



Erste Hohenheimer Erklärung

bundesweite gründerinnenagentur

Die bundesweite gründerinnenagentur ist ein Projekt mit der Aufgabe, bundesweit Informationen und Serviceleistungen für die Unternehmensgründung von Frauen zu bündeln und aufzubauen. Dies basiert auf Erkenntnissen aus der Forschung und Erfahrungen aus der Praxis. Hauptziel ist die Förderung eines gründerinnenfreundlichen Klimas, um dazu beizutragen, den Anteil von Frauen an Unternehmensgründungen mittelfristig zu erhöhen. Damit kann das volkswirtschaftliche Potenzial von Frauen besser erschlossen und weiter entwickelt werden.

Der Aufbau der bundesweiten gründerinnenagentur wird aus Mitteln der drei Bundesministerien für Bildung und Forschung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie Wirtschaft und Arbeit gefördert. Das Projekt wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds kofinanziert. Die Realisierung und Umsetzung der bundesweiten gründerinnenagentur wird gemeinsam von der Innovation und Bildung Hohenheim GmbH (IBH GmbH), einer 100% Tochter der Universität Hohenheim, und der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge (ifex) wahrgenommen. Sie werden unterstützt durch verschiedene Kooperations- und Netzwerkpartnerinnen und -partner aus Wissenschaft und Praxis.

Maßnahmen zur Zielerreichung

Mit folgenden Maßnahmen sollen die Ziele dieses Projektes erreicht werden:

- umfassende Erhebung der aktuellen Forschungs-, Bildungs- und Beratungssituation in der Bundesrepublik Deutschland, einschließlich Informationen über laufende Maßnahmen zur Unternehmensgründung von Frauen in der EU,
- darauf basierend Zusammenführung und weiterer Ausbau der bestehenden Förderung und der praxisnahen Forschung,
- Entwicklung von gründerinnenspezifischen Bildungs- und Beratungsangeboten unter Berücksichtigung des Kenntnisstandes zum genderspezifischen Gründungskontext,
- Betrieb einer Hotline (Telefon-Nummer: 01805 - 22 90 22) bei der (potenzielle) Gründerinnen in allen Phasen des Gründungsprozesses Informationen erhalten können. Die Hotline dient als erste Informationsanlaufstelle, Lotsendienst und Orientierungsberatung für die Gründerinnen,
- Erheben der Aktivitäten sowie Aufbau und Pflege von Kooperationen mit regionalen Expertinnen und Experten in den jeweiligen Bundesländern, Prüfung auf Good-Practice-Beispiele,
- Vernetzung aller am Gründungsgeschehen Beteiligter, unterstützt durch vor Ort etablierte Regionalverantwortliche,
- Etablierung eines dauerhaften Transfers zwischen Gründerinnenforschung und Gründerinnenberatung /-qualifizierung und umgekehrt,
- Betreiben eines Internetportals für (potenzielle) Gründerinnen sowie Akteurinnen und Akteure aus Gründungsforschung, -beratung, -förderung als Kommunikations- und Informationsplattform, www.gruenderinnenagentur.de
- Aufbereitung der laufend gewonnenen Erkenntnisse der bundesweiten gründerinnenagentur für Politik und die interessierte Öffentlichkeit,
- Schaffung des Bewusstseins für mehr Gründerinnen in der Bundesrepublik Deutschland durch geeignete Kommunikations- und Werbemaßnahmen.

Durch die Bündelung und Konzentration bestehender Angebote sowie die Entwicklung innovativer Ideen, welche die Besonderheiten von Frauengründungen berücksichtigen, soll das Fundament der Gründungen verbessert und dadurch das Erfolgspotenzial von Unternehmensgründungen durch Frauen erhöht werden. Die bundesweite gründerinnenagentur soll zu einer Plattform für Unternehmensgründerinnen für alle Branchen und in allen Phasen der Unternehmensgründung, -festigung und -nachfolge werden.

Die erste Tagung

Die Themenschwerpunkte der Tagung waren:

1. Individuelle Merkmale von Gründerinnen
2. Gründungsaktivitäten von Frauen im internationalen Vergleich
3. Infrastrukturelle Rahmenbedingungen der Gründung von Frauen
4. Netzwerkaktivitäten im Zusammenhang der Gründung von Frauen

Am 28. und 29. Juni 2004 fand an der Universität Hohenheim die erste Tagung der bundesweiten gründerinnenagentur zum Thema "Frauen, Gründung, Förderung. Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis der Förderung" statt.

Mit der Tagung wurde das Ziel verfolgt, im gemeinsamen Dialog von praxisnaher Forschung und Förderungspraxis Wissen über Gründerinnen zu erwerben und weiter zu entwickeln. Damit wurde der Grundstein für einen dauerhaften Dialog gelegt, welcher der effektiveren Förderung weiblichen Gründungsverhaltens dienen soll. Die Zielgruppe dieser ersten Tagung waren in erster Linie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die im Bereich der Gründerinnenforschung tätig sind, sowie Vertreterinnen und Vertreter von Gruppen, Organisationen, Verbänden, welche die Förderung von Gründerinnen betreiben bzw. unterstützen.

Ausgewählte Expertinnen und Experten aus der Förderungspraxis und aus der Forschung führten am ersten Tag in die Thematik ein und stellten den Status Quo des geschlechtsspezifischen Gründungskontextes dar. Am zweiten Tag wurden die Erkenntnisse im Rahmen von drei thematischen Workshops vertieft. Diese Erkenntnisse wurden in die Erste Hohenheimer Erklärung aufgenommen. Es werden Fakten zusammengefasst und notwendige Prozesse benannt, welche die Förderung des Gründungsverhaltens von Frauen begleiten sollten. Auf den zukünftigen Tagungen der Gründerinnenagentur werden Fortschritte und Defizite identifiziert und die Erklärung jeweils modifiziert.

Erste Hohenheimer Erklärung

Prämissen der Ersten Hohenheimer Erklärung

Die Heterogenität der Gründungen von Frauen ist anzuerkennen. Das Gründungsverhalten von Frauen ist ein individueller, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Prozess, den es zu beforschen und zu fördern gilt. Das Gründungsverhalten von Frauen unterstützt den Wandel der Erwerbsformen und gibt dieser Gruppe die Chance, diesen auch aktiv zu gestalten.

Dies sind die Voraussetzungen und Chancen für Gründerinnen, ihre unternehmerische Selbstständigkeit als Prozess in diversen Lebenskonzepten und in allen Lebensphasen anzuerkennen, wertzuschätzen und als gesellschaftliches Innovationspotential zu nutzen.

Ergebnisse der Workshops

Aus den einzelnen Workshops der Tagung wurden übereinstimmend mit den anwesenden Expertinnen und Experten die nachfolgenden Aussagen festgehalten.

Förderkonzepte – Pro und Contra

- Die Notwendigkeit von Förderung wurde nicht in Frage gestellt. Festgestellt wurde ein Missverhältnis zwischen dem gesamten Förderaufwand und der daraus resultierenden Wirkung (Vgl. GEM 2002: Vergleich mit 31 Ländern den 2. Rang bei der Gründungsförderung, dagegen den 29. Rang bei den Rahmenbedingungen für Gründungen durch Frauen).
- Frauenspezifische Angebote müssen in Mainstream- Angebote der Gründungsförderung eingebunden werden.
- Frühe Sensibilisierung: Bereits in der Schule sollen die Mädchen und jungen Frauen mit dem Thema Unternehmertum und Selbständigkeit in Berührung kommen. Dazu müssen neue Vorbilder geschaffen und die vorhandenen Vorbilder kommuniziert werden.
- Eine zielgerichtete Qualifikation zur unternehmerischen Selbständigkeit von Akademikerinnen an Hochschulen und in der Aus- und Weiterbildung muss angestrebt werden.
- Die Gründungsberatung bedarf einer Qualitätszertifizierung. Beraterinnen und Berater bedürfen einer fachlichen Qualifizierung.

- Trotz verschiedener positiver Ansätze (Startfinanzierung, Mikrodarlehen) gibt es immer noch zu wenige Möglichkeiten, Kleinkredite für Gründungen zu erhalten.
- Um eine transparente, zielgerichtete Förderung zu gewährleisten, bedarf es eines Erfahrungstransfers zwischen den Akteuren und Akteurinnen, um aus positiven wie auch aus negativen Erfahrungen zu lernen und das gewonnene Wissen bei zukünftigen Fördermaßnahmen zu berücksichtigen.
- Weiterbildungslehrgänge, die in Selbstständigkeit münden, sollten die Möglichkeiten zu Praktika umfassen und weitere Begleitung nach Gründung beinhalten.
- Die Qualität der Gründungen ist so hoch als möglich anzusetzen. Fundierte Businesskonzepte sind essentiell.
- Ausbildungsmaßnahmen sollten auch trainieren, große Ziele zu planen.

Gründerinnenpraxis – Quo Vadis?

- Die Heterogenität von Gründungen ist anzuerkennen. Sie bedarf passgenauer Beratung und Begleitung.
- Die Erfolgskriterien für Gründungen sind neu zu definieren. Sie dürfen sich nicht nur auf Wachstum beziehen. Auch kleinen Gründungen ist mit Respekt und Wertschätzung zu begegnen.
- Selbstständigkeit als Prozess in ganzheitlichen Lebenskonzepten ist anzuerkennen.
- Die Stereotypen bezüglich der Gründungspersönlichkeit, die sich vorwiegend auf "männliche" Eigenschaften beziehen, müssen sich wandeln.
- Falls sich Fördermaßnahmen auf innovative Konzepte beziehen, müssen Dienstleistungsinnovationen eingeschlossen werden.

- Gründerinnen sollten für Auftrags-Kooperationen sensibilisiert und zu Netzwerkbildung und Stammtischen ermutigt werden.
- Bei der Finanzierung sind neue Wege, z.B. durch Klein- und Stufenfinanzierungen, zu gehen.
- Frauen sollten Macht zur Gestaltung auch als Macht erkennen und anerkennen.

Wissenschaft – Forschungsbedarf

Als wesentliche Forschungsbedarfe wurden festgehalten:

- Marktchancen im Dienstleistungssektor – welche Chancen gibt es? (sektorale und biografische Perspektiven erforschen)
- Sichtbarmachung von Heterogenität und den damit verbundenen spezifischen Chancen (kultureller Hintergrund, Transformationsgesellschaft – Fokus Ostdeutschland)

- Entwicklungsprozesse von Gründungen – was passiert vorher? Was geschieht im Prozess?
 - Gründungen müssen als Lernprozesse verstanden und erforscht werden, neben der Erforschung von Erfolgskriterien müssen ebenso Misserfolgskriterien herausgearbeitet und der biografische Kontext von Gründerinnen mit einbezogen werden.
 - Kritische Reflexion der Förderprogramme:
 - Die Passfähigkeit von Programmen muss vor dem Hintergrund der Heterogenität untersucht und die Programme entsprechend weiter entwickelt werden.
 - Hierfür ist eine Arbeitsteilung zwischen Forschung und Förderungspraxis weiterhin erforderlich.
 - Eine gemeinsame und harmonisierte Datenbank muss angestrebt werden
 - Ressourcenpools (Leitfaden, Datensätze, Interviewmitschriften, Elektronisches Handbuch) – Hiervon profitieren Forschung und insbesondere auch die Förderpraxis.
- Methoden / Instrumente:**
- Forschung sollte themenbezogen und disziplinenübergreifend sein.
 - Auch sollte verstärkt Prozessforschung (Längsschnittstudien) im Gegensatz zu Punkt-Forschung (Querschnittstudien) angestrebt werden.
 - Neue Begrifflichkeiten müssen Eingang in den Sprachgebrauch um das Thema Gründerinnen finden (z.B. nicht Notgründungen, sondern pragmatische Gründungen). Vor allem sind neutrale Begriffe zu verwenden, um a priori-Bewertungen zu vermeiden.
 - Ein Methoden-Mix (Methodenpluralismus) ist geeigneter zur Erforschung der Thematik als ein Mono-Methoden-Vorgehen.
 - Kontakt/Umfeld-Einbettung: Die Kontextualisierung der Gründung ist erforderlich, um adäquat bewerten zu können.

Zusammenfassende Thesen

1. Im Zuge des derzeit stattfindenden umfassenden Wandels der Erwerbsformen gewinnen Gründungen, d.h. der Schritt in die unternehmerische Selbständigkeit, gerade für Frauen zunehmend an Bedeutung. Gründungen sind nicht nur ein arbeitsmarktpolitisches Instrument, um Frauen neue Formen und Felder der Erwerbstätigkeit und damit ihrer Existenzsicherung zu eröffnen. Sie spielen darüber hinaus auch volkswirtschaftlich eine wichtige Rolle im derzeitigen Strukturwandel und haben eine herausragende lebensbiographische Bedeutung für jede einzelne Gründerin.
2. Gründungen von Frauen müssen daher gleichermaßen als arbeitsmarktpolitische, gesellschaftliche und individuelle Chance begriffen werden. Um eine passgenaue Beratung, Förderung und Begleitung der Gründungen von Frauen verwirklichen zu können ist es notwendig Gründungen einerseits, als einen sozialen Prozess zu begreifen und andererseits die Heterogenität der Gründerinnen anzuerkennen und als Potenzial zu nutzen.
3. Die frühzeitige Sensibilisierung und Qualifikation von Mädchen bzw. Frauen, insbesondere durch die Vermittlung "neuer" weiblicher Vorbilder, kann die berufliche Option "Unternehmertum und unternehmerische Selbständigkeit" stärker bewusst machen. Dazu gehört auch eine Abkehr vom männlichen Modell des Gründers und Unternehmers.
4. Beratungs- und Förderangebote müssen übersichtlich präsentiert und einer Qualitätskontrolle unterworfen werden. Zudem ist die Politik gefordert die unterschiedlichen Fördermaßnahmen stärker als bisher mit dem Blick auf Nachhaltigkeit und unter Berücksichtigung langfristiger Wirkungen auf die Gründungstätigkeit von Frauen auszurichten. Dies beinhaltet auch eine verstärkte Gründungsförderung durch Kleinkredite. Des Weiteren ist die Vernetzung von Gründerinnen zu fördern.
5. Für das Zusammen- und Wechselspiel von Forschung und der (Weiter-) Entwicklung und Umsetzung von Förderkonzepten ist es deshalb notwendig, auch in der Forschung zu Gründungen bzw. über Gründerinnen neue Wege zu gehen. Gründungs- oder Gründerinnenforschung muss stärker als bisher als prozessbezogene Forschung begriffen werden, in der das je individuelle soziale Umfeld der Gründerin (Lebenszusammenhang, Ressourcen, Motivationen usw.) genauso Berücksichtigung finden muss wie das arbeitsmarktpolitische Umfeld (z.B. Sektoren, Branchenentwicklung usw.) und kulturelle wie gesellschaftliche Bedingungen von Gründungen (z.B. kulturell geprägte Geschlechterstereotype, gesellschaftliche Bilder und Rahmenbedingungen von Gründungen usw.). Für die Forschung selbst ist es deshalb unabdingbar, sie interdisziplinär, als Methodenmix, als reziproken Prozess zwischen Wissenschaft und Praxis, und, um der Prozesshaftigkeit von Gründungen Rechnung tragen zu können, als Längsschnittstudien anzulegen.

Moderatorinnen der Tagung

Jasmina Haus, Center of Entrepreneurship, Universität Hohenheim / Stiftungslehrstuhl für Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship), Universität Hohenheim

Ingrid Katz, bundesweite gründerinnenagentur

Gerda Lischke, Prof. Dr., FH Nordostniedersachsen, Fachbereich Wirtschaft, Lüneburg

Anina Mischau, Dr., Interdisziplinäres Frauenforschungszentrum (IFF), Universität Bielefeld / Heidelberger Institut für Interdisziplinäre Frauen- und Geschlechterforschung (HIFI) e.V.

ReferentInnen und ExpertInnen der Tagung

Birgit Blättel-Mink, Prof. Dr., J.W.Goethe-Universität Frankfurt a.M. / Heidelberger Institut für Interdisziplinäre Frauen- und Geschlechterforschung (HIFI) e.V.

Birgit Buschmann, Dr., Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg / Deutsches Gründerinnen Forum e.V. / Verbandes Deutscher Gründungsinitiativen e.V.

Christina Diegelmann, Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg

Thomas Döbler, Dr., Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung, Universität Hohenheim / Center of Entrepreneurship, Universität Hohenheim

Silke Fehrenbach, Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim (ifm)

Sandra Jung, Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V., "Büro Startklar" - Thüringer Existenzgründerinnennetzwerk

Heidmarie Kollatz, Deutsches Gründerinnen Forum e.V.

Maria Kontos, Dr., Institut für Sozialforschung, J.W.Goethe-Universität, Frankfurt a.M.

Iris Kronenbitter, bundesweite gründerinnenagentur

Maria Lauxen-Ulbrich, Institut für Mittelstandsforschung (ifm), Universität Mannheim

Eva-Marie Meißner, BIAW GmbH / Verband deutscher Unternehmerinnen, Landesverband Brandenburg

Heidrun Moser, Dr., ÖkoTox GmbH

Simone Sawitzki, B_EGO

Susa Schindler, SUSAS Internet für Wissensanbieter, Konzepte, Entwicklung, Training

Rolf Sternberg, Prof. Dr., Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut, Universität zu Köln

Friederike Welter, PD Dr., RWI, Essen / Universität Jönköping, Schweden / European Small Business Council (ECBS)