



**Existenzgründung durch Frauen in
Deutschland – Psychologische und soziale
Aspekte der Gründungen durch Frauen –
Daten und Fakten**

Nr.09|2007

Selbständigkeit – gehen Frauen andere Wege?

Knapp jedes fünfte Unternehmen in Deutschland ist ein frauengeführtes Unternehmen. Sie erwirtschafteten im Jahr 2000 einen Gesamtjahresumsatz von 231,5 Mrd. € und stellten rund 1,9 Mio. sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen Arbeitsplatz. Damit entfielen auf Frauenunternehmen 5,6 % des Gesamtumsatzes aller deutschen Unternehmen und 7,2 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten¹.

Geschlechterspezifische Unterschiede im Bereich der Existenzgründungen werden von der Forschung zwar verstärkt erfasst, jedoch ist die Betrachtung zumeist auf quantitative und statistische Kenngrößen begrenzt. Über frauentypische biographische Faktoren, innere Beweggründe, wie Lebensumstände und soziale Unterstützung hingegen ist relativ wenig bekannt. Dieses Faktenblatt gibt einen Überblick über diese Aspekte der Existenzgründung und Selbständigkeit von Frauen.

Wie denken Frauen über Selbständigkeit?

Das Thema „Existenzgründungen durch Frauen“ wird in Studien und in der Öffentlichkeit kontrovers dargestellt und diskutiert – doch was denken Frauen selbst über eine mögliche Selbständigkeit?

In einer Studie der Hannoverimpuls GmbH wurden dazu Gründerinnen und Passantinnen befragt. Zentrales Ergebnis ist eine weitgehend positive Einstellung zur Selbständigkeit. Die Mehrheit der Befragten (81 % bzw. 84 %) unterstützt die Aussage „in Deutschland sollten sich mehr Menschen selbständig machen“, während die Befragten geteilter Meinung (47 % der Gründerinnen bzw. 63 % der Passantinnen) darüber sind, ob man zur Unternehmerin geboren sein muss. Einstimmig (75 %) werden die Aussagen unterstützt, dass Frauen es schwerer als Männer haben, ein Unternehmen zu gründen, während gleichzeitig die Politik mehr Anreize für die Selbständigkeit von Frauen schaffen sollte (je rund 90 %). Einig sind sich die Befragten (75 % bzw. 90 %) in der Aussage, dass eine gute Planung und Vorbereitung zum unternehmerischen Erfolg führt².

Eine Unterstützung von Seiten der Wirtschaft, Politik und Beratungseinrichtungen, aber auch im persönlichen Umfeld, ist nach Einschätzung der in der Studie Befragten in dieser Phase der Existenzgründung damit von entscheidender Bedeutung.

Das Bild von Unternehmerinnen im Spiegel der Öffentlichkeit

Die Medien tragen vor allem im Fernsehen, Zeitschriften und Zeitungen wesentlich dazu bei, ein bestimmtes Unternehmerinnenbild zu formen. Sie besitzen zweifellos

eine so genannte „Gatekeeper-Funktion“ bei der Vermittlung von gesellschaftlichen Meinungen, Werten und Normen. Welches Bild vermittelt die überregionale deutsche Presse von Gründerinnen und Unternehmerinnen?

In einer von Welter et al. (2006) durchgeführten Studie³ wurde dabei deutlich, dass rein quantitativ betrachtet, die Anzahl der veröffentlichten Artikel zu Unternehmerinnen angestiegen ist. Mit einem Anteil von 5% an der gesamten Berichterstattung über gründungsbezogene Themen ist er aber weiterhin sehr gering⁴.

Zudem wird das „Unternehmerinnen-Dasein“ als ein noch immer außergewöhnliches und implizit gesellschaftlich eher nicht erwünschtes Phänomen dargestellt. In diesem Zusammenhang schaffen bzw. versuchen es die untersuchten Zeitungen aber auch nicht dies aufzubrechen. Die Platzierung der Artikel im Kulturteil der einzelnen Zeitungen lässt gleichzeitig die wirtschaftliche Bedeutung von Frauenunternehmen in den Hintergrund treten. Durchaus positiv ist, dass Unternehmerinnen und Gründerinnen nicht nur als berufstätige Frauen, sondern auch im Kontext ihres sozialen Umfelds dargestellt werden. Auch die Vereinbarkeit bzw. Nicht-Vereinbarkeit von Familie und Unternehmerintum wird hierbei thematisiert⁵.

(Ehe-)Partner werden jedoch in diesem Zusammenhang hauptsächlich als diejenigen dargestellt, ohne die es Frauen nicht geschafft hätten. Der Karriere besonders erfolgreicher Unternehmerinnen wird analog dazu ein negativer Einfluss auf ein funktionierendes Familienleben und Lebenspartnerschaft zugesprochen. Diese Berichterstattung impliziert, dass selbständig erwerbstätige

¹vgl.: Lauxen-Ulbrich und Fehrenbach (2005).

²vgl.: Hannoverimpuls GmbH (2004).

³vgl.: Untersucht wurden: die quantitative Entwicklung der veröffentlichten Artikel zur Selbständigkeit / Unternehmensgründungen von Frauen zwischen 1995 und 2004, ihre Einbettung in die unterschiedlichen Ressorts (z.B. Wirtschaft, Feuilleton etc.) sowie transportierte Bilder und Sprache.

⁴vgl.: Welter et al. (2006).

⁵vgl.: Welter et al. (2006).

Frauen und Gründerinnen vor die Alternative gestellt werden, entweder im Beruf erfolgreich zu sein oder ein intaktes Familienleben zu haben⁶.

Mehr noch, es wird eine Form des erfolgreichen Unternehmerintums dargestellt, das sich scheinbar an dem männlichen orientiert⁷. Dabei wird den „Erfolgsfrauen“ ein nicht-typisch weibliches, sondern

vielmehr maskulines Verhalten attestiert⁸.

Gemäß vorliegender Studie ist damit die Berichterstattung der überregionalen Presse in Deutschland zu geschlechtsspezifischen Gründungsthemen sehr einseitig. Die Vielfalt möglicher anderer Wege der Gründung und Selbständigkeit wird völlig vernachlässigt.

„Typisch Frau“ – zwischen Unsicherheit und Freiheitsstreben?

Gründungsmotivation

Übereinstimmend kommen Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass Unabhängigkeit, Eigenständigkeit, Zufriedenheit, Selbstbestimmung und -verwirklichung die wichtigsten Faktoren einer Existenzgründung durch Frauen sind. Typische Motive der Gründerinnen sind: eine Geschäftsidee umzusetzen (genderunabhängig), Kreativität auszuleben sowie die gesamten Erfahrungen, auch im Bereich der Soft-Skills, einbringen zu können.

Bei den Motiven Diskriminierung, Benachteiligung und Unzufriedenheit in abhängiger Beschäftigung können keine geschlechterspezifischen Unterschiede festgestellt werden. Insgesamt sind die Pull-Motive von stärkerer Bedeutung für Gründer und Gründerinnen als die Push-Motive⁹. Zusammengenommen spiegeln diese Faktoren eine aktive, nach vorne gerichtete Einstellung von Frauen in Bezug auf eine berufliche Selbständigkeit wieder.

Lebenspartner und familiärer Hintergrund – Determinanten der Selbständigkeit?

Die familiäre Einbettung oder Erfahrungen mit der Selbständigkeit durch selbständige Eltern haben bei einer Existenzgründung durchaus eine determinierende Wirkung. Die Unterstützung kann dabei allgemeiner, emotionaler oder informativer Art sein, aber auch materielle Ressourcen betreffen und bis hin zur Verfügung gestellter Arbeitskraft oder Zeit reichen¹⁰.

Umgekehrt ist die fehlende Unterstützung der unternehmerischen Tätigkeit im persönlichen Umfeld,

insbesondere durch den (Ehe-) Partner, ein starkes Gründungshemmnis für Frauen. Potenzielle Unternehmerinnen können jedoch in der Regel auf die Unterstützung vom Partner weniger vertrauen als potenzielle Unternehmer¹¹.

Betrachtet man die Gesamtheit der beruflich selbständigen Frauen, so zeigt sich, dass immerhin jede vierte einen Lebenspartner hat, der ebenfalls einer selbständigen Erwerbstätigkeit nachgeht. Gemeinsame Selbständigkeit der Partner findet sich indessen häufiger in den nichtehelichen Lebensgemeinschaften (32,6 %), etwas seltener hingegen unter verheirateten Ehepaaren (24,8 %). Single-Männer und -Frauen unterscheiden sich hingegen nicht signifikant in ihrer Gründungsneigung¹².

Ein weiteres Kriterium, ob Frauen sich für die Selbständigkeit entscheiden, ist die berufliche Situation des Lebenspartners. Weist der Partner genügend materielle Ressourcen oder eine gesicherte Position zur Absicherung auf, ist die Gründungsneigung von Frauen größer, da für sie berufliche und materielle Sicherheit im Vordergrund stehen¹³. Bei Veränderungen in der Erwerbsbiographie des Partners ist überraschenderweise ebenfalls eine höhere Gründungsaktivität von Frauen zu beobachten¹⁴.

⁶vgl.: Welter et al. (2006).

⁷vgl.: Sichtermann und Kaiser (2005).

⁸vgl.: Welter et al. (2006).

⁹vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005) und Hannoverimpuls (2004).

¹⁰vgl.: Strohmeier und Lauxen-Ulbrich (2003).

¹¹vgl.: Kay et al. (2003).

¹²vgl.: Strohmeier und Lauxen-Ulbrich (2003).

¹³vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005).

¹⁴vgl.: Strohmeier und Lauxen-Ulbrich (2003).

Familie und Beruf: Gründungsmotiv oder -hemmnis?

Kinderbetreuung ist immer noch Frauensache und Frauen übernehmen, auch wenn sie berufstätig sind, nach wie vor den Großteil der Haus- und Familienarbeit. Wie wirkt sich diese Mehrfachbelastung auf die Selbständigkeit von Frauen aus?

Die individuelle Gestaltung der Arbeitszeiten im Rahmen der Selbständigkeit kann dazu beitragen, die Aufgaben von Beruf und Familie sinnvoll zu verbinden. Allerdings kann das Arbeiten von zuhause aus auch bedeuten, dass die Familie stets „Zugriff“ hat und so ein effizientes Arbeiten deutlich erschwert wird. Viele selbständige Frauen weichen dann auf atypische Arbeitszeiten, wie die Abende aus. Jede dritte Solo-Selbständige arbeitet regelmäßig in den Abendstunden oder an den Wochenenden. Der Arbeitsumfang selbständiger Frauen liegt im Durchschnitt mit 38 Wochenstunden über dem von abhängig beschäftigten Frauen von 30 Wochenstunden. Allerdings investieren fast ein Viertel (24 %) aller weiblichen Selbständigen weniger als 20 Wochenstunden in ihre Tätigkeit. Frauen, die im Nebenerwerb gründen, wählen dieses Arbeitsmodell gerade für die so genannte „Familienzeit“, um durch den Flexibilitätsgewinn Familie und Beruf besser miteinander vereinbaren zu können. Diese Gründe stehen für Frauen deutlich mehr im Vordergrund als für Männer. Familiäre Gründe im Allgemeinen, darunter auch das Vorhandensein von Kindern sind dennoch von vergleichsweise geringer Bedeutung bei der Entscheidung zur Selbständigkeit¹⁵.

Die höhere Flexibilität der Selbständigen birgt gerade für Frauen, die Familie und Beruf vereinbaren müssen, jedoch auch gewisse Risiken. Es bleibt kaum individueller Freiraum für Ruhe, Entspannung oder Erholung und die persönlichen Bedürfnisse werden regelmäßig hinten angestellt. Der aufmerksame Umgang mit dieser Situation und Work-Life-Balance vor dem Hintergrund der angesprochenen Mehrfachbelastung, müssen in diesem Zusammenhang auch als Investition in den nachhaltigen Unternehmenserfolg betrachtet werden.

So kann abschließend nur der Schluss gezogen werden, dass die in der Literatur zur Gründungsmotivation von Frauen angeführten Faktoren sehr widersprüchlich sind und es weiterhin offen ist, ob genderspezifische Unterschiede existieren.

Gründungshemmnisse

Aus Sicht der Gründerinnen wird der Weg in die Selbständigkeit vor allem durch die persönliche Angst vor dem Scheitern (48 %), die fehlende soziale Absicherung (46 %) und mangelnde Finanzierungsmöglichkeiten (39 %) behindert. Ungeklärte Rechtsfragen, bürokratische Hürden, aber auch fehlende Kinderbetreuung sind weitere Faktoren, die Frauen eine Existenzgründung erschweren und gegebenenfalls verhindern können. Von deutlich geringerer Bedeutung sind die Erstellung des Businessplans, die Sozialversicherungspflicht oder der Mangel an Geschäftsideen.

Ein Blick auf die Hemmnisse zeigt allerdings auch bei Männern: Die Angst gründet häufig mit. Doch ist die Angst vor dem Scheitern bei Frauen deutlicher als bei Männern ausgeprägt. Dies lässt zweierlei Interpretationen zu: Entweder schätzen Frauen im Vergleich zu Männern die Folgen eines möglichen Scheiterns negativer ein als sie tatsächlich sind oder Frauen reagieren – bei ähnlicher Wahrnehmung der Folgen – wesentlich häufiger mit einem Unterlassen der Gründung¹⁶.

Individuelle Ressourcen – Bildung und Berufserfahrung sind entscheidend

Obwohl die konkreten Ursachen der geringeren Gründungsneigung von Frauen bislang nicht hinreichend erklärt werden können, gelten als relevante Einflussfaktoren im Wesentlichen das zur Verfügung stehende Human-, Finanz- und Sozialkapital (siehe Kasten).

Bereits die Wahl des Studienfachs kann eine Unternehmensgründung wahrscheinlicher bzw. unwahrscheinlicher machen. Eine Unterstützung von Frauen männertypische Studienfächer zu wählen, würde nicht notwendigerweise zu einem Anstieg von Gründerinnen in diesen Bereichen führen¹⁷. Dennoch führen ein erfolgreiches Studium mit Hochschulabschluss, ebenso wie ein Meister- oder Technikertitel zu überdurchschnittlichen Gründungsaktivitäten bei Frauen¹⁸. So ist der überproportionale Anstieg der Gründungen von Frauen gegenüber Männern in den letzten Jahren vor allem auf die gestiegene Zahl von Akademikerinnen zurückzuführen¹⁹.

Arbeits- und Berufserfahrung sind im Allgemeinen zentrale Ressourcen für den Schritt in die Selbständigkeit. Frauen, die ihre Erwerbstätigkeit für eine längere Zeit unterbrochen haben oder wenig Berufserfahrung sammeln konnten,

¹⁵vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005).

¹⁶vgl.: Hannoverimpuls GmbH (2004).

¹⁷vgl.: Strohmeier (2003).

¹⁸vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005). Vgl. dazu auch Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2004).

¹⁹vgl.: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2004).

Humankapital

Das offizielle Unwort des Jahres 2004 bezeichnet die durch Erziehung, Bildung, Qualifizierungsmaßnahmen und Erfahrungen entstandenen Fähigkeiten, Fertigkeiten und Wissen einer Person oder eines Unternehmens. Das Humankapital stellt eine der Grundlagen des wirtschaftlichen Wohlstandes dar²⁰. In der Managementliteratur wird das Humankapital dem intellektuellen Kapital zugeordnet.

Es kann als Teil des intellektuellen Kapitals verstanden werden und trägt so wesentlich zum langfristigen Unternehmenserfolg bei²¹.

Soziales Kapital

Mit dem Begriff des Sozialen Kapitals werden die gesamten aktuellen und potenziellen Ressourcen zusammengefasst, die zum persönlichen Netz der sozialen Beziehungen zählen und damit am gegenseitigen Kennen und Anerkennen teilhaben.

Somit beschreibt es die Beziehungen zwischen Personen und bietet Unterstützung, Hilfeleistung, Verbindungen oder Wissen. Soziales Kapital und damit die Zugehörigkeit zu Netzwerken, seien sie persönlicher oder beruflicher Natur, können als Ressource verstanden werden, die es jedem Teilnehmer ermöglicht, für sich selbst sowie für die Gruppenmitglieder positive Ergebnisse zu erreichen. Die Höhe des Sozialen Kapitals hängt von der Größe und der Heterogenität seiner Mitglieder ab. Durch die so genannte Beziehungsarbeit, die einer erfolgreichen Investition in soziale Beziehungen entspricht, kann jeder Einzelne sein Soziales Kapital erhöhen und dann auch die Zinsen seiner geleisteten Beziehungsarbeit nutzen²².

haben die schwierigste Ausgangsbasis eine erfolgreiche Existenzgründung in Angriff zu nehmen²⁴.

Laut den Ergebnissen der von Hannoverimpuls GmbH (2004) durchgeführten Studie konnten drei Typologien von Gründerinnen identifiziert werden: Vorwärtsgründerinnen, Wiedereinsteigerinnen und Notgründerinnen.

Die so genannten Vorwärtsgründerinnen bestechen dabei durch hohe Eigenmotivation und Unabhängigkeitsdrang und lassen sich weniger von Hemmnissen abschrecken. Obwohl sie relativ wenig Angst vor dem Scheitern haben, nehmen sie externe Hemmnisse (wie Bürokratie und Finanzierung) durchaus wahr²³.

Für Wiedereinsteigerinnen ist eines der größten Hindernisse die mangelnde Kinderbetreuung, während

die Finanzierung ein eher zu vernachlässigendes Problem darstellt. Dies mag darin begründet liegen, dass diese Frauen möglicherweise in gesicherten

Familienverhältnissen leben. So haben sie auch eine relativ geringe Angst vor dem Scheitern²⁵.

Im Gegensatz dazu ist die Motivation der so genannten Notgründerinnen sich selbständig zu machen eher in externen Faktoren zu suchen, denn: die Selbständigkeit ist gegenüber dem Angestelltenverhältnis nur zweite Wahl. Sie haben insofern eine defensive Haltung, überdurchschnittliche Angst vor dem Scheitern und fürchten die fehlende soziale Absicherung. Hemmnisse, darunter vor allem die Gründungsvorbereitung und Bürokratie, werden deutlich höher als von anderen Gründerinnen eingestuft²⁶.

²⁰vgl.: Schubert und Klein (2006).

²¹vgl.: Walde (2004).

²²vgl.: Bordieu (1983).

²³vgl.: Hannoverimpuls GmbH (2004).

²⁴vgl.: Strohmeier und Tonoyan (2005), Strohmeier und Lauxen-Ulbrich (2003) und Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005).

²⁵vgl.: Hannoverimpuls GmbH (2004).

²⁶vgl.: Hannoverimpuls GmbH (2004).

Materielle Ressourcen

Mehrere Studien weisen den positiven Einfluss von materiellen Ressourcen auf die Gründungsneigung nach²⁷. Aufgrund ihrer Erwerbsbiografie (Auszeiten / Teilzeit in der Familienphase, geringeres Einkommen in frauentypischen Berufen) verfügt ein beträchtlicher Teil der Gründerinnen über nur sehr wenig oder kein Eigenkapital²⁸. Dennoch bestätigt das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, dass Frauen weniger Kreditanträge als Männer stellen und informelle Geldquellen bevorzugen. Der Grund hierfür mag darin liegen, dass Banken recht selten in kleinere Gründungen mit geringeren Wachstumsaussichten, wie sie für Frauen typisch sind, investieren²⁹.

Das ERP-Eigenkapitalhilfeprogramm der DtA³⁰ setzt in diesem Zusammenhang ein positives Zeichen. Das eigenkapitalähnliche Darlehen trägt dazu bei, die geringe Eigenkapitaldecke zu erhöhen ohne dass dazu Sicherheiten verlangt werden. Die ersten zehn Jahre sind tilgungsfrei und der Zinssatz ist sehr gering. So wurde jeder siebten Existenzgründerin im Jahre 2000 ein ERP-Existenzgründungsdarlehen von weniger als 25.000 Euro und weiteren 36 % bis zu maximal 50.000 Euro zugesagt³¹.

Laut Kay et al. (2003) scheint der erschwerte Zugang zu Kapital und die Benachteiligung bei der Kreditbewilligung als Gründungshemmnis für Frauen in den zurückliegenden Jahren an Bedeutung verloren zu haben³². Die täglichen Erfahrungen von Praktikern in der Gründungsberatung zeichnen hingegen ein eher gegenläufiges Bild.

Individuelle Merkmale und Kompetenzen

Was zeichnet Gründerinnen aus? Gibt es bestimmte Eigenschaften, die besonders deutlich ausgeprägt sind? Die Ergebnisse der Studien mit einem genderspezifischen Ansatz bei Existenzgründungen zeigen divergierende Tendenzen. In einigen Studien wird Frauen eine geringere Risikobereitschaft und folglich eine geringere Affinität zur Selbständigkeit zugesprochen³³. Laut Lauxen-Ulbrich und Leicht hingegen können bei Selbständigen keine genderspezifischen Diskrepanzen hinsichtlich Risikobereitschaft, Leistungsorientierung, Durchsetzungsvermögen oder Angst vor Misserfolg gefunden werden³⁴.

Nach Einschätzung der von Dorn und Rettke befragten Expertinnen und Experten sind allerdings persönliche Kompetenzen wie Erfolgsorientierung, Durchsetzungsfähigkeit, und Führungssicherheit, die als Voraussetzung für eine berufliche Karriere oder unternehmerischen Erfolg gelten, bei Frauen oft weniger ausgeprägt. Sie sind zurückhaltender, vorsichtiger, emotionaler, wirken unsicherer, weniger zielorientiert und sind insgesamt weniger geübt, Führung zu repräsentieren. Dies wird durch einen für Frauen spezifischen Kommunikationsstil und Körpersprache unterstrichen. Frauen verwenden bspw. häufig Relativierungen, machen sich tendenziell kleiner und richten ihre Gestik eher darauf aus, Unauffälligkeit anstatt Dominanz zu demonstrieren.

Dies spiegelt sich laut der befragten Experten auch in der Preisbildung wieder. „Frauen kalkulieren ihre Preise zu niedrig, weil sie keine Preise nennen mögen“ und „das Fordern von Geld ist vielen Frauen oft einfach peinlich“³⁵.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass vor allem oft das Selbstmarketing von Frauen noch Defizite aufweist, wobei jedoch die Ursachen dafür und die geringere Gründungsquote von Frauen bereits in der Phase vor der Selbständigkeit zu suchen sind³⁶.

Soziales Kapital und Netzwerken

Kontakte knüpfen, Beziehungen aufbauen und Networking betreiben, wird für das berufliche Vorankommen oder den unternehmerischen Erfolg immer wichtiger. Wer gute Kontakte aufbaut und diese auch pflegt, hat es bspw. einfacher, Informationen und Aufträge zu erhalten oder geeignete Kooperationspartner zu finden. Was Männer in Berufsverbänden oder Stammtischen praktizieren, entdecken zunehmend auch Frauen. Sie weisen jedoch hinsichtlich des ihnen zur Verfügung stehenden Sozialen Kapitals Defizite gegenüber Männern auf. Entsprechend seltener können Gründerinnen oder bereits selbständige Frauen auf diese vielschichtige Ressource zurückgreifen³⁷.

Für Gründerinnen und Unternehmerinnen leisten Netzwerke vielfältige Aufgaben: In einem erfolgreichen Netzwerk werden Erfahrungen ausgetauscht, wechselseitiges Geben und Nehmen sorgen für ein gutes Kommunikationsklima und Vertrauen. Markt- und unternehmensspezifische Tipps, Neuigkeiten und Kontakte erweitern den individuellen Wissensschatz und

²⁷vgl.: Luber (2002) und Strohmeier und Lauxen-Ulbrich (2003).

²⁸vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2006).

²⁹vgl.: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2004).

³⁰vgl.: Die Deutsche Ausgleichsbank DtA, gegründet 1950, ging im Jahr 2003 in die neu gegründete Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) über. Die Förderprogramme werden fortgeführt.

³¹vgl.: Tchouvakhina (2001).

³²vgl.: Kay et al. (2003).

³³vgl.: Wagner (2004), Dohmen et al. (2005) und Caliendo et al. (2006).

³⁴vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005).

³⁵vgl.: Dorn und Rettke (2006).

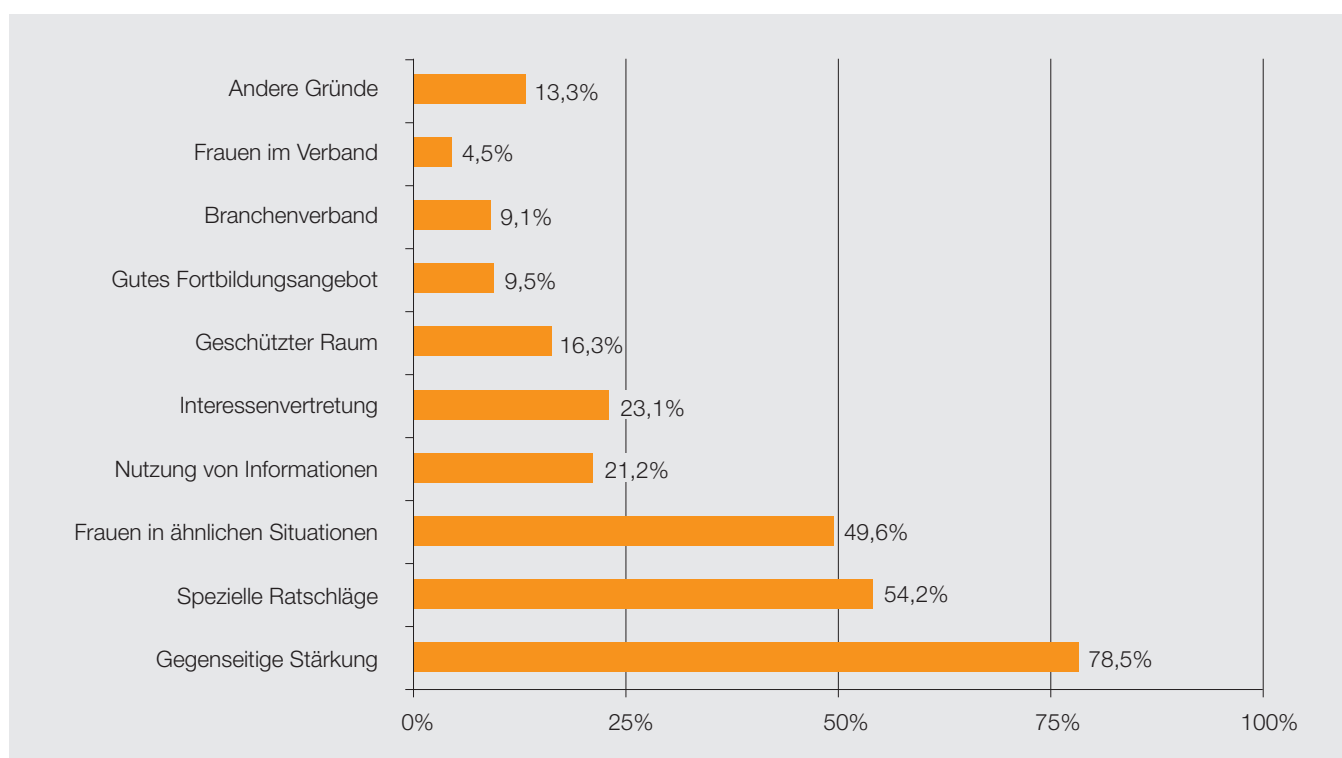
³⁶vgl.: Dorn und Rettke (2006).

³⁷vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005).

tragen dazu bei, potenzielle Kunden und Geschäftspartner kennen zu lernen. Ein gutes Informations- und Fortbildungsangebot bieten Netzwerke im Internet. In einer Studie von Ammon nutzen 9 % der Befragten Internetportale zum Netzwerken. Darunter nehmen Gründerinnen und Gründungsinteressierte diese Angebote überdurchschnittlich, Selbständige aus der Familienarbeit hingegen nur unterdurchschnittlich in

Anspruch. Dies verdeutlicht, dass Netzwerke auch die Entscheidung zur Selbständigkeit durchaus bekräftigen können, während sich in späteren Phasen der Gründung bzw. des Unternehmerinnendaseins geeignete Teammitglieder oder Kooperationen leichter finden lassen³⁸. Weitere gängige Formen sind Unternehmerinnenstammische, lokale, regionale oder nationale Netzwerke, möglicherweise auch mit einem Branchenfokus.

Abb. 1: **Entscheidende Gründe, warum Frauen Netzwerke nutzen**



Quelle: Eigene Darstellung nach Ammon 2004.

Für Selbständige und Gründerinnen sind vor allem die gegenseitige Stärkung (78,5 %) spezielle Ratschläge (54,2 %), das Zusammentreffen mit Frauen in ähnlichen Situationen (49,6 %) und spezielle Tipps, Informationen und Ratschläge (21,0 %) entscheidende Aspekte, die sie von einem Netzwerk erwarten. Je unterschiedlicher die Bereiche sind, aus denen die Frauen kommen, desto stabiler und erfolgreicher ist das Netzwerk³⁹.

Ergebnisse einer Fachtagung der Bundesweiten Gründerinnenagentur (bga) zeigen, dass zur vermehrten Motivation von Frauen Unternehmen zu gründen, die stärkere Einbindung von Frauen in fach- oder branchenorientierte Netzwerke bereits in abhängiger Beschäftigung erforderlich ist. So wird schon vor dem Schritt in die Selbständigkeit das Bewusstsein für die Wichtigkeit von informellen Beziehungen geschärft. Interdisziplinäre Teams in Unternehmen oder während des Studiums können dazu ebenfalls einen entscheidenden Beitrag leisten⁴⁰.

³⁸vgl.: Ammon (2004).

³⁹vgl.: Kulicke (2006).

⁴⁰vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005).

Frauen und unternehmerischer Erfolg

Auffällig ist, dass in den meisten Studien zu den von Frauen und von Männern geführten Unternehmen hauptsächlich betriebliche Kenngrößen als Kriterien für den Erfolg im Vordergrund stehen. Dabei wird meist außer Acht gelassen, dass Frauen den persönlichen unternehmerischen Erfolg anhand anderer Kriterien bewerten.

Für viele selbständige Frauen ist die Beurteilung des unternehmerischen Erfolgs viel mehr von ihrer Arbeitszufriedenheit, der Autonomie und vor allem von der Selbstverwirklichung abhängig. Darin unterscheiden sich Frauen und Männern substantiell: der eigene unternehmerische Erfolg wird vielmehr an „weichen“ Faktoren gemessen und erlebt. So ist ein kleines frauengeführtes Unternehmen oder eine Solo-Selbständigkeit aus der individuellen weiblichen Perspektive als erfolgreich zu bewerten, obgleich Gewinn oder Wachstum vergleichsweise gering ausfallen⁴¹.

Allerdings scheinen sich Frauen leichter als Männer durch Misserfolge verunsichern zu lassen, beziehen dies auf die eigene Person und resignieren schneller bzw. stehen Fehlern weitaus ängstlicher und kritischer gegenüber. Diese Bewertungen wirken sich bei Frauen entscheidend auf den subjektiv wahrgenommenen Erfolg aus und so ist auch der Gedanke, das eigene Unternehmen aufzugeben unter weiblichen Unternehmerinnen stärker verbreitet als bei männlichen Unternehmern⁴². Gleichzeitig verfügen Frauen aber über mehr Optimismus und Stolz auf ihre Leistungen – möglicherweise auch, um Misserfolge besser verarbeiten zu können⁴³.

Solo-Selbständigkeit

Unter den weiblichen Selbständigen ist die Zahl der Ein-Personen-Unternehmen mit rund 60 % (2003) auffällig hoch⁴⁴. Die Soloselbständigkeit bietet viele Vorteile für Frauen, vereint aber auch die sprichwörtlichen zwei Seiten einer Medaille. Räumliche und zeitliche Flexibilität

ermöglicht es Frauen Familie und Beruf zu verbinden. Zudem beinhaltet die Solo-Selbständigkeit zwar in der Regel ein geringeres unternehmerisches Risiko, bietet allerdings auch geringere Wachstumschancen als Gründungen mit einem umfangreichen personellen und finanziellen Rahmen. Da Solo-Selbständige aufgrund der zeitlichen Entgrenzung ihrer Arbeit einen Großteil der Arbeitszeit alleine tätig sind, sind sie sich auch mit ihren Entscheidungen, Prozessen, Fragen, Abläufen und Planungen auf sich gestellt und können keine Arbeitskollegen und Kolleginnen zu Rate ziehen. Kooperationen mit anderen Solo-Selbständigen und Netzwerke bieten im Rahmen dessen die Chance des kommunikativen Austauschs, aber auch größere Aufträge oder Projekte zu realisieren.

Work-Life-Balance

Work-Life-Balance bedeutet das Ausbalancieren von Arbeits- und Privatleben vor dem Hintergrund einer sich dynamisch verändernden Arbeits- und Lebenswelt. Dabei müssen private, soziale, kulturelle und gesundheitliche Aspekte berücksichtigt werden. Ein zentraler Punkt ist die Balance von Familie und Beruf. Unabdingbar für eine Work-Life-Balance ist die Unterstützung durch den Partner und Familie. Gerade für selbständig Tätige kann eine Work-Life-Balance mit bedarfsspezifisch orientierten, flexiblen Arbeitszeiten, angepasster Arbeitsorganisation sowie einem regelmäßigen Raum für unterstützende und gesundheitsfördernde Leistungen den nachhaltigen Erfolg der Selbständigkeit sichern. So ist Work-Life-Balance auch ein Wirtschaftsfaktor: individuelle Ausgeglichenheit der Gründerinnen und Unternehmerinnen und die langfristige Sicherung des Unternehmensfortbestands.

⁴¹vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005)

⁴²vgl.: Kieschke (2004) und Galais (1999).

⁴³vgl.: Galais (1999).

⁴⁴vgl.: Lauxen-Ulbrich und Leicht (2005) und Galais (1999).

Viele Wege führen in die Selbständigkeit – auch bei Frauen

Trotz einer weitgehend positiven Einstellung zur Selbständigkeit, sehen sich weiterhin rund 75 % der Frauen bei der Gründung gegenüber Männern benachteiligt. Der Wunsch nach einer frauenspezifischen Gründungsförderung und der Vereinfachung des Wegs in die Selbständigkeit durch die Politik sind mehr als deutlich (81 %). Frauenspezifische Beratung kann dazu beitragen Schwellenängste abzubauen, denn viele Gründerinnen unterschätzen weiterhin ihre unternehmerischen Fähigkeiten⁴⁵.

Erfolgreiche Gründerinnen und Unternehmerinnen kommunizieren ihre Ziele und sitzen auftretende Konflikte nicht aus. Sie verfügen über konstruktive Kritikfähigkeit und bemühen sich, Konflikte zeitnah zu regulieren. Sie sehen ihren eigenen Erfolg nicht als Zufall und Misserfolg nicht als Zeichen ihrer Unfähigkeit, sondern sind stolz auf ihren Erfolg. Sich an objektiven Kennzahlen messen lassen müssen, stellt folglich weder ein Hindernis noch Problem dar⁴⁶.

Auch wenn sie aufgrund räumlich und zeitlich entgrenzter Arbeit zwar nicht sehr viel Zeit für ihre Kinder haben, nehmen sie sich regelmäßig diese knappe Zeit und verbringen sie ohne Schuldgefühle in voller Aufmerksamkeit für und Einfühlung in die kindlichen Belange⁴⁷.

So kontrovers das Thema „Existenzgründungen durch Frauen“ in Studien und in der Öffentlichkeit dargestellt und diskutiert wird, bleibt weiterhin offen, ob genderspezifische Unterschiede bestehen oder auch inwieweit sich das von den Medien transportierte Bild auf die Gründungsneigung und das unternehmerische Engagement von Frauen auswirkt.

Der individuelle Wunsch Familie und Beruf zu vereinen, aber auch die eigene Interpretation von Erfolg, lässt Frauen in ihrer Selbständigkeit ganz eigene Wege gehen.

Sie gründen teilweise in frauentypischen Branchen wie Gesundheit, Beratung, Gastronomie und Handel und in kleineren, den Gegebenheiten angepassten Rahmen. Trotz vieler Gemeinsamkeiten gibt es aber auch nicht „die Gründerinnen- oder Unternehmerinnenpersönlichkeit“ - individuelle Merkmale, Motivationen und Faktoren einer Existenzgründung variieren im Einzelfall erheblich. So hat jede Gründung ihre eigene Geschichte und die Vielfalt der Lebensentwürfe spiegelt sich auch in der Gründungsaktivität von Frauen wieder.

Offen bleibt ebenfalls, inwieweit es Frauen wirklich schwerer haben und wo genau die Ursachen für ihre niedrigere Gründungsaktivität liegen. Die Erklärungsansätze hierzu sind so vielfältig wie die Gründungsaktivität von Frauen selbst. Sind es also die geringere Risikoneigung, mangelnde Erfahrung, fehlendes Kapital oder die Angst davor zu scheitern? Anders gesagt: Hindern äußere Umstände Frauen an einer Unternehmensgründung oder gibt es eventuell frauenspezifische Faktoren, die einer Gründung im Wege stehen? Oder aber sind es die auch heute noch fehlenden, positiven Rollenbilder von Frauen als erfolgreiche Unternehmerinnen, die die Zurückhaltung von Frauen bei Unternehmensgründungen beeinflusst? In diesem Sinne können gespannt weitere Forschungsarbeiten und deren Ergebnisse erwartet werden.

⁴⁵vgl.: Hannoverimpuls GmbH (2004).

⁴⁶vgl.: Haubl und Daser (2006).

⁴⁷vgl.: Haubl und Daser (2006).

Literaturverzeichnis

Ammon, Ursula (2004): Netzwerke aus Sicht der Nutzerinnen. Ergebnisse der Online-Befragung. Die Bedeutung von Netzwerken bei Unternehmensgründungen von Frauen. Workshop im BMWA, Berlin 4. Oktober 2004.

Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Soziale Welt, Sonderheft 1983. S. 183-198.

Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) (2004): Frauen in Deutschland. Von der Frauen- zur Gleichstellungspolitik. Berlin.

Caliendo, Marco et al. (2006): Risk Attitudes of Nascent Entrepreneurs: New Evidence from an Experimentally-Validated Survey. (= Discussion Papers 600 DIW – German Institute for Economic Research). Berlin.

Dohmen, Thomas et al. (2005): Individual Risk Attitudes: New Evidence from a Large, Representative, Experimentally-Validated Survey. (= Discussion Papers 511 DIW – German Institute for Economic Research). Berlin.

Dorn, Lothar und Rettke, Ursula (2006): Kompetenzprofil Women-Entrepreneurship. WomenExist – Unternehmerische und Existenzgründungskompetenzen für junge Frauen nach der Berufsausbildung. Bremen.

Galais, Nathalie (1999): Aufgeben oder Weitermachen? Geschlechtsspezifische Determinanten unternehmerischen Erfolgs. In: Moser, et al. (Hrsg.): Unternehmerisch erfolgreiches Handeln. Schriftenreihe Wirtschaftspsychologie. S. 193-205.

Hannoverimpuls GmbH (2004): Was Gründerinnen bewegt. Selbstständigkeit aus der Perspektive von Existenzgründerinnen in der Region Hannover. Hannover.

Haubl, Rolf und Daser, Bettina (2006): Familiendynamik in Familienunternehmen: Warum sollten Töchter nicht erste Wahl sein? Abschlussbericht des ersten Projektabschnitts. Frankfurt am Main.

Kay, Rosemarie et al. (2003): Unternehmerinnen in Deutschland. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit - Langfassung -, (= BMWA-Dokumentation Nr. 522). Berlin.

Kieschke, Ulf (2004): Personale Merkmale unternehmerischer Tätigkeit im Geschlechtsvergleich. In: KfW Bankengruppe (Hrsg.): Cheffinnensache. Frauen in der unternehmerischen Praxis. S. 109-137.

Kulicke, Marianne (2006): Dokumentation der Veranstaltung am 28. 3. 2006 Universität Hohenheim 2. Expertinnen / Experten Workshop der bundesweiten gründerinnenagentur (bga): Technologieorientierte und wissensbasierte Unternehmensgründungen durch Frauen – Netzwerke, Spin-offs, Teamgründungen –. Stuttgart.

Lauxen-Ulbrich, Maria und Fehrenbach, Silke (2004): Gründungen von Frauen in Deutschland (Vortrag). Tagung: Frauen, Gründung, Förderung. Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis der Förderung, 28./29.06.05, bga bundesweite gründerinnenagentur, Universität Hohenheim. URL: http://www.ifm.unimannheim.de/unter/fsb/pdf/2nd_overview_ifm.pdf. (Abrufdatum: 09.01.2007).

Lauxen-Ulbrich, Maria und Leicht Renè (2005): Wie Frauen gründen und was sie unternehmen. Nationaler Report Deutschland. Teilprojekt: Statistiken über Gründerinnen und selbständige Frauen. Mannheim.

Lauxen-Ulbrich, Maria und Leicht Renè (2006): Unternehmerinnen in Deutschland. (= BMWi Dokumentation 522. 2. aktualisierte Ausgabe, September 2006). Berlin.

Lohmann, Henning (2001): Self-employed or employee, full-time or part-time? Gender differences in the determinants and conditions for self-employment in Europe and the U.S., (Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung, working paper, No. 38). Mannheim.

Luber, Silvia (2002): Berufliche Selbständigkeit im Wandel. Ein empirischer Vergleich der sozialen und wirtschaftlichen Struktur Selbständiger in Deutschland und Großbritannien. Mannheim.

Piorkowsky, Michael-Burkhard und Scholl, Stefanie (2002): Genderaspekte in der finanziellen Förderung von Unternehmensgründungen. Eine qualitative und quantitative Analyse der Programme auf Bundesebene – unter besonderer Berücksichtigung der Gründung durch Frauen. Bonn.

Schubert, Klaus und **Klein, Martina** (2006):

Das Politiklexikon. 4. aktualisierte Auflage. Bonn.

Sichtermann, Barbara und **Kaiser, Andrea** (2005):

Frauen sehen besser aus. München.

Strohmeier, Robert und **Lauxen-Ulbrich, Maria**

(2003): Die Wirkung partner- und familienbezogener Ressourcen und Restriktionen auf die Gründungsaktivitäten von Frauen. Beitrag zur 3. Mikrozensus – Nutzerkonferenz: "Forschung mit dem Mikrozensus: Analysen zur Sozialstruktur und zum Arbeitsmarkt" am 10. – 11. Oktober 2003 in Mannheim.

Strohmeier, Robert (2003): Gender Differences in Self-Employment: Does Education Matter? In: Advancing Entrepreneurship and Small Business, Proceedings of the ICSB, 48th World Conference. Belfast.

Strohmeier, Robert und **Tonoyan, Vartuhi** (2005):

Selbständige Akademikerinnen: Motive und Chancen. Vortrag: DAB-Gruppe Rhein-Neckar-Dreieck, Deutscher Akademikerinnenbund. Mannheim. 15. Juni 2005.

Tchouvakhina, Margarita V. (2001): Wirtschaftsfaktor Unternehmerin - Erfolgreiche Förderpolitik aus Sicht der Deutschen Ausgleichsbank. Berlin.

Wagner, Joachim (2004): What a Difference a Y Makes

- Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. (= IZA Discussion Paper No. 1134. May 2004. Institute of Economics, University of Lueneburg, Max Planck Society for the Advancement of the Sciences - Max Planck Institute of Economics; Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn). Lueneburg und Bonn.

Walde, Nadine (2004): Humankapital-Management:

Ansätze zur Bewertung des Wertbeitrags von Mitarbeitern am Beispiel der Lufthansa Technik AG. In: Demographie und Wertbeitrag im Fokus des Human Capital Managements. V-VIII. S. 143-289.

Welter, Friederike et al. (2006): Süßes Leben mit

bitteren Noten. Unternehmerinnen und Gründerinnen in der deutschen Presse – eine diskursanalytische Betrachtung. Düsseldorf.

Kontakt:

bundesweite gründerinnenagentur
Haus der Wirtschaft
Willi-Bleicher-Str. 19
70174 Stuttgart

bga@gruenderinnenagentur.de
www.gruenderinnenagentur.de

Hotline 01805 – 22 90 22
(0,14€/Minute)

Nr. 01 Existenzgründung durch Frauen in Deutschland – Quantitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen

Nr. 02 Existenzgründung durch Frauen in Deutschland – Qualitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen

Nr. 03 Existenzgründung durch Frauen in Deutschland – Psychologische Aspekte der Gründungen durch Frauen

Nr. 04 Unternehmensübernahme durch Frauen in Deutschland

Nr. 05 Technologieorientierte Gründungen durch Frauen

Nr. 06 Selbständigkeit von Frauen in der Informatikbranche

Nr. 07 Quantitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen – Daten und Fakten

Nr. 08 Qualitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen – Daten und Fakten

Nr. 09 Psychologische und soziale Aspekte der Gründungen durch Frauen – Daten und Fakten

Nr. 10 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft

Nr. 11 Potenziale der Genossenschaften für Gründerinnen

Nr. 12 Selbständigkeit von Frauen aus den Geisteswissenschaften

Nr. 13 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Gesundheit und Soziales – Dienstleistungen für Kinder und Jugendliche

Nr. 14 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Freizeitwirtschaft

Nr. 15 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Seniorenwirtschaft

Tagungsband: Frauen, Gründung, Förderung – Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis

Bericht über die volkswirtschaftliche Bedeutung unternehmerischer Tätigkeiten von Frauen im nationalen und internationalen Vergleich

Dokumentation: 2. Expertinnen / Experten Workshop der bga

Technologieorientierte und wissensbasierte Unternehmensgründungen durch Frauen – Netzwerke, Spin-offs, Teamgründungen

gefördert von:

