie – Effizienzreserven ausgeschöpft werden können.

Wie wichtig elektronische Standards für die digitale Vernetzung sind, wurde im Vortrag von Dr.-Ing. Götz Marczinski deutlich. Der Leiter des eStandard-Projektes CoCoDeal warb für die stärkere Nutzung und Verbreitung bereits vorhandener eBusiness-Standards, die beispielsweise in den Förderprojekten zu Mittelstand-Digital erarbeitet worden sind. Digitalisierte Prozesse und Maschinen, die sich selbständig untereinander koordinieren, sind ohne gut gepflegte Stammdaten und harmonisierte eBusiness-Standards nicht zu implementieren.

Thomas Immich von centigrade hob hervor, dass erfolgreiche Produkte eine intelligente Kombination von Hardware, Software und Service darstellen. Nicht die Produktmerkmale, sondern deren Beitrag zur Erfüllung der Nutzerbedürfnisse seien erfolgsentscheidend. Entsprechend brauche es vor dem Festlegen von Spezifikationen zur Entwicklung zunächst die Analyse des Nutzers, seiner Tätigkeiten und Bedürfnisse. Beim anschließenden Design-Prozess könnten dann vielfältige Skizzierungs- und Visualisierungsmethoden zum Einsatz kommen, um Ideen auf ihre Praxistauglichkeit zu testen.

Während des Workshops stellte zudem Pia Sue Helferich von der Mittelstand-4.0-Agentur für Kommunikation die Angebote und Unterstützungsleistungen der vier verschiedenen Agenturen Cloud, Handel, Kommunikation und Prozesse vor. Die Mittelstand-4.0-Agenturen haben insbesondere die Kommunikation mit Multiplikatoren bei Verbänden, Kammern und Beratern als Zielgruppe im Fokus. Darüber hinaus unterstützen sie aber auch die Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren mit vielfältigem Fach- und Methodenwissen.



Details zur neuen Ausschreibung für weitere Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren werden in Bildern dokumentiert.

Neben dem fachlichen Austausch diente der Workshop auch dazu, mögliche zukünftige Partner für die neu beschriebenen Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren zu vernetzen und durch den Projektträger zu informieren. Die Teilnehmer des Synergieworkshops folgten daher aufmerksam den Ausführungen von Dr. Sven Nußbaum vom DLR Projektträger zur Erläuterung der neuen Ausschreibung. Zudem wurde das Angebot des Projektträgers intensiv in Anspruch genommen, Fragen der Interessenten und möglicher Konsortialpartner zu beantworten.

Kontakt: Juliette Melzow
Referat: Mittelstand-Digital
und Dr. Franz Büllingen, Leiter Begleitforschung
Mittelstand-Digital

Mehr Investitionen in Europa und der Welt: die aktuellen Vorschläge der Europäischen Kommission



Die Investitionsoffensive für Europa

Nicht nur Deutschland, auch Europa braucht in erheblichem Umfang zusätzliche Investitionen, um sein Wachstumspotenzial nachhaltig zu stärken und Arbeitsplätze zu schaffen. Die Europäische Kommission hat daher im November 2014 ihre Investitionsoffensive für Europa vorgestellt. Ihr zentrales, innovatives Element bildet der so genannte „Europäische Fonds für Strategische Investitionen“ (EFSI), der als Garantieinstrument mit Mitteln aus dem Privatsektor bis Mitte 2019 zusätzliche Investitionen in Höhe von 315 Milliarden Euro mobilisieren soll.¹

Am 14. September 2016 hat die Kommission vorgeschlagen, den EFSI um anderthalb Jahre bis Ende 2020 zu verlängern und sein Volumen so auszuweiten, dass bis zu diesem Datum europaweit zusätzliche Investitionen im Umfang von 500 Milliarden Euro angeschoben werden. Dies entspricht einem Aufwuchs um nahezu 200 Milliarden Euro gegenüber dem ursprünglich vorgesehenen Volumen. Darüber hinaus sollen aus Sicht der Kommission die beiden anderen Säulen der Investitionsoffensive, die technische Hilfe und die Beseitigung von Investitionshemmnissen auf europäischer wie mitgliedstaatlicher Ebene, ausgebaut beziehungsweise vorangetrieben werden.

Europäische Kommission und Europäische Investitionsbank (EIB) erwarten, dass die bislang genehmigten EFSI-Finanzierungen zu Investitionen von insgesamt 138 Mil-

liarden Euro in bislang 27 der 28 EU-Mitgliedstaaten führen (s. Abbildung 1; nur in Zypern liegt bisher kein EFSI-gefördertes Projekt vor). Mit Hilfe des EFSI wird beispielsweise in die Förderung von Innovationen, erneuerbaren Energien, Infrastrukturprojekten oder kleinen und mittleren Unternehmen investiert.²

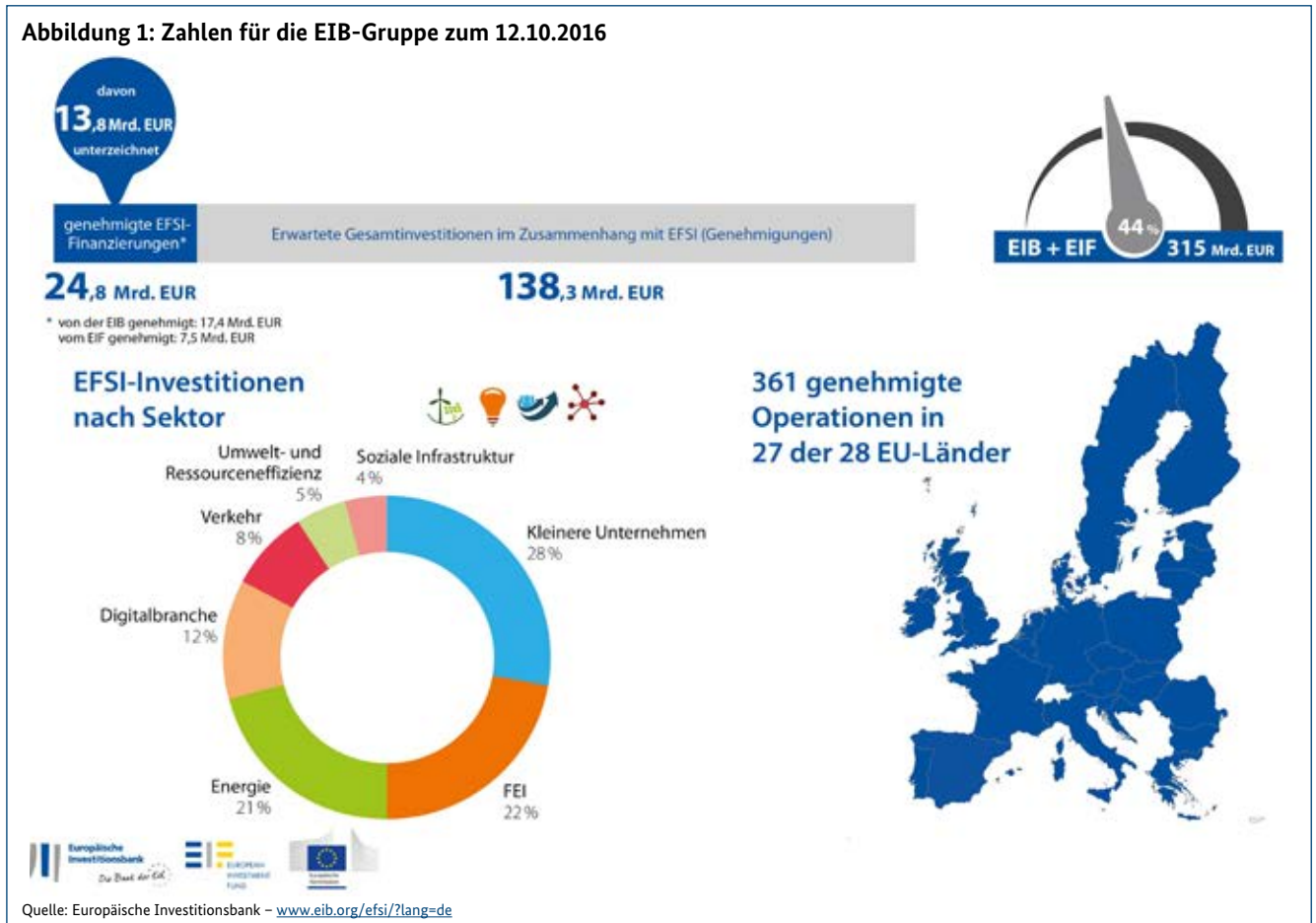
Künftig sollte bei der Auswahl der Projekte der Aspekt der Förderung deutlicher in den Fokus rücken. Es sollten tatsächlich zusätzliche Investitionen gefördert werden, die ohne den EFSI aufgrund von Marktversagen oder suboptimalen Investitionsbedingungen nicht zustande kämen. Die noch ausstehende Evaluierung der bisherigen Erfahrungen mit dem EFSI kann wichtige Hinweise geben, wie dies in Zukunft besser erreicht werden kann. Anders als von der Kommission vorgeschlagen, reicht die Zugehörigkeit zu bestimmten Bereichen oder Regionen als Nachweis der Zusätzlichkeit nicht aus. Entscheidend für die Förderung aus EFSI-Mitteln muss die Qualität der einzelnen Projekte sein.

Eine „Europäische Investitionsoffensive für Drittländer“

Um nachhaltige Entwicklung auch außerhalb Europas zu fördern und dadurch auch den Ursachen für Flucht und Migration zu begegnen, hat die Kommission ebenfalls am 14. September 2016 eine „Investitionsoffensive für Drittländer“ vorgeschlagen. Dieses neue Instrument soll dazu bei-

- 1 Die weiteren Säulen der Initiative bilden die Unterstützung bei der Umsetzung von Investitionsprojekten sowie die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Investitionen (zu den Details der Investitionsoffensive siehe die Schlaglichter der Wirtschaftspolitik vom Dezember 2015).
- 2 Beispielsweise konnte in Deutschland das von der KfW angebotene Existenzgründerprogramm „ERP-Gründerkredit – StartGeld“ mit Hilfe des EFSI auf ein Garantievolumen von einer Milliarde Euro bis Ende 2018 ausgeweitet werden (siehe Schlaglichter der Wirtschaftspolitik vom Dezember 2015).

Abbildung 1: Zahlen für die EIB-Gruppe zum 12.10.2016



tragen, Investitionen in Afrika und der Nachbarschaft der EU anzukurbeln und Hemmnisse für private Investitionen zu beseitigen.

Die Kommission reagiert damit auf eine Forderung des Europäischen Rates, der im Juni 2016 die Nutzung „aller einschlägigen Finanzierungsinstrumente und -quellen“ gefordert hatte, um insbesondere Investitionen in den wichtigsten Herkunfts- und Transitländern der in Europa ankommenden Migranten zu fördern.

Die Investitionsoffensive für Drittländer beruht auf dem Vorbild der Investitionsoffensive für Europa. Sie besteht ebenfalls aus drei Säulen, dem „Europäischen Fonds für nachhaltige Entwicklung“ (EFSD) als zentralem Element, der Gewährung technischer Hilfe (etwa durch konkrete Beratung zu Investitionsprojekten) sowie der Verbesserung des Investitionsklimas durch notwendige Strukturreformen. Die Maßnahmen des EFSD, etwa Kredite, Beteiligungen und Risikokapital, sollen durch neuartige Garantien abgesichert werden, die mit Mitteln aus dem EU-Haushalt und dem Europäischen Entwicklungsfonds in Höhe von 750 Millionen Euro ausgestattet sind.

Insgesamt stehen 3,35 Milliarden Euro an EU-Mitteln zur Verfügung, um bis 2020 private und öffentliche Investitionen von rund 44 Milliarden Euro in Afrika sowie in der südlichen und östlichen Nachbarschaft der EU zu mobilisieren. Die Investitionsoffensive für Drittländer ist ein sinnvolles Instrument, um die Ursachen von Flucht und Migration zu bekämpfen und eine wirtschaftlich nachhaltige Entwicklung in Afrika und der europäischen Nachbarschaft zu fördern. Um größtmögliche Wirksamkeit zu entfalten, müssen sich, so der Europäische Rat, die verschiedenen Instrumente in stimmiger Weise ergänzen. Dies betrifft insbesondere die von der EIB vorgeschlagene Investitions- bzw. „Resilienzinitiative“ für die südliche Nachbarschaft der EU und die Länder des westlichen Balkans, die ähnlich der Investitionsoffensive für Drittländer aufgebaut ist. Hier erfolgte der Startschuss im Oktober.

Kontakt: Joachim Smend
Referat: Europa 2020, Aspekte der EU-Wirtschafts- und Finanzpolitik, Bund-Länder

Einladung zur Gründerwoche Deutschland: Impulse für ein gründerfreundliches Klima



Vom 14. bis 20. November 2016 findet die Gründerwoche Deutschland statt. Zum siebten Mal führen die Partner der Gründerwoche – darunter Kammern, Wirtschaftsförderungen, Bildungseinrichtungen, Gründungsinitiativen und Unternehmen – unter der Federführung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie deutschlandweit vielfältige Veranstaltungen durch.

Ob Vortrag, Seminar oder Webinar, Workshop, Erfahrungsaustausch und Networking oder Unternehmensplanspiel: In der Aktionswoche wollen die Partner, von denen viele sich zum wiederholten Mal bei der Gründerwoche engagieren, Gründergeist wecken. Gemeinsam mit gründungsinteressierten und jungen Unternehmen diskutieren sie die vielfältigen Aspekte von Gründung und stellen Informations-, Beratungs- und Unterstützungsangebote für die Existenzgründung vor.

Alle Veranstaltungsangebote finden Sie im zentralen Veranstaltungskalender:



bit.ly/gruenderwoche_veranstaltungskalender

Viele angehende Gründerinnen und Gründer interessieren sich besonders für Veranstaltungen, die von mehreren Partnern direkt vor Ort durchgeführt werden, weil sie Informationen und Angebote bündeln und das lokale und regionale „Gründungs-Ökosystem“ sichtbar machen. In der neuen Publikation „Netzwerke für ein besseres Gründungsklima“ zeigen zwölf erfolgreiche Beispiele anschaulich, wie sich Bürgermeister, Wirtschaftsförderer, Kammervertreter genauso wie Unternehmerinnen und Unternehmer oder Bildungseinrichtungen zusammengeschlossen haben, um das Gründungsklima vor Ort durch ein gemeinsames Engagement bei der Gründerwoche zu verbessern. Die Projekte reichen von einer lokalen Gründungsoffensive über Migrantinnen-Netzwerke bis hin zum generationsübergreifenden Austausch.

Download und Bestellung von „Netzwerke für ein besseres Gründungsklima“ unter:

bit.ly/existenzgruender_gruendungsklima

Wer Gründergeist und Gründungskultur fördern möchte, kann sich allein oder in Kooperation mit anderen Partnern in der Gründerwoche engagieren. Wer Anregungen für die Existenzgründung sucht oder sich über den Weg zum eigenen Unternehmen informieren möchte, ist herzlich eingeladen, die vielfältigen Veranstaltungen der Gründerwoche zu besuchen.

Auch in diesem Jahr macht die Gründerwoche besonders auf die Potenziale von weiblichem Unternehmertum und Gründerinnen aufmerksam. Dazu findet am 17. November 2016 der Aktionstag der BMWi-Initiative „FRAUEN unternehmen“ statt. Die „Vorbild-Unternehmerinnen“ der Initiative stehen an diesem Tag als Gesprächspartnerinnen bereit. Als Expertinnen geben sie Tipps aus der Unternehmerinnen-Praxis und machen Mut zur Selbständigkeit. Begleitend wird eine Telefon-Hotline für gründungsinteressierte Anruferinnen geschaltet.

Infos zum Aktionstag unter:



bit.ly/existenzgruenderinnen_aktionstag

Die Gründerwoche Deutschland ist Teil der Global Entrepreneurship Week (GEW), deren Partner weltweit in über 160 Ländern jeweils in der dritten Novemberwoche Veranstaltungen zur Förderung von Gründergeist, Innovation und Unternehmertum organisieren.

Auf der Website der Gründerwoche Deutschland finden Sie alle Informationen über die Initiative: Partner, Veranstaltungen, besondere Aktionen, Hinweise zum Stand der internationalen Gründungsforschung:

www.gruenderwoche.de

Kontakt: Holger Maus

Referat: Unternehmensgründung, Finanzierungs- und Förderberatung

Wirtschaftspolitische Termine des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

November 2016	
07./08.11.	Eurogruppe/ECOFIN
07.11.	Auftragseingang im Verarbeitenden Gewerbe (September)
08.11.	Produktion im Produzierenden Gewerbe (September)
11.11.	Pressemeldung zur wirtschaftlichen Lage
11.11.	Handelsministerrat
16.11.	ECOFIN und Kohäsionsrat
21.11.	vs. Eurogruppe
28.11.	Wettbewerbsfähigkeitsrat/Industrie
Ende November 2016	Schlaglichter (Newsletter und Veröffentlichung)
Dezember 2016	
02.12.	TTE-Rat (Telekommunikation)
05.12.	TTE-Rat (Energie) und Eurogruppe
06.12.	ECOFIN; Auftragseingang im Verarbeitenden Gewerbe (Oktober)
06.12.	Auftragseingang im Verarbeitenden Gewerbe (Oktober)
07.12.	Produktion im Produzierenden Gewerbe (Oktober)
12.12.	Pressemeldung zur wirtschaftlichen Lage
15./16.12.	Europäischer Rat
Ende Dezember 2016	Schlaglichter (Newsletter und Veröffentlichung)
Januar 2017	
06.01.	Auftragseingang im Verarbeitenden Gewerbe (November)
09.01.	Produktion im Produzierenden Gewerbe (November)
12.01.	Pressemeldung zur wirtschaftlichen Lage
23./24.01.	Eurogruppe/ECOFIN
Ende Januar 2017	Schlaglichter (Newsletter und Veröffentlichung)

In eigener Sache: Die „Schlaglichter“ als E-Mail-Abonnement

Der Monatsbericht des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie ist nicht nur als Druckexemplar, sondern auch im Online-Abo als elektronischer Newsletter verfügbar. Sie können ihn unter der nachstehenden Internet-Adresse bestellen:
www.bmwi.de/DE/Service/abo-service.html



Darüber hinaus können auf der Homepage des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie auch einzelne Ausgaben des Monatsberichts sowie Beiträge aus älteren Ausgaben online gelesen werden:

www.bmwi.de/DE/Mediathek/monatsbericht.html

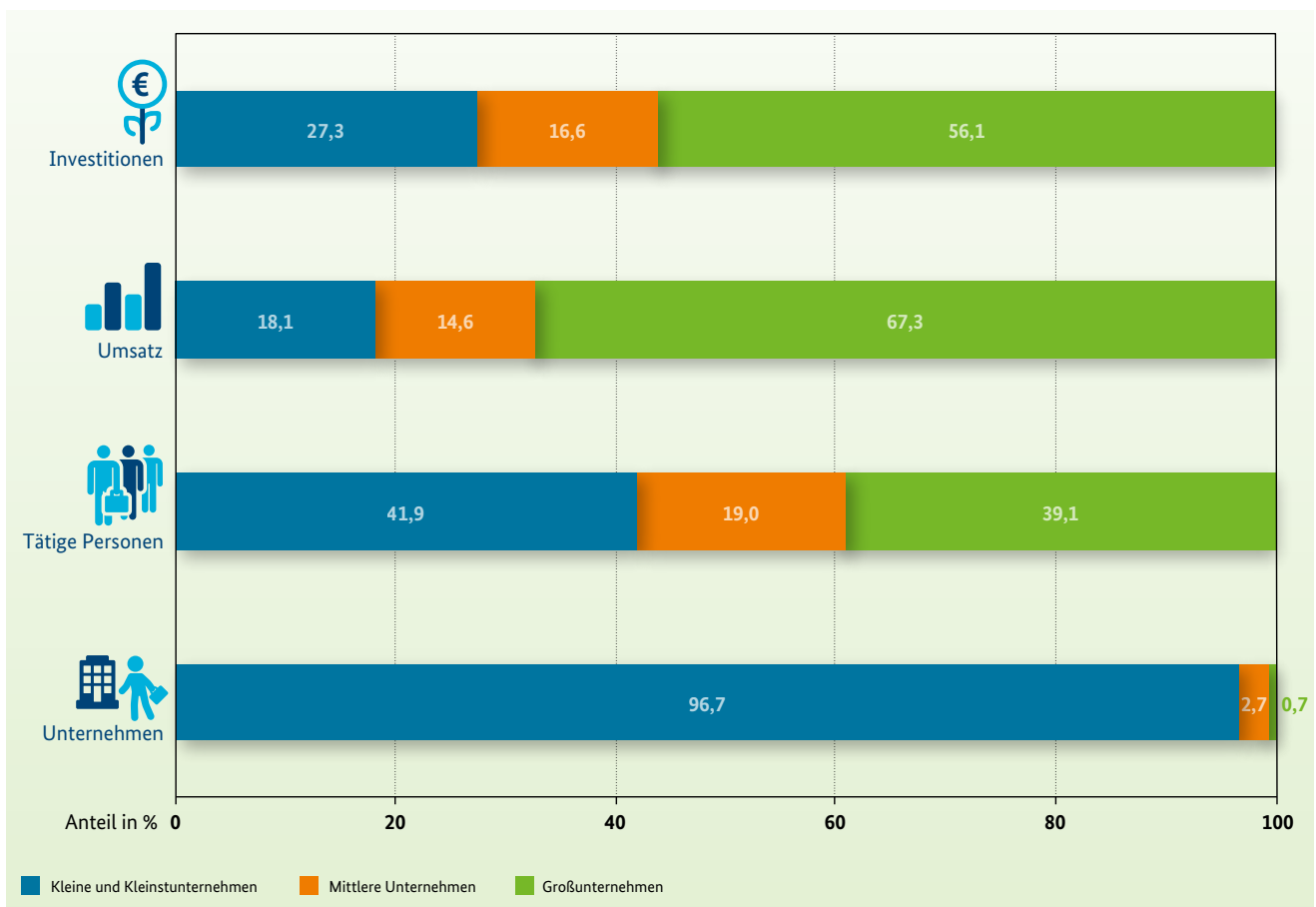


Grafik des Monats

Kleine und mittlere Unternehmen ...

... sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Über 99 Prozent der Unternehmen in Deutschland sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU). In diesen Unternehmen arbeiten rund zwei Drittel aller Beschäftigten und sie erwirtschaften ein Drittel des Umsatzes aller Unternehmen. Immerhin 44 Prozent der Anlageinvestitionen werden von diesen Unternehmen getätigt. Gemessen am Umsatzanteil investieren sie also überdurchschnittlich viel.

Verteilung der Unternehmen, tätigen Personen, Umsatz und Investitionen auf Größenklassen* (2014)



* Erläuterungen/Abgrenzung: Kleine und Kleinstunternehmen – bis 49 Beschäftigte und bis zehn Millionen Euro Umsatz; mittlere Unternehmen – bis 249 Beschäftigte und bis 50 Millionen Euro Umsatz; Großunternehmen: über 249 Beschäftigte oder über 50 Millionen Euro Umsatz. Die Statistik erfasst Unternehmen der nicht-finanziellen gewerblichen Wirtschaft mit Sitz in Deutschland, d. h. neben dem Verarbeitenden Gewerbe das übrige Produzierende Gewerbe sowie Handel- und Gastgewerbe und der Dienstleistungsbereich ohne Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen. Tätige Personen umfassen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Arbeitsverhältnis zum Unternehmen sowie tätige Inhaberinnen und Inhaber sowie mithelfende Familienangehörige.

Quelle: Statistik für kleine und mittlere Unternehmen, Statistisches Bundesamt (2016)