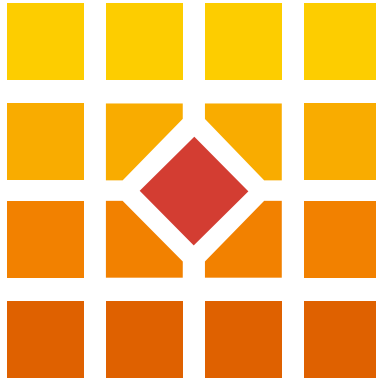


Gründerinnen und Unternehmerinnen im Fokus



Ergebnisse

einer Kundinnenbefragung zu Gründungsprofilen,
-voraussetzungen und Unternehmenssituationen

Dörthe Jung



Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,
mit der vorliegenden Kundinnenbefragung präsentiert der Frauenbetriebe e.V. das Ergebnis eines zweijährigen Projektes, das mein Haus aus Mitteln des Landes und der EU gefördert hat.

Gegenstand der Untersuchung waren Existenzgründerinnen und Jungunternehmerinnen: Welche Tendenzen lassen sich bei ihnen identifizieren, welche Potenziale zeichnen sich ab, welche Hindernisse stellen sich ihnen in den Weg, wie nachhaltig sind ihre Gründungen? Ziel war außerdem die Überprüfung und Qualitätssicherung der Arbeit und Organisationsstrukturen des Vereins, der sich seit 25 Jahren mit seinem Beratungs- und Qualifizierungsangebot für Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen erfolgreich am Markt behauptet. Die Ergebnisse sollen zudem als Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung des sozioökonomischen Beratungsansatzes dienen.



Dieter Posch, Hessischer Minister
für Wirtschaft, Verkehr und
Landesentwicklung

Dass Frauen meist anders – mit anderen Ideen, Konzepten und unter anderen Rahmenbedingungen - gründen als Männer, ihre Unternehmen jedoch genauso bestandsfest und erfolgreich sind, ist hinlänglich bekannt.

Genauso wissen wir längst um die Bedeutung, die ihre Qualifikationen und Leistungen für den Wirtschaftsstandort Hessen haben, und um die Unverzichtbarkeit ihres Wissens und Könnens für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes angesichts des demografischen Wandels. Frauen schreiben in der Bildung Erfolgsgeschichte und wollen sich mit ihrer Qualifikation als Angestellte oder Selbständige ins Erwerbsleben einbringen. Dabei gilt: Je höher der Bildungsabschluss, umso eher wird Selbständigkeit als Alternative zur abhängigen Beschäftigung gesehen. Bei Akademikerinnen ist die Gründungsneigung derzeit am höchsten.

Bekannt ist jedoch auch, dass sich die guten Bildungsabschlüsse von Mädchen und Frauen bislang nicht in ihrer Präsenz in den Führungsetagen der Wirtschaft widerspiegeln und ihre Selbständigenquote nur etwa halb so hoch ist, wie die der Männer. Hier ist noch viel Luft nach oben.

Doch wie fließen diese Erkenntnisse in die Beratungspraxis ein? Wie werden die spezifischen Erfahrungen, Anliegen und Fragestellungen von Gründerinnen und Unternehmerinnen berücksichtigt? Welches sind

passgenaue Angebote, welches die richtigen Instrumente und welches die nachhaltigsten Maßnahmen? Ist es überhaupt erforderlich, genderorientierte Beratungsansätze zu entwickeln, und versprechen sie tatsächlich – wie es die einschlägige Literatur nahelegt – die größeren Erfolgchancen?

Fakt ist: Beratung lohnt sich. Unternehmen, die gut vorbereitet in die Selbständigkeit starten, haben bessere Chancen, sich am Markt zu behaupten.

Fakt ist aber auch, dass Beratung umso effektiver wirkt, je genauer sie auf die Zielgruppe abgestimmt ist. Eine effiziente und kompetente Beratung kennt das Gründungsverhalten von Frauen und Männern, kennt die Beziehung zwischen gesellschaftlichen Rollenzuweisungen und tradiertem Berufswahlverhalten, kennt Gründungsmotivationen, Firmengrößen, Netzwerkaktivitäten und ihre Auswirkungen auf die geschäftlichen Entwicklungschancen. Sie berücksichtigt diese Spezifika nicht defizit-, sondern ressourcenorientiert und bietet passende Antworten auf unterschiedliche Fragestellungen.

Das Hessische Wirtschaftsministerium unterstützt im Rahmen der Gründungs- und Mittelstandsförderung Betriebsberatung und Unternehmerschulung von kleinen und mittleren Unternehmen und Angehörigen Freier Berufe in Hessen aus Mitteln des Landes und des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung. Entsprechend der Vorgabe der EU, die Förderung der Chancengleichheit von Frau und Mann (Gendermainstreaming) als Querschnittsziel in allen Programmen zu berücksichtigen, werden in diesem Kontext auch Maßnahmen bezuschusst, die sich speziell an Frauen als Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen richten.

Der Frauenbetriebe Qualifikation für die berufliche Selbständigkeit e.V. leistet mit seinem umfassenden Beratungsangebot einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Gründungsmotivation von Frauen sowie zum Erhalt und zum Ausbau frauengeführter Unternehmen. Der Erfolg ihrer Tätigkeit spiegelt sich in den Ergebnissen der vorliegenden Befragung wider und dürfte dem spezifischen sozioökonomischen Beratungsansatz, der sowohl wirtschaftliche als auch soziale Aspekte berücksichtigt, zu verdanken sein. Dies ist sicherlich ein guter Ansatz, um Gründungspotenziale von Frauen zu fördern, Hindernisse – auch struktureller Art – abzubauen und Selbständigkeit als Lebensentwurf von Frauen zu fördern.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre und weiterhin viel Erfolg!

Dieter Posch

Hessischer Minister für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung



Vollzeit, finanzielle Unabhängigkeit und Wachstum

Liebe Leserinnen, liebe Leser,
viele Frauen haben uns aufgrund unseres speziellen Angebots aufgesucht und wertgeschätzt, ergaben unsere Kundinnenbefragungen. Dies ehrt uns sehr, weil wir uns seit 25 Jahren für eine eigenständige Qualität frauengeführter Unternehmen engagieren! Vor den Befragungen waren wir überzeugt – und die Ergebnisse in dieser Broschüre belegen es –, dass wir die verschiedenen Zielgruppen noch spezifischer ansprechen sollten. Die Analyse der Interviews ermöglicht es uns, differenziertere Rahmenbedingungen sowie Gründungshemmnisse für Frauen zu identifizieren. Nur mit kundenorientierten Marktzugängen können ihre unausgeschöpften Potenziale aktiviert werden: Als Verein plädieren wir dafür, dass Beratungseinrichtungen ihre Angebote zielgruppengerecht entwickeln und ergänzende Elemente verstärkt einfügen. Das heißt aber auch, dass die Politik die Betriebe von Frauen nicht mehr durch ein männlich geprägtes Bild des Unternehmertums betrachten darf.

Gut gründen und dauerhaft wachsen: Darauf legen wir viel Wert. Denn eine Begleitung macht Sinn, wenn sie langfristig wirkt. Daher ist das Ziel unseres Projekts „Gender- und migrationsspezifisches Monitoring“, die Nachhaltigkeit unserer Beratung im Hinblick auf Qualitätsstandards aber auch aus der Sicht der Nachfrage zu überprüfen. Die jetzige Kundinnenbefragung als Teil dieses Vorhabens ermöglicht eine aktuelle Bestandsaufnahme von Gründungsneigungen und – intensität der Frauen: Sie wählen heute die Selbständigkeit verstärkt in Vollzeit und sind weniger abhängig von Finanzierungen aus ihren privaten Partnerschaften. Stattdessen bevorzugen sie zunehmend öffentliche Fördermittel, insbesondere die Migrantinnen. Unbeachtet des Wunschs nach Gestaltung der eigenen Tätigkeit wollen Frauen mit ihren Unternehmen ihre Existenz, in der auch ihre hohe Qualifikation gut aufgehoben ist, eigenständig sichern. Dieser Wille zum Wachstum verdeutlicht: Sie sind im Bereich des profitablen und erfolgreichen Wirtschaftens angekommen!



Christiane Stapp-Osterod,
Geschäftsführender Vorstand

Wir begrüßen es an dieser Stelle sehr, dass das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung sowie die Stadt Frankfurt am Main diese positive Entwicklung sowie die unternehmerischen Ressourcen von Frauen mit ihrer zusätzlichen finanziellen Unterstützung würdigen.

Viel Vergnügen beim Lesen!

Christiane Stapp-Osterod

Geschäftsführender Vorstand Frauenbetriebe – Qualifikation für die berufliche Selbständigkeit e.V.

Inhalt

1. Auf der Überholspur? Gründungen von Frauen in Deutschland	5
2. Alleinstellungsmerkmal: Beratung von Frauen zur beruflichen Selbständigkeit	6
3. Gründungsquote und -intensität: Orientierungs- und Gründungsberatung erhöhen Qualität	10
4. Profile der Gründerinnen und Unternehmerinnen	15
5. Performance der Gründerinnen und Unternehmerinnen – klein, kreativ und wissensintensiv	21
6. Kapitalbedarf und Finanzierung	25
7. Neuer Unternehmerintypus mit hohem Potenzial – Gründerinnen mit Migrationshintergrund	29
8. Zufriedenheit mit Gründungs- und Unternehmenssituation – wer spricht von Krise?	33
9. Gründungspotenziale – Gründungsidee noch reifen lassen	37
10. Unternehmerinnen mit Wachstumsperspektiven	40
11. Alter Hut und doch immer noch aktuell: Gründungsklima für Frauen verbessern	42
12. Literaturliste	46



1. Auf der Überholspur? Gründungen von Frauen in Deutschland

Frauen gründen im Zeit- und Ländervergleich weniger als Männer, entsprechend ist ihre Gründungsquote niedriger (1,3% zu 1,8%)¹. In der einschlägigen Literatur werden vielfach subjektive Gründe, wie weniger ausgeprägte gründungsrelevante Persönlichkeitseigenschaften, Fähigkeiten und Einstellungen, als Ursache für die Differenz angeführt². Die genderspezifische Gründungsforschung macht darüber hinaus darauf aufmerksam, dass strukturelle Rahmenbedingungen rund um die Verantwortung für das Management zur Verbindung von Familie/Kinder und Beruf weiterhin zentrale Gründungshemmnisse bei Frauen darstellen³. Einige Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern in deren demografischen Daten und Gründungsformen sind Indikatoren für diese Annahme: so ist das Gründungsalter bei Frauen und ihr Anteil an Nebenerwerbsgründungen höher – häufig ein Ausdruck davon, dass einerseits erst nach der (Klein-)Kinderphase gegründet wird und größere zeitliche Ressourcen neben der beruflichen Selbständigkeit in die Bewältigung familiärer Aufgaben gesteckt werden müssen.

Wandel im Gründungsgeschehen von Frauen

Bei detaillierter Betrachtung des Gründungsgeschehens in Deutschland lässt sich gleichwohl ein Wandel im Hinblick auf die Aktivitäten von Frauen beobachten. So ist einerseits seit den 1970er Jahren die Selbständigenquote der Frauen mit einem überdurchschnittlichen Zuwachs im Vergleich zu männlichen Selbständigen stark gestiegen⁴. In den letzten zwei – drei Jahren ist zwar insgesamt die Gründungsaktivität gesunken, bei Frauen hat jedoch weiterhin eine leichte Steigerung stattgefunden⁵. Und die neusten Ergebnisse des „Global Entrepreneurship Monitor“ (GEM)⁶ zeigen für Deutschland, dass in 2008 sogar fast die Hälfte der Gründungsaktivitäten von Frauen getragen wurden (45%). Noch scheint es zu früh, von einer Trendwende zu sprechen. Ein detailliertes Gründungsmonitoring, das sowohl die genderspezifischen wie die kulturellen und sozialen Differenzen unter den Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen mit größerer Tiefenschärfe erfasst, könnte hier zuverlässigere Aussagen ermöglichen.

1 Zahlen für 2008. Gründungsquote: Anteil der Gründer/innen an Bevölkerung im Alter von 18 – 64 Jahre

2 Siehe hierzu zuletzt: KfW-Research (2009): Gründungsaktivitäten von Frauen und Männern in Deutschland – Gleiche Voraussetzungen, andere Einstellungen?! Nr. 48, Juni 2009

3 U.a. Lauxen-Ulbrich, Maria; Leicht, René: Wie Frauen gründen und was sie unternehmen: Nationaler Report Deutschland 2005

4 Selbständigenquote: Anteil der Selbständigen an den erwerbstätigen Frauen

5 Der Anteil der Frauen, die eine Existenzgründung anmeldeten, lag im Jahr 2008 bei 33,2 % und ist damit geringfügig höher als in den letzten fünf Jahren, in denen sich der Wert zwischen 32,6 % und 32,9 % bewegte. Siehe: Gründungen und Liquidationen im 1. Quartal 2009 in Deutschland, Working Paper 04/09, IfM, Bonn, 2009).

6 Global Entrepreneurship Monitor. Länderbericht Deutschland 2008. in Kurzfassung: IAB-Kurzbericht, 15/2009

Für eine Trendwende sprechen Ergebnisse einer Reihe neuerer Studien, die etwa im akademischen Bereich die Gründungsneigung von Studentinnen und des wissenschaftlichen Nachwuchses untersucht haben. Sie identifizieren ein hohes Gründungspotenzial insbesondere aufgrund des hohen Qualifikationsniveaus von Frauen und ihrer Neigung zur akademischen Ausbildung und beruflichen Perspektiven in wissensintensiven Dienstleistungen⁷. Gerade hier sind die Wachstumsprognosen für das kommende Jahrzehnt sehr gut und die wissensintensiven Dienste könnten zu einer der unternehmerischen Domäne selbständiger Akademikerinnen werden.

2. Alleinstellungsmerkmal: Beratung von Frauen zur beruflichen Selbständigkeit

Seit 25 Jahren ist der Verein Frauenbetriebe e.V. – Qualifikation für die berufliche Selbständigkeit e.V. kompetenter Ansprechpartner für Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen⁸. Der Verein wurde 1984 mit dem Ziel gegründet, arbeitslose Frauen mit einer zum damaligen Zeitpunkt wenig von Frauen ergriffenen Alternative – der beruflichen Selbständigkeit – vertraut zu machen und hier Orientierung, Unterstützung und Qualifizierung zu geben. Der Verein verfolgt seit seiner Gründung das Ziel, das Gründungsklima für Frauen und die Selbständigenquote von Frauen in Deutschland zu verbessern. Aufgrund der spezifischen Gründungsvoraussetzungen von Frauen hat Frauenbetriebe e.V. den „sozio-ökonomischen Beratungsansatz“ entwickelt, der die finanzielle und wirtschaftliche Plausibilität eines Gründungsvorhabens sowie die persönlichen Lebensumstände der Frauen wie ihr soziales und familiäres Umfeld und die eigene Motivation berücksichtigt. Der Verein verfügt über umfangreiche Expertise in der Beratung und Qualifizierung an Gründung interessierter Frauen, Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen und ist in regionale und bundesweite Netzwerke mit relevanten Gründungsakteuren eingebunden.

7 Siehe hierzu u.a. die Ergebnisse einer Befragung von Studentinnen an der Hochschule. Inmit – Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier (Hg)/(2008): Gründungsquell Campus.

8 www.frauenbetriebe.de

Qualitätssicherung mit Monitoring - Kundinnenbefragungen

Im Rahmen der Qualitätssicherung wurde von Frauenbetriebe e.V. ein Monitoringprojekt⁹ mit dem Ziel durchgeführt, Beratungsqualität und Organisationsstrukturen des Vereins kontinuierlich zu überprüfen und zu verbessern, Tendenzen im Gründungsgeschehen frühzeitig zu erkennen und Gründungspotenziale von Frauen zu identifizieren. Aus diesem Grund wurden zwei telefonische Befragungen mit Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. durchgeführt. Die Ergebnisse der beiden Befragungen ermöglichen es, das Beratungskonzept noch stärker an den Interessen und Bedürfnissen von Frauen auszurichten, die unterschiedlichen Profile und Performances der Kundinnen kennen zu lernen sowie aktuelle positive Rahmenbedingungen und Gründungshemmnisse für Existenzgründerinnen identifizieren zu können. Auf diese Weise werden zielgruppenspezifische Marktzugänge von Frauenbetriebe e.V. in der Rhein-Main Region zeitnah und qualitativ erkennbar.

In der ersten Befragung 2008 wurden Kundinnen aus den beiden letzten Beratungsjahren befragt (2006/2007), so dass insbesondere Jungunternehmerinnen erreicht wurden und Aussagen über die Bestandsfestigkeit derer Unternehmen möglich waren. Die zweite Befragungswelle 2009 lag zeitlich näher an der Beratung (2008), so dass vor allem Existenzgründerinnen im Zentrum standen (Abbildung 1). Befragungsschwerpunkte in beiden Telefonaktionen waren:

- Stand der aktuellen Gründungssituation und -entwicklung
- Zufriedenheit mit dem Beratungsangebot von Frauenbetriebe e.V.
- Kapitalbedarf, -beschaffung und finanzielle Unabhängigkeit
- Gründe für die Entscheidung zur Selbständigkeit
- Eigenschaften einer Unternehmerin
- Perspektiven der Gründerinnen und Unternehmerinnen

9 Das Projekt „Aufbau eines gender- und migrationsspezifischen Monitoringsystem“ wurde im Zeitraum von 2007 – 2009 durchgeführt und gefördert aus Mitteln des HMWVL und der Europäischen Union - EFRE sowie des Dezernat für Wirtschaft, Personal und Sport der Stadt Frankfurt.

Insgesamt konnten 288 Frauen in die Befragungen einbezogen werden, die bei Frauenbetriebe Beratung zur Orientierung für eine mögliche Selbständigkeit, zur Existenzgründung und/oder Aufbau ihres Unternehmens erhalten haben.

Abbildung 1: Telefonische Kundinnenbefragungen 2008 und 2009

Befragungszeitpunkt	Auswahlverfahren	Befragungs-basis	Anzahl Interviews	Befragungs-quote
1. Befragung 2008 August – Oktober	Kundinnen aus Beratungen in 2006 und 2007	260	124	48%
2. Befragung 2009 April – Juni	Kundinnen aus Beratungen in 2008	220	164	75%
Insgesamt durchgeführte Interviews			288	60% ¹¹

Attraktivität und Wertschätzung der Beratung für Frauen

Die Erfolgsquote ist für telefonische Umfragen vergleichsweise hoch, ein Ausdruck dafür, wie viele das Interview gerne genutzt haben, um über ihre aktuelle Gründungs- oder Lebenssituation zu sprechen. Gleichzeitig wurde deutlich, dass Frauenbetriebe bei vielen Kundinnen wegen ihres speziellen Zugangs und Angebots für an Gründung interessierten Frauen, Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen wertgeschätzt und aufgesucht wird. Dieses Alleinstellungsmerkmal ist für den Verein Auftrag und Anforderung zugleich. Viele Frauen, die nicht primär den Weg über die Arbeitsagentur zu Frauenbetriebe e.V. gefunden haben¹², recherchierten nach einer Organisation, die eine individuelle Beratung versprach – eine Erwartung, die mit Frauenbetriebe e.V. verknüpft war. Dabei kam der Bekanntheitsgrad Frauenbetriebe e.V. entgegen: Diese Kundinnengruppe hatte am häufigsten über Empfehlungen aus dem eigenen Umfeld von Frauenbetriebe erfahren oder der Verein war schon seit längerem bekannt (Abbildung 2). Bekanntheitsgrad und Attraktivität wird auch an dem regionalen Radius der Kundinnen deutlich, der das ganze Rhein-Main-Gebiet umfasst.

11 Die Befragungsquote in 2008 ist aufgrund des längeren Zeitraums zwischen Befragung und Beratung geringer ausgefallen (knapp 50%) als in der zweiten Befragung (75%). Entsprechend ist auch die geringere Befragungsquote in 2008 weniger von expliziten Verweigerinnen geprägt (9%) als von der hohen Anzahl nicht mehr gültiger Telefonnummern (23%). Die Anzahl von Verweigerinnen ist in der Befragung 2009 gleich hoch, allerdings gab es weniger Missings aufgrund nicht mehr gültiger Telefonnummern (6,8%). Insgesamt ist die Befragungsquote für eine Telefonaktion hoch.

12 Frauenbetriebe e.V. ist anerkannte Einrichtung zur Begutachtung von Gründungsvorhaben für die Arbeitsagentur, insofern ist der Anteil der Kundinnen, die über die Agentur kommen, sehr hoch.

Abbildung 2: Zugang zu Frauenbetriebe

Zugang zu Frauenbetriebe über...	Anzahl*
....Empfehlungen von Bekannten, Freund/innen, Kolleg/innen, Familienangehörigen, über Mundpropaganda	32
...Internetrecherche, „Gelbe Seiten“	25
...Frauenbetriebe ist seit längerem bekannt	24
...Aus eigenen Arbeitsbezügen, Seminaren und Vorträgen von Frauenbetrieben	18
...Kompass GmbH	7
...Zeitung	6

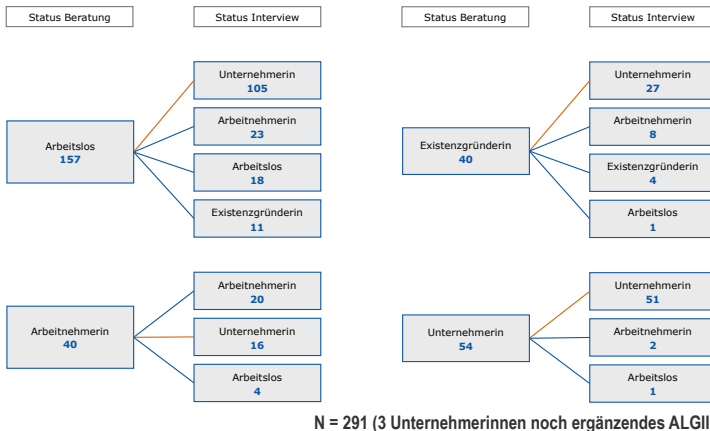
*ohne Kundinnen, die über die Arbeitsagentur Zugang gefunden haben

3. Gründungsquote und -intensität: Orientierungs- und Gründungsberatung erhöhen Qualität

Ein wichtiger Indikator für die positive Wirkung von Gründungsberatung¹³ ist die Anzahl der Gründerinnen, die ihr Gründungsvorhaben realisiert und sich nach der Beratung selbständig gemacht haben. Im Hinblick auf die Qualität der Beratung ist hier die Gründungsquote der Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. angesprochen.

Ein Vergleich mit dem Status bei der Beratung und zum späteren Zeitpunkt der Befragungen macht deutlich, dass insbesondere die arbeitslosen Kundinnen, die sich für die berufliche Selbständigkeit interessierten und/oder schon mit konkreten Gründungsideen in die Beratung kamen, zu zweidrittel ihre Gründungsidee realisiert haben und zu den Befragungszeitpunkten schon Unternehmerinnen waren (66,8%). Auch diejenigen, die in der Beratung sich aktuell in der Phase der Existenzgründung befanden (Existenzgründerinnen), haben zu zweidrittel und diejenigen, die sich aus einem angestellten Beschäftigungsverhältnis an einer Existenzgründung interessiert waren, haben zu 40% sich selbständig gemacht. Von den Unternehmerinnen sind in der Zwischenzeit zwei wieder in ein abhängiges Beschäftigungsverhältnis gewechselt und lediglich eine ist arbeitslos geworden (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Status bei Beratung und zum späteren Zeitpunkt der Befragungen 2006/07/08



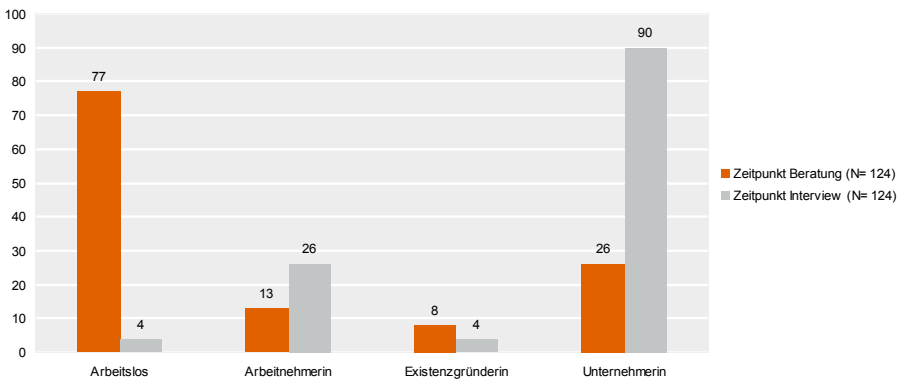
13 Wenn wir hier von Gründungsberatung sprechen differenzieren wir nicht nach den verschiedenen Formen. So wird bei Frauenbetriebe e.V. nach drei verschiedenen Formen der Beratung im Kontext von Gründung unterschieden. Orientierungsberatung informiert zunächst auf allgemeiner Ebene, ohne dass schon ein konkretes Gründungsvorhaben vorliegen muss. In der Gründungsberatung kommen Instrumente wie die Unterstützung bei der Erstellung des Businessplans zur Anwendung und die Aufbauberatung gibt weitere Unterstützung in der ersten Zeit des Unternehmensaufbaus.

Gründungsintensität und Bestandsfestigkeit

Aber auch die Stabilität der Existenzgründung nach mehreren Jahren, bei denen die Unternehmerinnen auf dem Markt verbleiben, stellt ein Erfolgskriterium dar. Anhand von Ergebnissen der 1. Befragung (Beratungsjahre 2006/07) sind Aussagen über die Nachhaltigkeit der Gründungsberatung möglich, da die Befragung zwei bis teilweise drei Jahre nach der Gründung der Frauen erfolgte. Von 124 Frauen waren zum Beratungszeitpunkt 21% (26) Unternehmerinnen, im Vergleich zum Zeitpunkt des Interviews ist die Anzahl auf 72,5% (90) gestiegen (siehe Abbildung 4). Diese Gruppe hat sich im und nach dem Gründungsberatungsprozess selbständig gemacht und ist nach 2-3 Jahren immer noch beruflich selbständig.

Auch wenn in der Gründungsforschung mindestens drei Jahre Selbständigkeit seit Existenzgründung als Indikator für Bestandsfestigkeit gilt¹⁴, so deuten andere Ergebnisse, wie hoher Anteil an positiven Einschätzungen der Unternehmensentwicklung darauf hin (knapp 80% dieser Gruppe, siehe Kapitel 8), dass es sich zum überwiegenden Anteil um stabile Gründungen handelt.

Abbildung 4: Statusvergleich Kundinnen aus den Beratungsjahren 2006/07

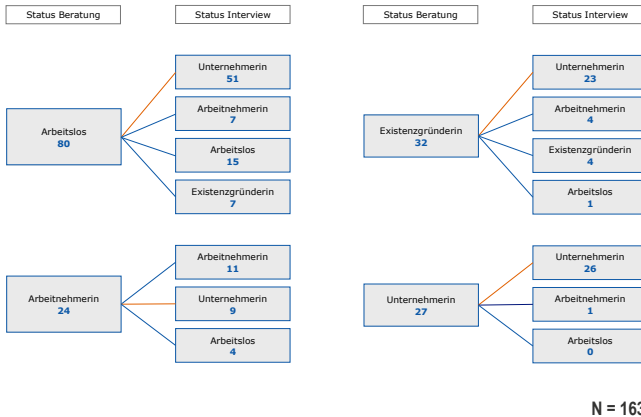


In der zweiten Befragung in 2009 sind wegen des teilweise kurzen zeitlichen Abstands von Befragung und Gründung weniger Aussagen über die Bestandsfestigkeit möglich, als über die Gründungsintensität: Hier gibt die Anzahl der erfolgten Gründungen zum Zeitpunkt des Interviews im Vergleich zur Situation der Frauen in der Beratung Auskunft über die Gründungsintensität.

14 U.a. wird dieser Zeitraum regelmäßig im KfW-Gründungsmonitor zugrunde gelegt.

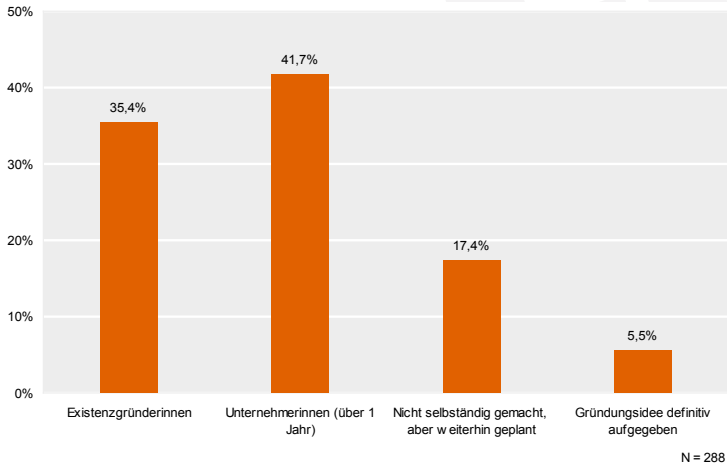
In der Telefonbefragung 2009 befanden sich zum Beratungszeitpunkt von insgesamt 163 Kundinnen 136 im Status der Arbeitslosigkeit oder sie waren Arbeitnehmerinnen oder befanden sich aktuell im Prozess der Existenzgründung. Zum Zeitpunkt des Interviews haben sich von diesen 83 selbständig gemacht (insgesamt 109 Unternehmerinnen) (Abbildung 5).

Abbildung 5: Statusvergleich Kundinnen aus dem Beratungsjahr 2008



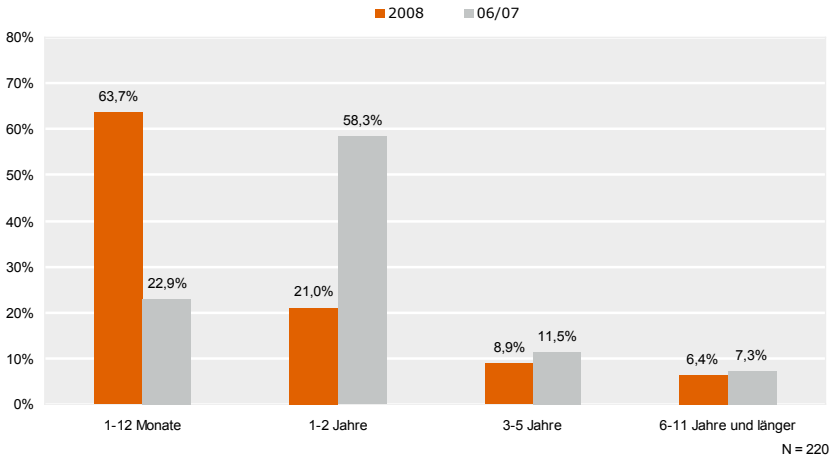
Über den Zeitraum von drei Beratungsjahren zeigt sich insgesamt bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V., dass die Beratung in den meisten Fällen in eine selbständige Existenzgründung mündete (Abbildung 6). Aber auch bei denjenigen, die zum Zeitpunkt des Interviews sich nicht selbständig gemacht haben (insgesamt 65 Kundinnen), waren es nur knapp ein Fünftel, welches sich definitiv gegen diese Form der Beschäftigung entschieden hat (16 Frauen). Für die meisten aus dieser Kundinnengruppe ist die Realisierung ihres Gründungsvorhabens weiterhin ein Zukunftsprojekt (50) (siehe auch Kapitel 9).

Abbildung 6: Aktueller Status Selbständigkeit Kundinnen aus den Beratungsjahren 2006/07/08



Inwieweit die hohe Gründungsaktivität der Kundinnen von Frauenbetriebe als Ergebnis der Gründungsberatung zu bewerten ist, lässt sich nicht eindeutig beantworten, da direkte Effekte von Beratung prinzipiell kaum messbar sind. Als ein Indikator, der eher indirekt etwas über positive Wirkungen aussagt, ist die Zustimmung von 55% Interviewten zu der Frage, ob die Beratung bei Frauenbetriebe e.V. einen wichtigen Schritt bei der Verwirklichung ihres Gründungsvorhabens darstellte. Ein Fünftel stimmte hier nur mit teils/teils zu. Dabei handelt es sich um Frauen, die in der Umsetzung ihrer Gründungsidee schon relativ weit fortgeschritten sind, und weniger auf die Vermittlung von Know-how zu Gründungsbasics angewiesen waren bzw. eine längere Prozessberatung zur Klärung der Umsetzung ihrer beruflichen Selbständigkeit benötigten. Diese Gruppe von Gründerinnen hat häufig mehr Bedarf an fachspezifischen Beratungssegmenten oder an einer größeren Beratungsintensität im Hinblick auf die Aufnahme von Krediten. Entscheidend ist hier, dass bei Beratungsbeginn ein Instrumentarium für den/die Berater/in zur Verfügung steht, um die differenzierten individuellen Ansprüche der Kundin identifizieren und ein entsprechendes Beratungspaket schnüren zu können.

Abbildung 7: Dauer der Selbständigkeit



Anhand der Dauer der Selbständigkeit wird deutlich, dass sich die meisten der Kundinnen aus 2008 bei Frauenbetriebe e.V. im Gründungsprozess Beratung eingeholt haben. Sie befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung überwiegend im ersten Jahr ihrer Existenzgründung, wogegen die Kundinnen aus den Beratungsjahren 2006/07 schon seit 1-2 Jahre selbständig waren. In allen drei Beratungsjahren sind einige der Kundinnen im weiteren Wachstumsprozess ihrer Firma, andere in einer Unternehmenskrise zur Beratung gekommen, sie betreiben ihr Unternehmen schon seit drei bis fünf, einige wenige bereits seit 6 -11 Jahren und länger (Abbildung 7). Deutlich wird, dass Frauenbetriebe e.V. überwiegend für an Gründung interessierte Frauen, Existenzgründerinnen und Jungunternehmerinnen Ansprechpartner ist. Allerdings gibt es in der letzten Zeit Überlegungen zu einer strategischen Neuorientierung, stärker auch Frauen in der Unternehmenssicherung und im –verbleib anzusprechen.

Eine kleinere Gruppe von vorwiegend Jungunternehmerinnen, die schon seit 1-2 Jahren und länger mit ihrer Firma auf dem Markt sind, avisieren im weiteren Entwicklungsprozess eine Wachstumsperspektive an. Sie sehen in Frauenbetriebe e.V. auch weiterhin ihren Ansprechpartner, wenn für sie in diesem Prozess ein Beratungsbedarf entsteht (siehe Kapitel 10).

4. Profile der Gründerinnen und Unternehmerinnen

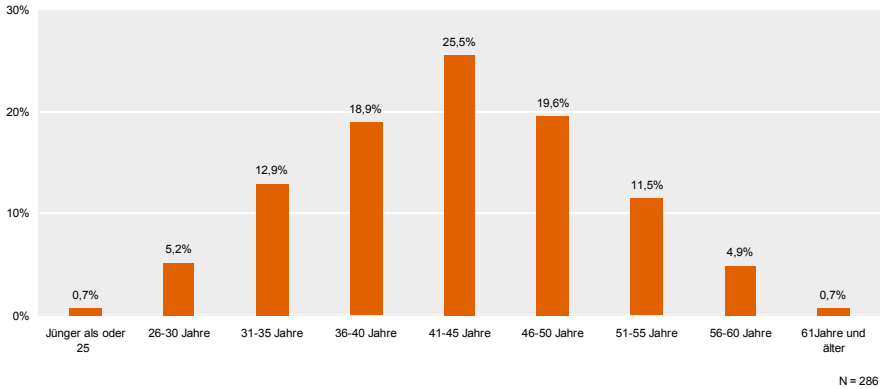
Frauen gründen später als Männer

Bundesweite Daten zum altersspezifischen Gründungsverhalten zeigen, dass Männer tendenziell jünger gründen als Frauen. Die Hochphase männlicher Gründer liegt durchschnittlich zwischen dem 25. und 34. Lebensjahr. Frauen gründen auch in einer jüngeren Altersspanne und zwar zwischen 31 – 35, jedoch fast so häufig im Alter von 35 bis 44 Jahren¹⁵. Aufgrund des gestiegenen Anteils an Gründungen aus der Arbeitslosigkeit, aber auch wegen der zu erwartenden demografischen Veränderungen wird prognostiziert, dass das Gründungsalter insgesamt sich nach hinten verschiebt, also auch bei Männern, die an einer beruflichen Selbständigkeit interessiert sind. Inwieweit sich diese gesellschaftliche Entwicklung schon in der altersmäßigen Zusammensetzung der Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. niederschlägt oder ob hierfür andere Gründe ausschlaggebend sind, wie etwa die Tatsache, dass Frauen eher nach der (Klein) Kinderphase gründen, ist nicht eindeutig zu beantworten¹⁶. Frauen im Alter von 41 – 45 Jahren stellen bei den befragten Kundinnen aus allen drei Beratungsjahren die größte Gruppe dar, wobei der Anteil der 46 – 50 jährigen Kundinnen in den Beratungen 2008 gestiegen ist (Abbildung 8). Dabei sind Gründerinnen mit Migrationshintergrund vergleichsweise jünger (zwischen 31 und 40 Jahre). Bei den 51 – 55 Jährigen handelt es sich zu einem Drittel um langjährige Unternehmerinnen, es ist jedoch der Anteil der Existenzgründerinnen in dieser Altersgruppe ebenfalls relativ hoch (42%). Interessant ist das Ergebnis im Hinblick auf das Human Kapital: in dieser Gruppe der über Fünfzigjährigen befindet sich auch der höchste Anteil an Kundinnen mit akademischer Ausbildung (57,6%).

15 Siehe KfW-Research (2009), a.a.O.

16 Die hier aufgeführten soziodemografischen Daten aus den zwei Telefonbefragungen entsprechen in der Tendenz den - wenn nicht anders aufgeführt - regelmäßig seit dem Beratungsjahr 2007 ausgewerteten Kundinendaten von Frauenbetriebe e.V., sie geben also das durchschnittliche Kundinnenprofil wieder.

Abbildung 8: Alter der befragten Kundinnen

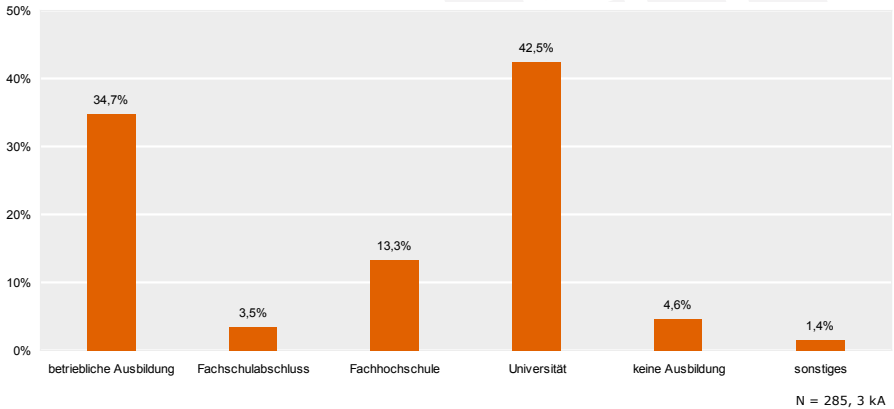


Gründungsneigung gut ausgebildeter Frauen ist hoch – gute Human Kapital Ausstattung

Generell ist bei selbständigen Personen der Anteil gut ausgebildeter Frauen und Männer mit akademischer Ausbildung im Bundesdurchschnitt hoch¹⁷ - eine Tendenz, die sich auch bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. findet. Über 50% haben einen Hochschul- oder Fachhochschulabschluss (55,8%) und ein Drittel verfügt über eine abgeschlossene berufliche Ausbildung (34,7%). Damit sind 90% der Gründungsinteressierten, der Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen sehr gut und gut ausgebildet (Abbildung 9).

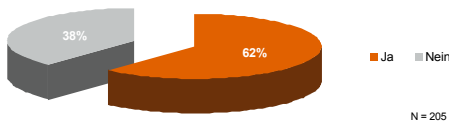
17 Bei Frauen ist ihr Anteil vergleichsweise zu anderen erwerbstätigen Frauen noch ausgeprägter als dies bei Männern der Fall ist. Siehe KfW-Research (2009), a.a.O.

Abbildung 9: Ausbildung der befragten Kundinnen



In der Gründungsforschung zählen Ausbildung und berufliche Erfahrungen insbesondere in der Branche, in der gegründet wird, als positive Voraussetzungen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung und -entwicklung. Auch in dieser Hinsicht sind die Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. gut gerüstet. Ein relativ hoher Anteil der Gründerinnen und Unternehmerinnen, nämlich über 60%, haben sich in der Branche ihrer Ausbildung selbständig gemacht (Abbildung 10). Diejenigen, die in einer anderen als in der ausgebildeten Branche selbständig sind, haben sich überwiegend fort- und weitergebildet, worüber sie sich weitere fachliche Kenntnisse und berufliche Erfahrungen in der Branche ihrer Selbständigkeit angeeignet haben.

Abbildung 10: Selbständig in gleicher Branche wie Ausbildung



Zwar waren über 50% der befragten Kundinnen von Frauenbetriebe arbeitslos, als sie in die Beratung kamen. Langzeit arbeitslos waren aber lediglich 10% der Frauen, die sich selbständig gemacht haben. Der überwiegende Teil der bei Beratungszeitpunkt arbeitslosen Kundinnen war vor der Arbeitslosigkeit abhängig beschäftigt, einige davon in führenden Positionen wie Geschäftsführerin oder Verkaufsleiterin. 6,8% der Kundinnen, die sich für die Selbständigkeit entschieden haben, waren vorher schon einmal

selbständig und musste aus unterschiedlichen Gründen das Unternehmen aufgeben. Insgesamt zeigt sich bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. auch im Hinblick auf vorhandene berufliche Erfahrungen ein Bild relativ gut gerüsteter Gründerinnen (Abbildung 11).

Abbildung 11: Beschäftigung der Frauen vor ihrer Selbständigkeit*

Beschäftigung	Anzahl*
Abhängig beschäftigt	158 (71,8%)
Selbständig	15 (6,8%)
Hausfrau	12 (5,5%)
Erziehungszeit	4 (1,8%)
Studentin	5 (2,3%)
Arbeitslos	22 (10%)
Sonstiges	4 (1,8%)
Gesamt	220 (100%)

* Nur Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen

Lebenssituation der selbständigen Frauen

Nach bundesweiten Gründungsdaten ist bei Frauen der Verheiratenstatus eher unterstützend, sich selbständig zu machen. Das Risiko der selbständigen Tätigkeit ist insbesondere für allein erziehende Frauen höher, aber auch ledige und geschiedene Frauen bevorzugen vergleichsweise häufiger die abhängige Erwerbstätigkeit. Die Daten bestätigen, dass das Gründungsverhalten von Frauen stärker von ihrer spezifischen Lebens- und Familiensituation geprägt ist als bei Männern. Anzahl der Kinder und der Ehestatus sind zudem bei Gründerinnen und Unternehmerinnen häufig zentrale Faktoren dafür, dass sie im Zu- bzw. Nebenerwerb und nicht im Vollerwerb ihre berufliche Selbständigkeit ausüben.

Auch wenn sich tendenziell diese demografischen Daten bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. bestätigen, so gibt es Verschiebungen in den Beratungsjahren, die einerseits den Wandel rund um das traditionelle Familiensystem widerspiegeln, andererseits zeigen, dass für eine steigende Anzahl an Frauengruppen die berufliche Selbständigkeit attraktiv wird. So sind der Anteil der verheirateten (42,7%) und der der kinderlosen Frauen bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. gesunken, während der Anteil

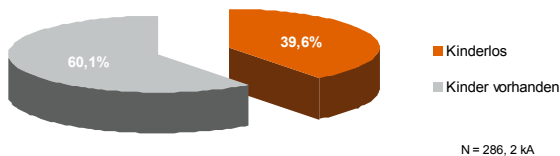
der geschiedenen Frauen gestiegen ist, wobei bei den Unternehmerinnen, die seit 6 Jahren und mehr selbständig sind, der Anteil der verheirateten am geringsten, der der Geschiedenen am höchsten ist (Abbildung 12).

Weiterhin haben jedoch 60% der befragten Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen Kinder – und zwar durchgängig durch alle Gruppen von Unternehmerinnen, unabhängig davon, wie lange sie am Markt sind (Abbildung 13).

Abbildung 12: Familienstand

	Beratungsjahr 2008	Beratungsjahre 2006/2007	Gesamt
Verheiratet	58 (35,4%)	65 (52,4%)	123 (42,7%)
ledig	48 (29,3%)	40 (32,3%)	88 (30,6%)
geschieden	45 (27,4%)	13 (10,5%)	58 (20,1%)
Allein erziehend	13 (7,9%)	6 (4,8%)	19 (6,6%)
Gesamt	164 (100%)	124 (100%)	288 (100%)

Abbildung 13: Kinder ja/nein



Mit den Wandlungsprozessen im familiären Status einher geht auch ein Anstieg bei der Ausübung der beruflichen Selbständigkeit im Vollerwerb. Zwar haben von denjenigen, die ihre berufliche Selbständigkeit im Nebenerwerb ausüben, 77% Kinder, aber gleichzeitig haben auch bei den Vollzeit-Unternehmerinnen die Hälfte Kinder. Entscheidender für die Selbständigkeit in Form des Nebenerwerbs ist

19 Der Bundesdurchschnitt liegt bei 65%.

bei Unternehmerinnen weniger das alleinige Vorhandensein von Kindern, sondern das Zusammentreffen insbesondere zweier Faktoren: nämlich Kinder zu haben und verheiratet zu sein (Abbildung 14).

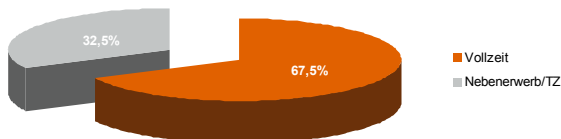
Abbildung 14: Familienstatus nach Vollzeit-Nebenerwerb Selbständigkeit

Familienstatus	Vollzeit	Nebenerwerb	Gesamt
verheiratet	54 (37,8%)	40 (58%)	94 (44,3%)
ledig	52 (36,4%)	14 (20,3%)	66 (31,1%)
geschieden	29 (20,3%)	10 (14,5%)	39 (18,4%)
alleinerziehend	8 (5,6%)	5 (7,2%)	13 (6,1%)
Gesamt	143 (100%)	69 (100%)	212 (100%)*

* Nur Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen

Vor dem Hintergrund dieser neueren Veränderungen im soziodemografischen Profil der Kundinnen haben sich auch in Bezug der Selbstständigkeitsformen in Voll- und Nebenerwerb im Beratungsjahr 2008 relativ große Verschiebungen zugunsten eines Anstiegs von Vollerwerbsgründungen ergeben (2008: 75,2% zu 2006/07: 57,1%) (Abbildung 15). Diese wurden insbesondere im Bereich der Neugründungen (1-12 Monate selbständig) und bei den jungen Unternehmen (1-2 Jahre selbständig) verursacht. Damit sind es gerade die Existenzgründerinnen und Jungunternehmerinnen, die vermehrt in Vollzeit ihre berufliche Selbständigkeit betreiben. Ob es sich hier um eine relevante Entwicklungstendenz im Gründungsprofil selbständiger Frauen handelt, die vermehrt mit ihrer Unternehmensgründung eine eigenständige ökonomische Absicherung intendieren, wird im Rahmen des Monitorings von Frauenbetriebe e.V. weiter zu beobachten sein (siehe hierzu auch S. 26).

Abbildung 15: Selbständigkeit in Vollzeit oder Teilzeit



N = 212

5. Performance der Gründerinnen und Unternehmerinnen - klein, kreativ und wissensintensiv

Die meisten der von den befragten Frauen gegründeten Firmen sind klein, häufig Einzelunternehmen, die zu dem Zeitpunkt der Befragung eher selten Mitarbeiter/innen eingestellt haben. Bei den Existenzgründerinnen und Jungunternehmerinnen haben 16% Angestellte, davon sind knapp ein Fünftel in einem festen Beschäftigungsverhältnis, die anderen arbeiten auf freier Honorarbasis oder in Form eines Minijobs. Allerdings wächst die Anzahl der Mitarbeiter/innen mit der Dauer der Selbständigkeit: von denjenigen, die schon 3-5 Jahre selbständig sind, haben über 30% und die, die 6 Jahre und länger ihr Unternehmen betreiben, haben 47% Beschäftigte angestellt. Gewachsen ist im Beratungsjahr 2008 im Vergleich zu den Beratungsjahren 2006/07 mit knapp 30% der Anteil bei den Gründerinnen, die demnächst oder zeitlich später planen, Mitarbeiter/innen einzustellen. Hierbei handelt es sich insbesondere um die Unternehmerinnen, die seit ein bis zwei Jahren selbständig sind.

Branchen der Existenzgründungen – wissensintensive Dienstleistungen

Mit dem Wandel hin zur Wissensgesellschaft geht eine dynamische Entwicklung der wissensintensiven Dienstleistungen einher, die sowohl die Wirtschaft wie das Gründungsgeschehen zunehmend prägen. Neuere Studien weisen auf die Notwendigkeit hin, andere Präferenzen in der Förderungspraxis zum Zuge kommen zu lassen: Anstatt diese auf die technologieorientierten Gründungen zu konzentrieren (z.B. mit den Gründerzentren in diesen Bereichen), sollte stärker das Augenmerk auf die wissensintensiven Dienstleistungen gelenkt und das Potenzial der Gründerinnen in der Gründungsberatung und für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland wahrgenommen und anerkannt werden²⁰.

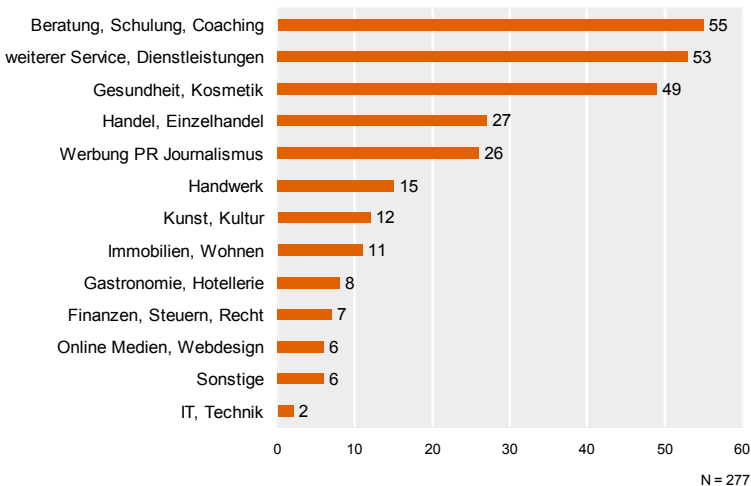
Existenzgründungen und Unternehmen von Frauen sind insgesamt in Deutschland und anderen europäischen Ländern zu großem Anteil im Dienstleistungsbereich angesiedelt. Das ist auch bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. der Fall, gleichzeitig stehen hier zunehmend wissensintensive Bereiche wie Beratung, Schulung, Coaching und Gesundheit auf den vordersten Plätzen der Gründungs- und Unternehmensbranchen (Abbildung 16).

20 Siehe u.a. Fußnote 6

Die vier Branchen mit dem höchsten Gründungsanteil der Kundinnen von Frauenbetriebe sind:

1. Beratung, Schulung, Coaching
2. Gesundheit
3. Werbung, PR, Journalismus
4. Handel, Einzelhandel

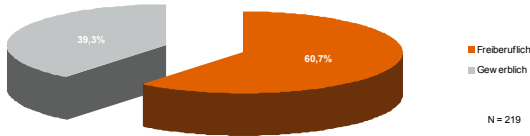
Abbildung 16: Branchen der Gründerinnen und Unternehmerinnen



Die Unternehmensprofile vieler Existenzgründerinnen umfassen ein sehr breites Spektrum, insbesondere in den Bereichen persönlicher und Unternehmens-Dienstleistungen. Sie basieren sehr häufig auf kreativen Geschäftsideen, die sowohl in Wachstums-Beratungsbereichen wie etwa in der Seniorenbetreuung angesiedelt sind, als auch in der Theater- und Kunstszene, in Werbung und Grafikdesign sowie im Modebereich. Daneben sind viele Frauen im klassischen Beratungsgeschäft der Unternehmens- und Steuerberatung, PR und Eventmanagement, im Bereich der Umweltberatung oder im Immobiliengeschäft sowie der psychologischen Beratung selbständig. In der Gesundheitsbranche haben die meisten ihre Existenzgründungen in Bereichen begonnen, die eine stabile wirtschaftliche Entwicklung, teilweise auch Wachstumsraten aufweisen und weniger krisenanfällig sind, wie etwa in der häuslichen Pflege, Physiotherapie, Krankengymnastik, Heilpraktikerin oder auch Fußpflege und Massage. Der Anteil an Gründungen auf dem Gebiet der Architektur ist in 2008 relativ gestiegen. Im Handwerk sind es häufig Friseurläden, aber auch in der Baubranche und im Autoreparaturbereich haben hier die Kundinnen ihre Firmen gegründet.

Entsprechend dieser Unternehmensbereiche ist der Anteil derjenigen, die ihre Unternehmen freiberuflich ausüben höher als die gewerblich Selbständigen (Abbildung 17).

Abbildung 17: Selbständigkeit freiberuflich-gewerblich



Deutlich wird anhand der von Frauen bevorzugten Gründungs- und Unternehmensfelder, dass weiterhin im Dienstleistungs- und weniger im Technologiebereich oder in der High-Tech-Industrie die Domänen der beruflichen Existenzgründungen von Frauen zu finden sind. Das entspricht auch den Ausbildungsbereichen der Kundinnen, die selten im Naturwissenschaftlichen Spektrum liegen.

Die drei am stärksten besetzten Studiums- und Ausbildungsbereiche

Hochschulabschlüsse

- Sprach-, Kulturwissenschaften, Kunst und Gestaltung
- Pädagogik
- Rechts- und Wirtschaftswissenschaften

Fachhochschulabschlüsse

- Rechts- und Wirtschaftswissenschaften
- Kunst und Gestaltung
- Gesundheitswesen

Betriebliche Ausbildungsbereiche

- Bank, Büro
- Handwerk
- Gesundheit

Geschäftspartnerschaften

Eine positive Veränderung hat sich bei der Beratung von Existenzgründungen in Form von Geschäftspartnerschaften entwickelt. In 2008 haben immerhin knapp 13% in Partnerschaft gegründet, meistens handelt es sich dabei um Partnerinnen. Die Kontakte zur Geschäftspartnerschaft haben sich selten aus privaten Kontakten, sondern überwiegend aus fachlichen Kontexten ergeben. Erhöht hat sich zudem die Anzahl der Alleingründerinnen, die demnächst oder später eine Geschäftspartnerschaft planen. Es sind davon immerhin ein Drittel, die eine Partnerschaft demnächst (40,6%) oder später (59,4%) avisieren.

Dies ist ein interessantes Gründungs- und Beratungssegment und gibt Anhaltspunkte dafür, dass Frauen zunehmend in dieser Form der Gründungen vielfältige Vorteile sehen: Kompetenzerweiterung und –ergänzung, Verteilung von Risiken, bessere Verbindung von Beruf und Familie, Synergieeffekte, Expansion und Wachstum sind hier die am meisten genannten Aspekte. Viele, die eine Geschäftspartnerschaft planen, bevorzugen dabei Zusammenschlüsse in Form von Kooperationen und Vernetzungen. Dass Partnerschaftsgründungen auch die Risikobereitschaft erhöhen können – dafür spricht das Ergebnis der Kundinnenbefragung, dass Frauen, die diese Gründungsform gewählt haben, tendenziell einen höheren Kapitalbedarf haben und mehr im Gründungsprozess investieren. Hier liegt ebenfalls nach den qualitativen Befragungsergebnissen ein relativ großes Potenzial im Gründungsgeschehen von Frauen. Da gerade für Kleinunternehmen Geschäftspartnerschaften, Kooperationen und Vernetzungen Formen sind, die die wirtschaftlichen Möglichkeiten erweitern und insofern auch ökonomisches Wachstum generieren können, hat Frauenbetriebe e.V. für diese Kundinnen ein spezielles Beratungsangebot entwickelt und begonnen, dieses Beratungssegment weiter auszubauen²¹.

21 Seit Mitte 2008 wurde das Projekt „Qualifizierung für Geschäftspartnerschaften und Teilhabe“ entwickelt, dem eine Machbarkeitsstudie vorgeschaltet war, deren Ergebnisse vorliegen in:
Nispel, Andrea (2008): Gemeinsam wachsen und Erfolg sichern. Geschäftspartnerschaften von Klein- und Mittelunternehmerinnen. Frauenbetriebe e.V., Frankfurt a.M., Juni 2008

6. Kapitalbedarf und Finanzierung

Dem Trend zu kleinen Firmen im Dienstleistungsbereich entspricht, dass bei den befragten Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen ein eher geringer Kapitalbedarf bei der Gründung angefallen ist. Bei über der Hälfte der Kundinnen war schon Sachkapital wie etwa Computer, Auto, Büroeinrichtung oder je nach Gründungsbranche die jeweils erforderlichen Basismaterialien vorhanden. Demgegenüber hatten dreiviertel der selbständigen Kundinnen Bedarf an Finanzkapital²² (Abbildung 18).

Abbildung 18: Bedarf an Finanzkapital

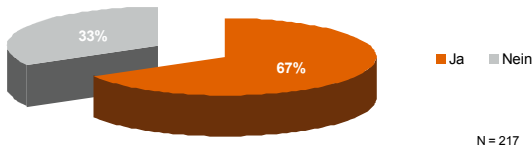
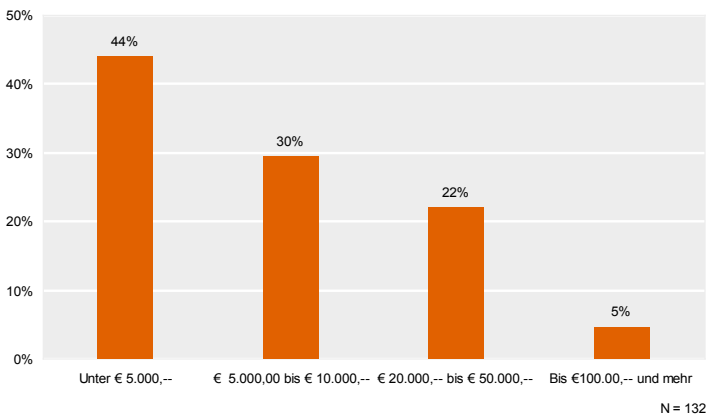


Abbildung 19: Höhe des Finanzkapitals*



* Von den 145 mit Kapitalbedarf haben nur 132 Angaben dazu gemacht

Jede vierte der Gründerinnen mit Finanzbedarf benötigte Kapital unter € 5.000,--, ein Drittel zwischen € 5.000,-- und € 10.000,-- und lediglich knapp 5% bis € 100.000 und mehr (Abbildung 19). Dieses Ergebnis

²² Im KiW-Gründungsmonitor 2009 lag mit 71% der Anteil ein wenig höher

bestätigt den hohen Bedarf und die Notwendigkeit von Mikrodarlehen für Klein Gründungen, auch wenn aktuell von der Mehrheit der Existenzgründer/innen der Finanzbedarf vorwiegend über Eigenmittel und private Darlehen gedeckt wird. Die privaten Finanzierungsformen führen häufig im Prozess der Unternehmenssicherung zu Problemen, da nicht berücksichtigt wird, dass Liquiditätsreserven erforderlich sind, um etwa kurzfristig Finanzbedarfe decken zu können – eine Situation, aus der heraus nicht selten Insolvenzen entstehen. Übereinstimmend mit diesem Trend und den aktuellen Daten des bundesweiten Gründungsmonitors KfW deckt auch nach den Ergebnissen der Kundinnenbefragung die Mehrheit der Gründerinnen mit Kapitalbedarf diesen durch Eigenmittel und private Darlehen, gefolgt von den Zuschüssen der Bundesagentur für Arbeit und nur in geringem Maße mit externen Mitteln aus Förderkrediten oder der Hausbank (Abbildung 20).

Abbildung 20: Deckung des Kapitalbedarfs*

Form der Deckung	Anzahl
Eigene Mittel, privates Darlehen	102 (64,2 %)
Förderkredite	13 (8,2 %)
Normaler Kredit Hausbank	7 (4,4%)
Landesbürgschaft	1 (0,6%)
Zuschüsse Bundesagentur für Arbeit	36 (22,6)
Gesamt	159 (100%)

* MFN

Im Vergleich zu den Beratungsjahren 2006/2007 und 2008 ist bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. eine leichte Tendenz zu höherem Kapitalbedarf und mehr Inanspruchnahme von externen Finanzierungsmitteln und BA-Zuschüssen festzustellen.

Aufgrund der Angst vor langfristigen Zinsbelastungen, gepaart mit einer großen Skepsis Banken gegenüber, war für viele der selbständigen Kundinnen von Frauenbetriebe die Deckung ihres Kapitalbedarfs durch eigene oder andere private Mittel sympathischer als eine Kreditaufnahme. Da aus diesen Gründen die meisten die Möglichkeiten der externen Finanzierung für sich gar nicht recherchierten, berichten auch nur wenige von Schwierigkeiten bei der Finanzierung. Dabei handelte es sich insbesondere um Gründerinnen, die einen höheren Kreditbedarf hatten und an fehlenden Sicherheiten gescheitert sind. Einige haben deshalb ihre Gründungsidee aufgegeben bzw. auf einen späteren Zeitpunkt verschoben.

Insgesamt gibt es bei den Kundinnen von Frauenbetriebe eine hohe Zustimmung zu der Form der Finanzierung ihres Kapitalbedarfs. Gefragt, ob sie mit der von ihnen gewählten Finanzierung zufrieden sind,

antworten über 85% mit Ja. Diejenigen, die im Nachhinein eher unzufrieden waren, sind Unternehmerinnen, die schon sechs Jahre und länger auf dem Markt agieren. Sie beurteilen aus ihrer heutigen Sicht, dass der Einsatz von mehr Kapital bei der Gründung und späteren Unternehmenssicherung für das Unternehmenswachstum von Vorteil gewesen wäre.

Neben der Notwendigkeit der Bereitstellung von Mikrokrediten für Klein Gründungen, sind es Beratungseinrichtungen wie Frauenbetriebe e.V., die entsprechende Informationen zur Verfügung stellen und den Zugang für die Kundinnen hierzu herstellen sollten. Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass es erforderlich ist, Erleichterung für die Aufnahme von Darlehen auch zur Nachfinanzierung zu schaffen, um das Szenario der Insolvenz im Prozess der Unternehmenssicherung zu verhindern.

Vollzeit-Unternehmerinnen im Wachsen

Aufgrund der Entwicklung, dass im Beratungsjahr 2008 der Anteil der Gründerinnen und Unternehmerinnen in Form von Vollzeit gestiegen ist, ist mit 67,5% der Anteil der Vollzeit-Unternehmerinnen vergleichsweise hoch²³ (Abbildung 21). Die bundesweiten Gründungsmonitore sehen seit einigen Jahren einen leichten Anstieg an Vollzeitgründungen auch bei Frauen. An anderer Stelle wurde darauf hingewiesen, dass es für die Gründungsberatung eine Frage ist, ob es sich hier um einen längerfristigen Trend handelt, der darauf hin deutet, dass der Anteil der selbständigen Frauen, die ihr Unternehmen wirtschaftlich und Existenz sichernd für sich (und je nach Status auch für ihre Kinder/Familie) aufbauen wollen, im Wachsen ist.

Abbildung 21: Selbstständigkeit in Vollzeit oder Nebenerwerb/Teilzeit

Arbeitszeit	Beratungsjahr 2008	Beratungsjahre 2006/07	Gesamt
Vollzeit	91 (75,2 %)	52 (57,1%)	143 (67,5%)
Nebenerwerb/TZ	30 (24,8%)	39 (42,9%)	69 (32,5%)
Gesamt	121(100%)	91 (100%)	212 (100%)

²³ Im aktuellen KfW-Monitor liegt der Anteil der Personen, die sich im Vollerwerb selbständig gemacht haben, bei 42%; d.i. niedriger als bei den Gründerinnen von Frauenbetriebe, der bei 49,7% liegt.

Die Ergebnisse der beiden Kundinnenbefragungen bestätigen, dass neben der Unternehmensdauer die investierte Arbeitszeit ein zentraler Faktor dafür ist, ob die berufliche Selbständigkeit den Lebensunterhalt der Unternehmerin sichert und zu deren ökonomischen Selbständigkeit beiträgt. Angesichts des relativ hohen Anteils an Existenzgründerinnen (1-12 Monate selbständig) und Jungunternehmerinnen (1-2 Jahre selbständig) bei den befragten Kundinnen ermöglicht die Vollzeit-Selbständigkeit über 70% dieser Kundinnen, dass sie ganz oder immerhin teilweise davon leben können. Die Unternehmerinnen, die ganz davon leben können, geben mehrheitlich an, bis zu € 2.500,-- monatliches Bruttoeinkommen zu erwirtschaften. Knapp ein Fünftel verdient bis zu € 4.500,-- und eine Unternehmerin über € 6.000,--. Im Vergleich zu den Nebenerwerbstätigen, die nur zu 13% ganz, aber immerhin zu über 50% teilweise von ihrer Selbständigkeit leben können, dagegen aber zu einem Drittel gar nicht.

Auch die meisten Unternehmerinnen mit Mitarbeiterinnen und diejenigen, die in Form einer Geschäftspartnerschaft gegründet haben, arbeiten Vollzeit.

Die Existenzgründerinnen und Jungunternehmerinnen, deren Lebensunterhalt noch nicht abgesichert ist, erhalten entweder Zuschüsse von der Bundesagentur für Arbeit oder sind durch ihren Ehemann/Lebensgefährten finanziell gesichert. Die Veränderungen in dem familiären Status der Kundinnen schlägt sich auch hier insofern nieder, dass diese im Beratungsjahr 2008 stärker von öffentlichen Zuschüssen der Bundesagentur für Arbeit (2008: 73,4% zu 2006/07: 30,8%) als von privater Unterstützung (2008: 25,7% zu 2006/07: 63,5%) abhängig waren. Eine Reihe dieser Frauen verdienen außerdem ihren Unterhalt durch Honorartätigkeiten oder in Form von anderen Nebenerwerbstätigkeiten.

Bei diesen Ergebnissen ist zu berücksichtigen, dass viele der Frauen, die über die berufliche Selbständigkeit noch keine ökonomische Eigenständigkeit erwirtschaftet haben, sich häufig im Gründungsprozess befinden und schrittweise ihre Existenzsicherung aufbauen. Da viele der Kundinnen vor ihrer Entscheidung zur Selbständigkeit arbeitslos waren, sind zudem weitere positive Effekte auch im Hinblick auf den Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit als Erfolgsfaktor zu werten: Selbst bei einem Scheitern ist der Kontakt zum Erwerbsleben gehalten worden und damit die Chance auf einen Wiedereinstieg in eine abhängige Beschäftigung gestiegen.



7. Neuer Unternehmerintertypus mit hohem Potenzial – Gründerinnen mit Migrationshintergrund

Die Gruppe der Frauen und Männer mit Migrationshintergrund erhalten zunehmend eine wichtige Position im Gründungsgeschehen und erobern mehr und mehr als Selbständige den hiesigen Markt. Gleichwohl ist ihr Anteil am Gründungsgeschehen noch gering. Wenn auch jedes vierte Unternehmen heute von einer Frau gegründet wird, so ist die Gründungsquote bei Frauen mit Migrationshintergrund noch einmal um ein Drittel geringer²⁴. Demgegenüber belegen Ergebnisse von Studien, dass in dieser Zielgruppe der Wunsch nach beruflicher Selbständigkeit im Gegensatz zu Frauen ohne Migrationshintergrund an einer der obersten Stellen der beruflichen Präferenzen steht. Dieses Ergebnis macht darauf aufmerksam, dass hier im Hinblick auf das Gründungsgeschehen ein großes Potenzial bislang ungenutzt ist²⁵.

Auch der Anteil der Kundinnen mit Migrationshintergrund bei Frauenbetriebe ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Aus diesem Grund wurden in das Projekt „Gender- und migrationsspezifisches Monitoring“ speziell diese Gründerinnen einbezogen, um die Ausdifferenzierungen im Gründungsverhalten von Frauen im Rhein-Main Gebiet neben ihrem quantitativen Anteil auch anhand ihres Gründungsprofils qualitativ identifizieren bzw. beschreiben zu können²⁶. Die vorliegenden Ergebnisse im Hinblick auf diese Gruppe der Gründerinnen sind darüber hinaus von Interesse, da in anderen Studien und Monitorings lediglich die Kategorie mit Migrationshintergrund ein Merkmal darstellt und selten weitere Charakterisierungen zu diesem neuen Typus von Gründerinnen und Unternehmerinnen vorliegen²⁷. Dies ist jedoch durch die zweite telefonische Befragung der Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. möglich.

24 Siehe www.migrantinnen-gruenden.de

25 Siehe das vom BMBF geförderte Projekt „Power für Gründerinnen - Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen“, das mittels Umfragen, Interviews und Diskursanalysen die Wirkung des Migrationshintergrundes für das Gründungspotenzial von Existenzgründerinnen und den faktischen Gründungsverlauf von Unternehmen untersucht.

26 In der ersten Befragung konnten weniger Daten zu dieser Zielgruppe erhoben werden, da in 06/07 die Kategorie in der Datenbank der Kundinnen noch nicht enthalten war. Dies hat sich in der zweiten Befragung qualitativ verbessert, da Migrationshintergrund gesondert in der Datenbank ab 2008 erhoben wird.

27 Eine Ausnahme stellt die von der Fachhochschule Köln für das BAMF erstellte Expertise dar, in der detaillierte Daten anhand von Ergebnissen u. a. des Mikrozensus für diese potenzielle Gründerinnengruppe dargestellt werden. FH Köln, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften (Hg.)(2007), Franken, Svetlana: Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund. Arbeitsbericht einer Expertise im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Köln

Soziodemografische Merkmale der Gründerinnen mit Migrationshintergrund

Der Anteil dieser Gründungsgruppe an den Kundinnen bei Frauenbetriebe e.V. liegt aktuell bei ca. 30%²⁸. In den Befragungen haben die Mehrheit einen eigenen Migrationshintergrund und sind nur zu einem Drittel schon in der zweiten Generation in Deutschland²⁹. Die Heterogenität dieses Gründungstypus zeigt sich auch in Bezug auf ihre Herkunftsländer. Entsprechend des globalen Wirtschaftsraums Rhein-Main handelt es sich bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. um ein breites Spektrum: Nicht viele kommen aus dem westeuropäischen Raum wie Italien und Frankreich, dagegen sind Türkei, Marokko und Polen relativ häufig vertreten. Außerdem liegen die Herkunftsländer der Frauen in Südamerika, Afrika, Philippinen, Pakistan, Ägypten, Arabien oder in Kasachstan und der Ukraine. Nach den Auswertungen im Hinblick auf diese Zielgruppe zeigen sich Differenzen zu den Kundinnen ohne Migrationshintergrund insbesondere auf der Ebene soziodemografischer Merkmale. Danach lässt sich das Gründungsprofil dieser Gründerinnen wie folgt charakterisieren:

- Sie haben im Unterschied zur Vergleichsgruppe (ohne Migrationshintergrund) weniger einen Hochschul- oder Fachhochschulabschluss, aber häufiger eine betriebliche Ausbildung (Abbildung 22),
- sind häufiger verheiratet und geschieden,
- sind weniger kinderlos und
- sind tendenziell eher unter den jüngeren Existenzgründerinnen (Altersstufe 36 – 40jährigen zu 25%) zu finden.

28 In dem Befragungssample sind dagegen nur 20% enthalten, ihr Anteil an den Verweigerinnen ist aber nicht höher.

29 Es wird unterschieden zwischen Personen mit direkten und familiär vermittelten Migrationserfahrungen. In Deutschland leben laut Datenerfassung und Berechnungen des Statistischen Bundesamtes ungefähr 15 Millionen Personen mit Migrationshintergrund, davon haben ca. 7 Millionen keine deutsche Staatsangehörigkeit. Diese differenzierte Erfassung der Zuwanderungskonstellation nach rechtlichem Status (deutsch vs. nichtdeutsch) und darüber hinaus nach individuellem (1. Generation) und familiärem Migrationshintergrund (2. oder 3. Generation) wurde erstmalig durch den beim Mikrozensus 2005 vollzogenen Wechsel in der Statistik vom Ausländer- zum Migrationskonzept ermöglicht und stellt nun einen neuen Standard bei der Datenerfassung dar.

Abbildung 22: Ausbildung nach Migrationshintergrund

Ausbildung	Migrationshintergrund	Kein Migrationshintergrund	Gesamt
betriebliche Ausbildung	29 (49,2%)	67 (30,2%)	96 (34,2%)
Fachschulabschluss	4 (6,8%)	6 (2,7%)	10 (3,6%)
Fachhochschule	1 (1,7%)	37 (16,7%)	38 (13,5%)
Universität	17 (28,8%)	103 (46,4%)	120 (42,7%)
keine Ausbildung	6 (10,2%)	7 (3,2%)	13 (4,6%)
sonstiges	2 (3,4%)	2 (0,9%)	4 (1,4%)
Gesamt	59 (100%)	222 (100%)	281 (100%)

Im Hinblick auf ihren Status bei Beratungsbeginn sind sie zu über einem Drittel ALG II – Bezieherinnen (Vergleichsgruppe ohne Migrationshintergrund: 12,1%). Außerdem sind die Migrantinnen in den drei Beratungsjahren, die wir in die Befragungen einbezogen haben, zum Zeitpunkt des Interviews noch nicht so lange Unternehmerinnen (Gründung vor mehr als einem Jahr: 34% im Vergleich zu ohne Migrationshintergrund: 43%) und sie unterscheidet sich in ihrer Gründungsintensität leicht von den Kundinnen ohne Migrationshintergrund, da sie zu knapp einem Drittel ihr Gründungsvorhaben zunächst nicht realisiert hat (Vergleich: 21%).

Die Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund sind zu 58,5% überdurchschnittlich häufiger im gewerblichen Bereich selbständig im Vergleich zur Freiberuflichen (Abbildung 23). Unterschiede gibt es nicht in den von ihnen bevorzugten Branchensegmenten von den anderen Kundinnen, haben allerdings verschiedene Gründungsprioritäten, die sich wie folgt verteilen:

1. Gesundheit
2. Handel, Einzelhandel
3. Beratung, Schulung, Coaching

Abbildung 23: Anteil gewerblich/freiberuflich selbständig mit Migrationshintergrund

Freiberuflich und gewerblichSelbständig	Mit Migrationshintergrund	Ohne Migrationshintergrund	Gesamt
Freiberuflich	17 (41,5%)	113 (65,3%)	130 (60,7%)
Gewerblich	24 (58,5%)	60 (34,7%)	84 (39,3%)

In Bezug auf ihr unternehmerisches Profil sind interessante Differenzen identifizierbar, die auf eine stärkere ökonomische Orientierung der Gründerinnen mit Migrationshintergrund deuten:

- Sie haben einen höheren Bedarf an Finanzkapital (79% zu 63%),
- ihr Finanzbedarf wird zu gleichem Anteil aus eigenen Mitteln und aus Zuschüssen der Bundesagentur für Arbeit gedeckt (zu je einem Drittel)
- sie nehmen anteilmäßig dafür häufiger weitere externe Fördermittel in Anspruch und
- sie haben mit 80% überdurchschnittlich häufiger die Perspektive, dass ihr Unternehmen wächst (Vergleich zu 64,4%).

Die Gründungsprofile dieser Kundinnen werden weiterhin im Rahmen des Monitorings von Frauenbetriebe e.V. erhoben. Angesichts der Bedeutung und des Potenzials dieser Gruppe für das Gründungsgeschehen im Rhein-Main-Gebiet wird zukünftig eine differenzierte Auswertung der zielgruppenspezifischen Beratungsbedarfe und -angebote erfolgen.



8. Zufriedenheit mit Gründungs- und Unternehmenssituation – wer spricht von Krise?

Der Ausbruch der Finanzkrise seit September 2008 ist ein Faktor, der erst in der zweiten Telefonbefragung bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. zum Tragen gekommen ist³⁰. Als ein Indikator wird die mögliche Differenz in der Zufriedenheit mit der aktuellen Gründungs- bzw. Unternehmenssituation der Kundinnen aus den verschiedenen Beratungsjahren angesehen.

Zufriedenheit mit aktueller Existenzgründungs- und Unternehmenssituation

Insgesamt ist in beiden Befragungsjahren der Anteil der mit ihrer aktuellen Unternehmenssituation zufriedenen Gründerinnen und Unternehmerinnen sehr hoch, allerdings bei den Kundinnen aus 2006/07 überdurchschnittlich hoch. Die Unterschiede in den Beratungsjahren, die möglicherweise ein Ausdruck der Krise sind, zeigen sich insbesondere an dem Anteil der Gründerinnen, die weniger zufrieden sind (Abbildung 24).

Abbildung 24: Wie schätzen Sie Ihre aktuelle Unternehmensentwicklung/Situation als Existenzgründerin ein?

Einschätzung aktuelle Unternehmenssituation	08	06/07	Gesamt
Sehr gut	19 (17,6%)	16 (17%)	35 (17,3%)
Gut	54 (50%)	58 (61,7%)	112 (55,4%)
Weniger gut	32 (29,6%)	15 (16%)	47 (23,3%)
Schlecht	3 (2,8%)	5 (5,3%)	8 (4,0%)
Gesamt	108 (100%)	94 (100%)	202 (100%)

Die Gruppe derjenigen, die sehr zufrieden sind, wurden in der zweiten Befragung aufgrund der Erwartung, dass sich möglicherweise wegen der Krise Differenzen in der Einschätzung im Vergleich zu den Kundinnen 06/07 ergeben würden, in qualitativer Form nach den Gründen ihrer positiven Beurteilung befragt. Die kategorisierten Antworten zeigen, dass trotz kurzer Dauer der Selbständigkeit und der aufkeimenden Krise viele Existenzgründerinnen und Jungunternehmerinnen bislang nicht unmittelbar von der krisenhaften Wirtschaftsentwicklung betroffen sind. Diejenigen mit weniger guten und schlechten Prognosen spüren dies vor allen Dingen in einem Kundenrückgang und erwähnen in den meisten Fällen explizit die Finanzkrise als Ursache hierfür (Abbildung 25).

³⁰ Die neusten Daten des KfW-Gründungsmonitors 2009 weisen einen weiteren Abwärtstrend bei dem Gründungsgeschehen in Deutschland auf, dabei wird in der Finanzkrise seit September 2008 eine wesentliche Ursache gesehen.

Abbildung 25: Wie schätzen Sie Ihre aktuelle Situation als EG/Unternehmerin ein?* Gründe für „sehr gut/gut“
(Nur Beratungsjahr 2008)

Genannte Gründe für gute Existenzgründungs- und Unternehmenssituation
Gute Auftragslage
Viele Kunden/Kundenanfragen
Habe Erfolg
Durch Kooperationen/Netzwerke
Umsatzsteigerungen
Geschäftsidee kommt gut an
Krisenunabhängige Branche

* Offene Fragestellung nach genannten Häufigkeiten kategorisiert

Nach den Ergebnissen beider Befragungen beeinflusst die Tatsache, ob die Selbständigkeit in Vollzeit oder im Nebenerwerb ausgeübt wird, auch die Einschätzung der eigenen Unternehmenssituation. Die Vollzeitbeschäftigung erweist sich zwar als ein wichtiger Faktor für eine positive Einschätzung, gleichwohl sind auch die Selbständigen im Nebenerwerb zu fast Dreiviertel mit ihrer Existenzgründungs- und Unternehmenssituation zufrieden. Sie geben allerdings vergleichsweise häufiger an, mit ihrer Unternehmensentwicklung nicht zufrieden zu sein (Abbildung 26).

Abbildung 26: Einschätzung Unternehmenssituation und Vollzeit- / Nebenerwerb-Selbständigkeit

Einschätzung aktuelle Unternehmenssituation	08	06/07	Gesamt
sehr gut/gut	101 (76 %)	38 (64,4%)	139 (72,4%)
weniger gut/schlecht	32 (24 %)	21 (35,6%)	53 (27,6%)
Gesamt	133 (100%)	59 (100%)	192* (100%)

* 12 KA



Ein Vergleich zwischen den Gruppen mit positiver und negativer Unternehmensprognose zeigt größere Differenzen. Kundinnen mit positiven Unternehmenserwartungen:

- haben sich aus Gründen einer gewünschten Eigenständigkeit und Selbstverwirklichung überdurchschnittlich häufig selbständig gemacht,
- sehen in Flexibilität und Risikofreudigkeit hervorragende Eigenschaften für eine Unternehmerin und
- prognostizieren nicht nur, dass sich in fünf Jahren ihre Unternehmensentwicklung stabilisiert hat, sondern erwarten für diesen Zeithorizont überdurchschnittlich häufig, dass ihr Unternehmen gewachsen ist.

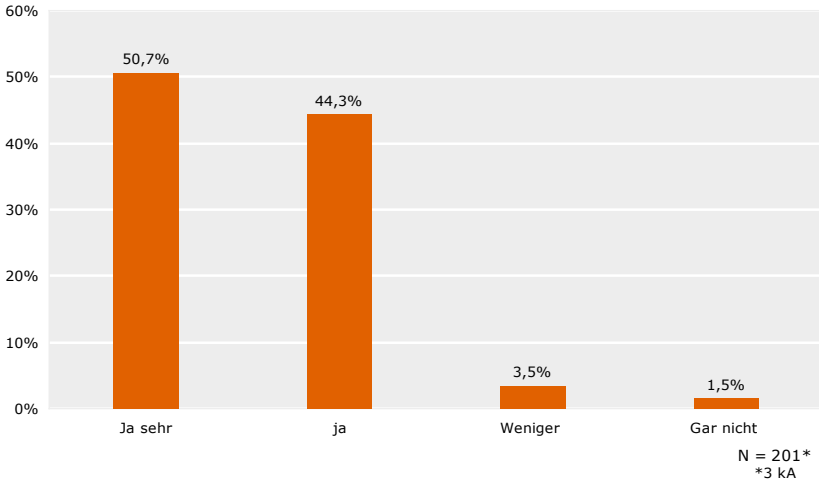
Interessant ist darüber hinaus das Ergebnis, dass sich die Kundinnen mit einer sehr guten Unternehmenseinschätzung vor allem wegen ihrer Unzufriedenheit mit betrieblichen Strukturen und aus Gründen der persönlichen Eignung zur beruflichen Selbständigkeit entschieden haben. Eine solche Motivlage für Unternehmensgründungen erleichtert offensichtlich auch, schwereren wirtschaftlichen Situationen mit einer optimistischen und zukunftsorientierten Haltung zu begegnen. Gründerinnen und Unternehmerinnen mit einer eher negativen Einschätzung ihrer Unternehmenssituation:

- haben häufiger aus der Arbeitslosigkeit gegründet,
- sehen insbesondere in der Leistungsbereitschaft eine wichtige Eigenschaft einer Unternehmerin und
- erwarten unterdurchschnittlich häufig, dass sich ihr Unternehmen in fünf Jahren stabilisiert hat und gewachsen ist.

Hohe Zufriedenheit mit der gewählten beruflichen Selbständigkeit

Neben diesen Differenzierungen sind die Kundinnen von Frauenbetriebe e.V. insgesamt mit ihrer Entscheidung, sich selbständig gemacht zu haben, zufrieden (Abbildung 27). Dieses Ergebnis macht insbesondere vor dem Hintergrund relativ hoher Arbeitslosigkeit der Kundinnen zum Zeitpunkt der Beratung deutlich, dass es sich hier um ein unternehmerisches Klientel handelt, welches die Selbständigkeit nicht als reine Notlösung versteht.

Abbildung 27: Mit Entscheidung zur Selbständigkeit zufrieden?



Gefragt, aus welchen Gründen sie sich selbständig gemacht haben, antworten die meisten der Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen, dass sie die berufliche Selbständigkeit vorwiegend aus Gründen der größeren Eigenständigkeit und Selbstverwirklichung gewählt haben und erst an zweiter Stelle rangiert die Begründung, hierin eine Alternative zur Arbeitslosigkeit zu sehen bzw. gesehen zu haben. Die Arbeitslosigkeit ist zwar der Anlass für die Entscheidung zur beruflichen Selbständigkeit (Pushfaktor), in vielen Fällen haben sich die Frauen aber schon vorher mit dieser Perspektive beschäftigt, jedoch das Risiko gescheut, aus einem festen Beschäftigungsverhältnis zu kündigen. Für diese Frauen ist die Selbständigkeit dann zwar aus der aktuellen Situation eine Alternative zur Arbeitslosigkeit, die sie aber auch als Chance wahrnehmen, zum Beispiel einen ‚alten Traum‘ zu realisieren. Deutlich wird: Die Gründung aus Arbeitslosigkeit stellt nicht notwendig eine Notlösung dar, sondern bringt, gepaart mit anderen wesentlichen Faktoren, hoch motivierte Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen hervor.

Darüber hinaus hat sich in den Kundinnenbefragungen ein Typ von beruflich Selbständigen heraus kristallisiert, für die es zu ihrer Entscheidung, Unternehmerin zu sein, keine echte Alternative mehr gibt. Sie sind mit dem Unternehmerinsein so stark identifiziert, dass sie sich nicht vorstellen können, noch einmal in abhängiger Beschäftigung zu arbeiten (40%, Abbildung 28). Dabei handelt es sich überwiegend um Unternehmerinnen, die schon länger auf dem Markt sind.

Abbildung 28: Vorstellen, noch einmal in abhängiger Beschäftigung zu arbeiten?

Vorstellen, noch einmal abhängig beschäftigt arbeiten?	Anzahl
Ja, wenn es nicht gut läuft	32 (27,1%)
Ja, wenn sich Jobangebot bietet	32 (27,1%)
Ja, sonstiges	7 (5,9%)
Nein	47 (39,8%)
Gesamt	118* (100%)

* 4 KA

9. Gründungspotenziale - Gründungsidee noch reifen lassen

Ein Qualitätsstandard von Gründungsberatung ist, im Beratungsprozess im Zweifelsfall auch von einer Existenzgründung abzuraten – sei es nun aus der Einschätzung der Persönlichkeit oder der aktuellen Situation der Gründungsinteressierten. Insofern ist der Anteil der Frauen, die sich im Beratungsprozess entschieden haben, nicht zu gründen, kein negatives Qualitätsmerkmal einer Beratung.

Manchmal ist der Wunsch, sich selbständig zu machen, nicht mit der aktuellen Lebenssituation verträglich, aber es bedarf auch spezifischer Eigenschaften, sich auf das Risiko Unternehmensgründung einzulassen. In der Orientierungsberatung von Frauenbetriebe e.V. wird ausreichend Entscheidungsraum gegeben, alle Faktoren abzuwägen, die für oder gegen eine Existenzgründung sprechen. Die Entscheidung gegen die berufliche Selbständigkeit kann gleichwohl ein Erfolg der Beratung sein, denn häufig ist es besser, sich fundiert früher dagegen zu entscheiden als später, wenn schon Kosten und Ressourcen investiert wurden. Ein solcher Entschluss verlängert nach den Ergebnissen der Kundinnenbefragungen nicht unbedingt die Arbeitslosigkeit, sondern die überwiegende Mehrheit hatte zum Zeitpunkt des Interviews schon wieder eine abhängige Beschäftigung aufgenommen. Von den befragten Frauen haben sich in beiden Telefonaktionen 220 selbständig gemacht bzw. sind schon Unternehmerinnen zum Beratungszeitpunkt gewesen, 65 haben sich in diesem Zeitraum gegen die Umsetzung ihres Gründungsvorhabens entschieden - davon sieben Frauen, die schon einmal selbständig waren und ihre Firma aufgegeben haben. Von den 65 plant jedoch die Mehrheit der Frauen, sich zu einem späteren Zeitpunkt selbständig zu machen. Lediglich 16 von 288 Kundinnen haben definitiv ihre Gründungsidee aufgegeben (siehe Abbildung 6, S. 12).

Gründungspotenzial

Unter dem Gesichtspunkt des Gründungspotenzials ist für Frauenbetriebe e.V. die Gruppe der Frauen interessant, die weiterhin plant, sich zu einem späteren Zeitpunkt selbständig zu machen. Als einen Indikator für die Ernsthaftigkeit der Planung wird das Vorhaben angesehen, an der Ausarbeitung der Gründungsidee weiter arbeiten zu wollen bzw. zu planen, sich noch weiter für die aufgeschobene berufliche Selbständigkeit zu qualifizieren. Dies hat von den 50 weiterhin an Selbständigkeit interessierten Frauen immerhin über die Hälfte (56%) positiv beantwortet. Hier ist ein Gründungspotenzial, für das konzeptionell überlegt werden sollte, wie mit speziellen, relativ flexiblen Angeboten diese Gründungsinteressierten weiterhin zu Frauenbetriebe e.V. Kontakt halten können.

Aktuelle Situation der Gründungsinteressierten

Hinsichtlich der finanziellen Existenzsicherung und ökonomischen Unabhängigkeit sowie in Bezug auf Arbeitsmarkteffekte ist es von Bedeutung, in welcher beruflichen Situation sich diese Gruppe der Gründungsinteressierten nach ihrer Entscheidung befindet. Hier zeigen die Ergebnisse beider Telefonbefragungen, dass dreiviertel dieser Frauen wieder erwerbstätig ist oder es noch ist – und zwar in überwiegend qualifizierten Tätigkeiten sowie zu großen Teilen in Vollzeitbeschäftigung. Lediglich die Kundinnen aus 2008 sind noch zu einem Drittel arbeitslos, was sich wiederum aus dem Befragungszeitpunkt erklärt. (Abbildung 29)

Abbildung 29: Situation der weiterhin Gründungsinteressierten

Aktuelle Situation, die nicht gegründet haben	Anzahl
Abhängige Beschäftigung	39 (66%)
Haus-, Familienfrau	5 (8,5%)
Erziehungszeit	3 (5,1%)
Studentin	1 (1,7%)
Arbeitslos	14 (23,7%)
Gesamt	59 (100%)

* 1 KA



Die Gründe zur Aufgabe des Geschäftsvorhabens sind vielfältig (Abbildung 30). An oberster Stelle steht die Gründungsidee, die noch nicht ausgereift oder nicht erfolgsversprechend war, gefolgt von einem attraktiven Stellenangebot und einer noch nicht befriedigend gelösten Verbindung der beruflichen Selbständigkeit mit familiären Aufgaben.

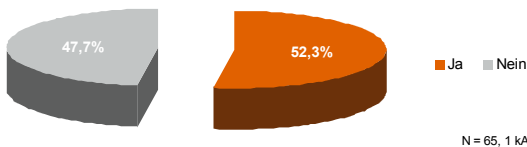
Abbildung 30: Gründe zur Aufgabe der Geschäftsidee*

Gründungs idee nicht erfolgsversprechend
Stelle erhalten, attraktives Stellenangebot
Verbindung von Familie/Kinder und beruflicher Selbständigkeit
Aktuelle berufliche Situation (u.a. Studium)
Zu wenig fachliche/unternehmerische Kenntnisse
Noch nicht zugetraut
Probleme mit Geschäftspartnerschaft

* Nach Häufigkeit der Nennungen

Interessant ist, dass diese Gruppe der an Gründung interessierten, die zum Zeitpunkt des Interviews ihr Gründungsvorhaben noch nicht realisieren konnten, mit ihrer aktuellen Situation unzufriedener sind, als diejenigen, die sich selbständig gemacht haben (siehe Abbildung 31 und 27). Diese sind zu über 90% mit ihrer Entscheidung zur Selbständigkeit zufrieden. Bei den weiterhin Gründungsinteressierten sind insbesondere diejenigen unzufrieden, die sich nicht in einer abhängigen Beschäftigung befinden.

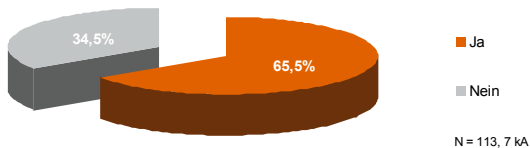
Abbildung 31: Zufriedenheit mit der Entscheidung, das Gründungsvorhaben (noch) nicht umgesetzt zu haben



10. Unternehmerinnen mit Wachstumsperspektiven

Unternehmerinnen, die seit über einem Jahr und länger selbständig sind, wurden danach gefragt, ob sie für ihre weitere Unternehmensentwicklung eine Wachstumsorientierung haben (Abbildung 32).

Abbildung 32: Perspektive, dass das Unternehmen wächst*



* Unternehmerinnen, die mehr als ein Jahr und länger selbständig sind

Potenzial Jung- und Vollzeit-Unternehmerinnen mit Wachstumsorientierung

Immerhin verbinden knapp zweidrittel der seit längerem selbständigen Frauen mit ihrem Unternehmen perspektivisch auch einen Wachstumsprozess – gewerblich Selbständige häufiger als Freiberuflerinnen. Dabei handelt es sich eher um Unternehmerinnen, die noch nicht so lange auf dem Markt sind und ihre Firma stärker positionieren müssen als Unternehmerinnen, die ihre Marktposition schon über einen längeren Zeitraum stabilisiert und ausgebaut haben (Abbildung 33). Der Anteil der Unternehmerinnen mit einer Wachstumsperspektive hat sich in den drei Beratungsjahren stabil gehalten. Es ist deshalb anzunehmen, dass sich bei den Kundinnen von Frauenbetriebe e.V ein Anteil von mindestens über 50% wachstumsorientierter Unternehmerinnen befindet.

Abbildung 33: Wachstumsperspektive nach Dauer der Selbständigkeit

Dauer der Selbständigkeit	Wachstums- perspektive	Keine Wachstums- perspektive
1- 2 Jahre	50 (68,5%)	28 (71,7%)
3 – 5 Jahre	15 (20,5%)	6 (15,4%)
6 Jahre und länger	8 (11%)	5 (12,9%)
	73 (100%)	39 (100%)

* N= 112, 2 KA

Offensichtlich handelt es sich dabei um einen Typ Frauen mit ausgeprägtem Unternehmenssinn: Sie haben überdurchschnittlich häufiger Kapitalbedarf bei der Gründung genutzt und stellen den höchsten Anteil bei den Befragten dar, die € 50.000,- bis über € 100.000,- Startkapital benötigt haben. Zu den Zeitpunkten der Befragungen gingen 40% von ihnen davon aus, noch zusätzliches Kapital in dem avisierten Wachstumsprozess zu benötigen – ein Hinweis darauf, dass es sich um relativ realistische Planungen handelt für die mit weiteren Investitionen kalkuliert wird. Allerdings zeigt sich hier eine Differenz zwischen den Beratungsjahren: Es sind die Kundinnen aus dem Beratungsjahr 2008, die am häufigsten für ihr weiteres Unternehmenswachstum einen erhöhten Kapitalbedarf einplanen.

Nach den Ergebnissen der Kundinnenbefragungen wirkt sich zudem die Haltung, die weitere Unternehmensentwicklung mit einer Wachstumsorientierung zu verbinden, auch auf eine positive Einschätzung der aktuellen Firmensituation aus (Abbildung 34). Und auch hier stehen wieder Vollzeit-Unternehmerinnen an erster Stelle: Sie avisieren häufiger ein weiteres Unternehmenswachstum als solche, die ihre Firma im Nebenerwerb betreiben.

Abbildung 34: Wachstumsperspektive und Einschätzung Unternehmensentwicklung

Einschätzung Unternehmensentwicklung	Wachstumsperspektive	Keine Wachstumsperspektive	Gesamt
Positiv	56 (76,7%)	25 (64,1%)	81 (72,3%)
weniger positiv	17 (23,3%)	14 (35,9%)	31 (27,7%)
Gesamt	73 (100%)	39 (100%)	112 (100%)

In diesem Prozess sehen über 70% auch Frauenbetriebe e.V. als einen Ansprechpartner bei weiterem Beratungsbedarf an.

11. Alter Hut und doch immer noch aktuell: Gründungsklima für Frauen verbessern

Mehr Vielfalt im Gründungsgeschehen

Das Gründungsgeschehen differenziert sich in Deutschland seit Jahren aus. Ein zentraler Faktor hierfür ist die steigende Anzahl von Gründungen aus der Arbeitslosigkeit, die zwar mit der veränderten Förderstruktur der Arbeitsagentur - insbesondere seit Beendigung der Förderung der sogenannten „Ich-AGs“ – wieder zurück gegangen ist, gleichwohl als ein prägendes Phänomen für das Gründungsgeschehen weiterhin Bestand hat. Frauenbetriebe e.V. spricht aufgrund seiner Gemeinnützigkeit zu großen Anteilen diese Zielgruppe an. Die im Rahmen des Monitorings durchgeführten Telefonbefragungen hatten das Ziel, die Differenzierungen im Kundinnenprofil zu erheben, um ggf. zeitnah mit einem erweiterten und verbesserten Beratungsangebot den Beratungsbedürfnissen der unterschiedlichen Kundinnengruppen zielgruppenspezifisch begegnen zu können³¹. Interessante Ergebnisse der Befragungen haben auf Tendenzen im Gründungsgeschehen von Frauen im Rhein-Main Gebiet aufmerksam gemacht, die in den folgenden Jahren weiter zu beobachten sind.

- Der Anteil der Frauen, die in Vollzeit gründen und ihr Unternehmen aufbauen ist erheblich gestiegen. Vor dem Hintergrund der Veränderungen soziodemografischer Merkmale stellt sich die Frage, ob dies Ausdruck davon ist, dass bei den von Frauenbetriebe e.V. angesprochenen Zielgruppen der Anteil der Gründerinnen steigt, die mit der beruflichen Selbständigkeit auch die eigenständige ökonomische Absicherung (und die ihrer Kinder/Familie) verbinden. Nebenerwerbsgründungen würden dann für einen sinkenden Anteil Frauen interessant bleiben. Parallel zu dieser Entwicklungstendenz verringert sich die Abhängigkeit der Gründerinnen aus privaten Beziehungen und es steigt für eine im Gründungsprozeß stabile Finanzgrundlage die Bedeutung der Arbeitsagentur sowie die von Förderinstrumenten wie das Mikrodarlehen.
- Der hohe Anteil der Kundinnen von Frauenbetriebe, die eine akademische und/oder gute berufliche Ausbildung hat und gleichzeitig zum Beratungszeitpunkt arbeitslos war, deutet auf ein großes Potenzial an Unternehmerinnen mit den besten Gründungsvoraussetzungen auch in dieser Zielgruppe hin. Arbeitslosigkeit wird in der Forschung als ein sogenannter Pushfaktor für Gründungen und als Voraussetzung für Unternehmer/innen ‚zweiter Klasse‘ angesehen, da sie aus der Not geboren werden. Die Ergebnisse der Kundinnenbefragungen machen darauf aufmerksam, dass ein Set an komplexen Gründungsmotivationen und spezifische Bedingungen im Gründungsumfeld ausschlaggebender für die Entscheidung zur beruflichen Selbständigkeit sind als der (vorübergehende) Status der Arbeitslosigkeit.

31 Kundinnenbefragungen sind ein zentrales Element des Monitorings von Beratungseinrichtungen, deren Ergebnisse auch organisationsintern zur Qualitätssicherung beitragen.

- Für die Ausdifferenzierung im Gründungsgeschehen spielt auch die steigende Anzahl von Gründerinnen mit Migrationshintergrund eine wesentliche Rolle. Diese allgemeine Tendenz spiegelt sich im Kundinnenprofil von Frauenbetriebe e.V. wider. Auch hier wird deutlich, dass trotz der relativ hohen Anzahl an arbeitslosen Gründerinnen, diese eine hohe Gründungsmotivation und teilweise stark ausgeprägte ökonomische Orientierung haben. Aufgrund der Heterogenität dieser Zielgruppe, die nicht zuletzt durch die sehr unterschiedlichen Herkunftsländer geprägt wird, handelt es sich hier um Kundinnen, deren Motivation und Gründungsvoraussetzungen verstärkt im Monitoring analysiert werden müssen. Allgemeine Tendenzen, wie zum Beispiel, dass Frauen aus osteuropäischen Ländern häufiger in naturwissenschaftlichen Bereichen gründen, können bei den vorliegenden Kundinnendaten von Frauenbetriebe e.V. nicht identifiziert werden. Hier gibt es kaum relevante starke Gruppengrößen nach Herkunftsländern: Ein Phänomen, dass sich auch aus dem breiten Spektrum an Zuwanderung im Rhein-Main-Gebiet erklärt.

Rahmenbedingungen – Geschlechterkarussell

Die genderspezifische Gründungsforschung macht darauf aufmerksam, dass die vergleichsweise mit anderen europäischen Ländern niedrige Gründungsquote von Frauen in Deutschland immer noch stark geprägt ist von mangelnden Rahmenbedingungen wie fehlender öffentlicher Kinderbetreuung und einer Steuergesetzgebung, die mit dem Ehegattensplitting die finanzielle Unselbständigkeit von Ehefrauen begünstigt³². Aber auch die Arbeitsbedingungen in abhängigen Beschäftigungsverhältnissen sind in den wenigsten Fällen familienfreundlich ausgerichtet. Auf die Wirksamkeit dieser negativen Rahmenbedingungen machen weitere Ergebnisse der Kundinnenbefragung aufmerksam.

- So wird als ein Grund für die Entscheidung zur beruflichen Selbständigkeit von knapp einem Drittel der Frauen die erwartete größere Flexibilität zur Verbindung von Familie und Beruf angegeben und von über einem Drittel die Unzufriedenheit mit den betrieblichen Strukturen. Auch als Grund für die Ausübung der beruflichen Selbständigkeit im Nebenerwerb gibt fast jede vierte Frau an, das Management von familiären Aufgaben/Kinderbetreuung mit dem Beruf so besser bewältigen zu können.

In der öffentlichen Diskussion um die geringere Gründungsneigung von Frauen und die Wirtschaftlichkeit der von Frauen geführten Unternehmen müssen diese Rahmenbedingungen dringend angemessen

³² Das Ehegattensplitting ist ein wichtiger Faktor dafür, dass viele selbständige verheiratete Frauen im Nebenerwerb tätig sind und damit ihren Lebensunterhalt selten ausreichend erwirtschaften können.

berücksichtigt werden, da eine Verbesserung des Gründungsklimas für Frauen ganz entscheidend von entsprechenden gesellschaftspolitischen Veränderungen abhängig ist.

Klein und kreativ und doch nur „halbe“ Unternehmerin? – Perspektivenwechsel in der öffentlichen Diskussion

Wenn auch die Tendenz zur Gründung kleiner Firmen in bundesweit angelegten Gründungsmonitoren in den letzten Jahren nicht nur als bevorzugte Gründungsform von Frauen bestätigt wird³³, so werden gleichzeitig deren typische Merkmale: geringe Bruttobeschäftigungseffekte, geringer Kapitalbedarf, wenige innovative Gründungsideen im Technologiebereich und der High-Tech-Industrie weiterhin als negative Faktoren für den Fortbestand des Unternehmens bewertet. Hier bedarf es dringend eines Perspektivenwechsels in der öffentlichen Diskussion um das Gründungsgeschehen, da weiterhin der „Normalunternehmer“ als Orientierungsfolie genommen wird: männlich, deutsch, gut ausgebildet, mit hohem Startkapital und Expansionsbestreben. Aus diesem Bewertungsmaßstab fällt nicht nur der größte Teil der Gründungen und Unternehmen von Frauen in Deutschland heraus und die berufliche Selbständigkeit von Frauen erscheint in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit als eine wenig attraktive Alternative zur abhängigen Beschäftigung. Auch wird mit diesem Bewertungsszenario die Differenzierungen im Gründungsgeschehen ausgeblendet und wenig Anstoß zur Verbesserung des Gründungsklimas von Frauen gegeben.

- Die Ergebnisse der Kundinnenbefragungen von Frauenbetriebe zeigen hingegen in Bezug auf die hohe Gründungsintensität, die relative Bestandsfestigkeit der Unternehmen, die Unternehmensprofile und Gründungsbereiche sowie im Hinblick auf Zufriedenheit und Zukunftsperspektiven ein anderes Unternehmerinnenbild: Die berufliche Selbständigkeit bedeutet für eine große Gruppe von Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen keine reine Notlösung, sondern sie ist eine echte und zufriedenstellende Alternative zu Formen abhängiger Erwerbstätigkeit. Am Maßstab eher typischer männlicher Unternehmen³⁴ gemessen, sind es gewissermaßen nur „halbe“ Unternehmerinnen. Nimmt man jedoch die Realität einer breiten, ausdifferenzierten und heterogenen Unternehmenslandschaft zur Bewertungsfolie, dann stellen Gründerinnen und Unternehmerinnen ein hohes Potenzial dar, das mittlerweile sowohl für die wirtschaftliche wie für die Arbeitsmarktentwicklung zwar von großer Bedeutung aber noch lange nicht ausgeschöpft ist.
- In diesem Sinne plädiert auch der neue KfW/ZEW-Gründungspanel insbesondere vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftlicher Entwicklung für Anstrengungen, die Gründungsquote von Frauen

33 Wie auch der aktuelle KfW-Gründungsmonitor 2009 wieder bestätigt.

34 Dieser Typus prägt allerdings schon seit geraumer Zeit nicht mehr dominant das Gründungsgeschehen in Deutschland, ist gleichwohl immer noch ex- und implizit Maßstab für erfolgreiches Unternehmertum.

zu erhöhen: „Angesichts sinkender Gründungsraten und des zu erwartenden Rückgangs des Gründerpotenzials aufgrund des demografischen Wandels erscheint es ratsam, eine bessere Ausschöpfung des Reservoirs an potenziellen Gründerinnen zu erreichen, um den Erneuerungsprozess und den strukturellen Wandel der Wirtschaft, der maßgeblich durch Gründungen befördert wird, in Gang zu halten“ (S. 75)³⁵.

- Die Verbesserung des Gründungsklimas für Frauen ist weiterhin eine wichtige Aufgabe im Hinblick auf das Gründungsgeschehen in Deutschland. Dieses Ziel hat auch die Bundesregierung auf ihre politische Agenda geschrieben und sie versucht, mit Initiativen wie „Botschafterinnen für die berufliche Selbständigkeit“³⁶ dem Unternehmer/innentum in Deutschland mehr Farbe und Geschlechterdifferenzierung zu geben. Mit „Botschafterinnen für die berufliche Selbständigkeit“ soll ein Netzwerk von Unternehmerinnen aufgebaut werden, das für Frauen positive Rollenvorbilder verkörpert und diese zur Nachahmung ihres Berufsweges motivieren kann. Dies ist einer der vielen Wege, das Potenzial der Gründerinnen zu stärken und Unternehmerinnen in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit mehr Bedeutung und Aufmerksamkeit zu kommen zu lassen.

35 Verband der Vereine Creditreform e.V., KfW Bankengruppe, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) (Hrsg.)(2009): KfW/ZEW-Gründungspanel 2009

36 Diese Initiative ist vom BMBF gemeinsam mit der Europäischen Kommission Anfang Oktober 2009 mit einer Auftaktveranstaltung in Stockholm ins Leben gerufen worden.

Literaturliste

Bundesweite Gründerinnenagentur (bga) (2007):

Existenzgründungen durch Frauen – Quantitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen – Daten und Fakten. Nr. 7

FH Köln, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften (Hg.)(2007), Franken, Swetlana:

Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund . Arbeitsbericht einer Expertise im Auftrag der beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Köln

Global Entrepreneurship Monitor. Länderbericht Deutschland 2008. in Kurzfassung:

IAB-Kurzbericht, 15/2009

Inmit – Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier (Hg)(2008):

Gründungsquell Campus

Institut für Mittelstandsforschung (IfM):

Gründungen und Liquidationen im 1. Quartal 2009 in Deutschland, Working Paper 04/09

KfW-Research (2009):

KfW-Gründungsmonitoring 2009, Frankfurt Juni 2009

KfW-Research (2009):

Gründungsaktivitäten von Frauen und Männern in Deutschland – Gleiche Voraussetzungen, andere Einstellungen?!. Nr. 48, Frankfurt Juni 2009

Lauxen-Ulbrich, Maria; Leicht, René:

Wie Frauen gründen und was sie unternehmen: Nationaler Report Deutschland 2005

Nispel, Andrea (2008):

Gemeinsam wachsen und Erfolg sichern. Geschäftspartnerschaften von Klein- und Mittelunternehmerinnen. Frauenbetriebe e.V. , Frankfurt a.M., Juni 2008

Verband der Vereine Creditreform e.V., KfW Bankengruppe, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) (Hg.)(2009):

KfW/ZEW-Gründungspanel, Mannheim, Oktober 2009

www.migrantinnen-gruenden.de

Herausgeberin:

Frauenbetriebe

Qualifikation für die berufliche Selbständigkeit e.V.

Hamburger Allee 96

60486 Frankfurt

Tel. 069 / 71 58 955 - 0

Fax 069 / 71 58 955 - 29

www.frauenbetriebe.de

info@frauenbetriebe.de

Mit Unterstützung von:



EUROPÄISCHE UNION:
Investition in Ihre Zukunft
– Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung.

Das Projekt „Gender- und migrationspezifisches Monitoringsystem“ wird von der Europäischen Union, EFRE, der Stadt Frankfurt und mit Unterstützung des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung kofinanziert.

Entwicklung des Monitoring, Durchführung der Kundinnenbefragungen und Text:

Dörthe Jung Unternehmensberatung

www.doerthejung-consult.com

Grafik und Satz:

200grad GmbH & Co. KG

www.200grad.de

