

## Women in Business

### Aktivität 3.1:

|   |
|---|
| <p><b>WOMEN in BUSINESS</b><br/><b>Untersuchung des Ist-Zustand in Deutschland: Prozesse,<br/>Auswirkungen und politische Herausforderungen</b></p> |
|---|

**Melisa Oezkan  
Valentina Grillea  
Lisa Zordel  
BWCON**

**März 2019**

## Inhaltsangabe

|   |    |
|---|----|
| Kurzfassung .....   | 4  |
| 1. Einleitung.....  | 6  |
| 2. Methoden.....  | 6  |
| 3. Land/Region Baden-Württemberg & Bayern (Deutschland) .....   | 7  |
| 3.1. Allgemeine Präsentation des Landes/der Region .....  | 7  |
| 3.1.1. Baden-Württemberg .....  | 7  |
| 3.1.2. Bayern.....  | 11 |
| 3.2. Nationale/Regionale Wirtschaftsentwicklung.....  | 11 |
| 4. Weibliches Unternehmertum in quantitativer Hinsicht.....   | 15 |
| 4.1. Länder/Regionale Unternehmensstatistiken .....   | 15 |
| 4.2. Erwerbsbevölkerung durch Arbeitskräfteerhebung .....   | 19 |
| 4.3. Ergebnisse der Umfrage .....   | 21 |
| 5. Merkmale des weiblichen Unternehmertums .....  | 25 |
| 5.1. Allgemeine Eigenschaften .....   | 25 |
| 5.2. Ergebnisse aus den Interviews mit jungen Unternehmerinnen.....                                   | 27 |
| 6. Die Biographien der Jungunternehmerinnen.....  | 29 |
| 7. Herausforderungen im Zusammenhang mit jungen Unternehmerinnen und Maßnahmen zur Unterstützung..... | 33 |
| 7.1. Politische Kompetenzen, institutionell beteiligte Akteure .....                                  | 33 |
| 7.2. Politische Maßnahmen für den Umgang mit jungen Unternehmerinnen .....                            | 36 |
| AUSBlick, SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN .....   | 37 |
| 8. Referenzen .....   | 39 |
| Anhang 1: Tabelle mit Interviews mit institutionellen Akteuren .....                                  | 40 |
| Anhang 2: Tabelle mit Interviews mit Jungunternehmerinnen .....                                       | 41 |

|   |    |
|---|----|
| Anhang 3: Fragebogen .....  | 42 |
| Abbildung 1 Wirtschaftliche Kraft .....   | 8  |
| Abbildung 2 Gesamtbeschäftigung .....   | 9  |
| Abbildung 3 Unternehmen in Baden-Württemberg in 2016 .....  | 10 |
| Abbildung 4 Industriestruktur .....   | 12 |
| Abbildung 5 Staatliches Ranking der Gründungsaktivität .....  | 14 |
| Abbildung 6 Unternehmen, die in den SBS Erhebungend der NACE erfasst werden .....   | 15 |
| Abbildung 7 Ausgewählte Merkmale nach Größenklassen in 2005 und 2011 .....  | 16 |
| Abbildung 8 Strukturdaten der Unternehmen 2016 .....  | 17 |
| Abbildung 9 Merkmale von Unternehmen nach Größenklassen und NACE-Abschnitt. ....  | 18 |
| Abbildung 11 Selbstständigkeit .....  | 22 |
| Abbildung 12 Finanzen .....   | 22 |
| Abbildung 13 Kompetenzen .....  | 23 |
| Abbildung 14 Risiken und externe Faktoren .....   | 24 |
| Abbildung 15 Makroökonomische und politische Faktoren .....   | 25 |
| <br>  |    |
| Tabelle 1 Erwerbstätige nach Beschäftigungsform; Deutschland 2017.....  | 19 |
| Tabelle 2 Arbeitssuchende entsprechend der gewünschten Arbeitsbelastung, des Geschlechts und der Anzahl der Kinder, 2015 in Baden-Württemberg ..... | 20 |
| Tabelle 3 "Chancen" - Gründer, innovative Gründer und Wachstumsgründer sind gegen den Trend (Deutschland) .....                                     | 20 |

## Kurzfassung

Die folgende Studie zum Ist-Zustand enthält verschiedene Gesichtspunkte zum Unternehmertum junger Frauen in Deutschland (Baden-Württemberg und Bayern). Es beginnt mit der Methodik, die verwendet wurde, um aussagekräftige Daten zu sammeln, wie z.B. Sekundärdaten in Form von bestehenden Studien und Primärdaten, wie die durchgeführte Umfrage bei der Zielgruppe in der Region. Außerdem auch Interviews, die mit verschiedenen Arten von Interessengruppen und ausgewählten jungen Unternehmerinnen geführt wurden. Es folgen Daten über das Land sowie die Regionen Deutschlands, welche zum Donaunraum gehören. Die wichtigsten Ergebnisse in diesem Abschnitt waren, dass die Industrie und die damit verbundenen Dienstleistungen eine wichtige Rolle für die Wirtschaft dieser Region spielen. Auch mittlere und große Unternehmen dieser Branche beschäftigen die Mehrheit der Bevölkerung. Aufgrund der guten wirtschaftlichen Situation ist die Zahl der neu gegründeten Unternehmen in dieser Region recht gering, da die mit der Gründung verbundenen Risiken nicht von vielen Menschen getragen werden wollen.

Die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage gaben einen Einblick in die Erfahrungen, die junge Unternehmerinnen bei der Gründung einer eigenen Firma in Baden-Württemberg und Bayern machen. Hauptaussagen waren, dass Frauen dazu neigen, diese Entscheidung aufgrund der Vorteile der Selbständigkeit zu treffen, um Flexibilität (insbesondere wenn sie für ihre Kinder verantwortlich sind), Anerkennung und Zufriedenheit zu erlangen. Die Umfrage zeigte aber auch, dass diese Frauen mit Hindernissen konfrontiert sind, wie dem Zugang zu Finanzmitteln und der mangelnden Unterstützung der Politik, wie fehlende Kinderbetreuungsangebote und andere, auf Frauen zugeschnittene Unterstützungen.

Die Biographien der jungen Unternehmerinnen, die an dem Interview teilgenommen haben, haben gezeigt, dass es keine Stereotypen von Unternehmerinnen gibt. Sie können ganz unterschiedliche Ansichten über die aktuellen Gegebenheiten haben, werden aber von ihren persönlichen Rahmenbedingungen wie dem Gründerteam (gemischte Gründerteams scheinen weniger Hindernisse zu haben als reine Frauentams) und ihrer familiären Situation beeinflusst. Es wurde auch deutlich, dass Frauen in der Regel anders handeln als viele Männer in Unternehmen, was darauf hindeutet, dass spezifische Unterstützungsmechanismen für Frauen erforderlich sind.

Ein weiterer Punkt war der politische Rahmen, der derzeit besteht. Viele Defizite ließen sich in Form mangelnder Unterstützung für junge Unternehmerinnen, wie z.B. steuerliche Anreize, feststellen.

Insgesamt scheint das Hauptproblem in Deutschland die immer noch benachteiligte Rolle der Frauen in der Wirtschaft zu sein, die auf die altmodischen Vorstellungen von der Gesellschaft zurückzuführen zu sein scheint. Um diesem allgemeinen Gemütszustand entgegenzuwirken, ist es wichtig, so früh wie möglich damit zu beginnen, das Bewusstsein der Menschen für die Gleichstellung der Geschlechter zu schärfen. Dies sollte bereits im Kindesalter z.B. in Schulen geschehen. Ein Ausgangspunkt könnte das Ziel sein, mehr junge Mädchen für MINT-Themen zu begeistern. Wenn Frauen auch in diesen Fächern in diesen Bereichen interessiert sind, wird ihre Vertretung in der Wirtschaft selbstverständlich.

## 1. Einleitung

Ziel dieser Studie ist es, den Ist-Zustand der Jungunternehmerinnen in Deutschland darzustellen, indem wichtige Zahlen als ihre Repräsentation in der Wirtschaft sowie die allgemeine Darstellung Deutschlands hervorgehoben werden. Um aussagekräftige Daten liefern zu können, wurde eine quantitative Studie durchgeführt, um einen Einblick in die Situation junger Unternehmerinnen in Deutschland zu erhalten. Diese Studie soll auch dazu helfen, die Zielgruppe zu charakterisieren und typische Merkmale dieser jungen Unternehmerinnen zu analysieren, was entscheidend ist, wenn es darum geht, individuell zugeschnittene Fördermechanismen für sie zu entwickeln, um ihren Erfolg bei der Gründung eines eigenen Unternehmens zu maximieren. Zu diesem Zweck wird in dieser Studie auch die aktuelle politische Ebene untersucht, um bestehende Hindernisse junger Unternehmerinnen mit dem politischen Rahmen zu verknüpfen und ihr Verbesserungspotenzial bei jungen Unternehmerinnen aufzuzeigen. Das Gesamtziel dieser Studie ist dasselbe wie das Ziel des Projekts "Women in Business", nämlich Empfehlungen für die Politik zu geben, um den Weg junger Frauen zu erleichtern, wenn sie ein eigenes Unternehmen gründen wollen.

Um sich einen Überblick über den Ist-Zustand im Donaauraum zu verschaffen, erstellt jeder Partner von "Women in Business" diese Studie über den aktuellen Stand für seine Region, die es ermöglicht, eine transnationale Strategie zur Förderung junger Unternehmerinnen im Donaauraum zu entwickeln. Da in Deutschland nur die Länder Baden-Württemberg und Bayern zum Donaauraum gehören, konzentriert sich BWCON im Folgenden auf diese Länder.

## 2. Methoden

Alle Projektpartner haben die Studie zum Ist-Zustand für ihre eigene Region erstellt. BWCON ist als einziger deutscher Partner für die Untersuchung des Ist-Zustandes in Deutschland verantwortlich. Beteiligte Personen von BWCON sind Melisa Oezkan, Valentina Grillea und Lisa Zordel. Um relevante Daten zu sammeln, wurden verschiedene Methoden eingesetzt, wie quantitative Studien (Primär- und Sekundäranalyse) sowie qualitative Studien:

Quantitative Methoden und Sekundäranalyse aus folgenden Quellen:

- Offizielle Statistiken, die auf nationaler Ebene erhoben wurden: "Statistik Aktuell: Beschäftigung von Frauen und Männern in Baden-Württemberg" vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg, 2014, mit aussagekräftigen Informationen über den Unterschied zwischen Männern und Frauen in der Wirtschaft.
- Frühere Studien im Bereich Jungunternehmertum, weibliches Unternehmertum, Jugendarbeit auf nationaler/regionaler Ebene: "Unternehmerinnen in Oberbayern" von der IHK, 2016 und "KfW-Gründungsmonitor" von KfW Research von 2017 und 2018, die sich mit Unternehmerinnen in Bayern befassen.
- Durchgeführte Umfrage in der Zielgruppe: "Women in Business" aus dem Projekt Women in Business, 2018: (potenzielle) junge Unternehmerinnen in Baden-Württemberg und Bayern.

Qualitative Methoden:

- Interviews mit relevanten Interessengruppen durch semi-strukturierte Interviews mit Personen aus verschiedenen Institutionen (siehe Anhang 1).
- Portraits von jungen Unternehmerinnen (siehe Anhang 2).

### **3. Land/Region Baden-Württemberg & Bayern (Deutschland)**

In Deutschland zählen nur die Länder Baden-Württemberg und Bayern zum Donauraum. Da BWCON und sein starkes Netzwerk in Baden-Württemberg angesiedelt sind, konzentriert sich die folgende Studie vor allem auf die Region Baden-Württemberg.

#### ***3.1. Allgemeine Präsentation des Landes/der Region***

##### **3.1.1. Baden-Württemberg**

Die Wirtschaft in Baden-Württemberg ist vor allem durch Dienstleistungen geprägt. Gefolgt von der Industrie, hauptsächlich durch das verarbeitenden Gewerbe. Die Dienstleistungen werden in verschiedene Kategorien unterteilt, wie z.B. "Finanz-, Versicherungs- und Grundstücksdienstleistungen" als Hauptkategorie und "Handel, Transport und Lagerung" als zweite

Hauptkategorie sowie "öffentliche Verwaltung und sonstige Dienstleistungen". Viele dieser Dienstleistungen gehen mit der Fertigung einher, den so genannten Industriedienstleistungen.

Abbildung 1 Wirtschaftliche Kraft

| Wirtschaftliche Kraft   | Einheit   | 2010    | 2015    | 2017    |
|---|-----------|---------|---------|---------|
| <b>Bruttoinlandsprodukt:</b>  |           |         |         |         |
| In aktuellen Preisen:   | EUR mill. | 384 913 | 464 455 | 493 265 |
| Pro Kopf:   | EUR       | 36 727  | 43 013  | 43 632  |
| Reales Wirtschaftswachstum:   | %         | 7,7     | 3,3     | 2,3     |
| <b>Verteilung der Bruttowertschöpfung (aktuelle Preise)</b>   |           |         |         |         |
| Land- und Forstwirtschaft und Fischerei   | %         | 0,4     | 0,4     | 0,4     |
| Industrie, ohne Baugewerbe:   | %         | 34,1    | 35,6    | 34,4    |
| - Fertigung   | %         | 31,2    | 33,6    | 32,5    |
| Baugewerbe  | %         | 4,2     | 4,4     | 4,9     |
| Dienstleistungsaktivitäten  | %         | 61,3    | 59,6    | 60,3    |
| - Handel, Transport und Lagerung, Unterkunft, Information und Kommunikation                               | %         | 18,5    | 18,9    | 19,2    |
| - Finanz-, Versicherungs- und Immobiliendienstleistungen, Erbringung von freiberuflichen Dienstleistungen | %         | 24,5    | 23,1    | 23,1    |
| - Öffentliche Verwaltung und andere Dienstleistungen, Bildung und menschliche Gesundheit                  | %         | 18,3    | 17,6    | 18,1    |

Quelle: "Wirtschaftliche Daten und Fakten Baden-Württemberg 2018", Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnen.

Nachdem man sich einen Überblick über die Wirtschaft in Baden-Württemberg verschafft hat, ist ein weiterer Punkt die Beschäftigung. Die folgende Tabelle zeigt, dass die Beschäftigung entsprechend der

Wirtschaft verteilt ist. Die meisten Menschen sind im Dienstleistungssektor beschäftigt, gefolgt von der Industrie.

Abbildung 2 Gesamtbeschäftigung

| Gesamtbeschäftigung   |         | 2010     | 2015    | 2017    |
|---|---------|----------|---------|---------|
|   | Einheit |          |         |         |
| Gesamtzahl aller Beschäftigten  | 1 000   | 5 7101,1 | 6 080,8 | 6 263,8 |
| Prozentsatz der Gesamtbeschäftigung   |         |          |         |         |
| Land- und Forstwirtschaft und Fischerei   | %       | 1,3      | 1,1     | 1,2     |
| Industrie, ohne Baugewerbe  | %       | 26       | 25,9    | 25,6    |
| Fertigung   | %       | 24,9     | 24,8    | 24,5    |
| Baugewerbe  | %       | 5,2      | 5,2     | 5,2     |
| Dienstleistungsaktivitäten  | %       | 67,5     | 67,8    | 67,9    |
| Handel, Transport und Lagerung, Unterbringung, Information und Kommunikation            | %       | 24,3     | 24,2    | 24,2    |
| Finanz-, Versicherungs- und Immobiliendienstleistungen, professionelle Dienstleistungen | %       | 15,3     | 15,8    | 16      |
| Öffentliche Verwaltung und andere Dienstleistungen, Bildung und menschliche Gesundheit  | %       | 27,8     | 27,8    | 27,8    |

Quelle: "Wirtschaftliche Daten und Fakten Baden-Württemberg 2018", Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnen.

Vor allem in Baden-Württemberg wird der größte Umsatz mit Industrieunternehmen erzielt, da dort viele mittelständische Fertigungsunternehmen angesiedelt sind und den Status eines Weltmarktführers genießen. Diese Arbeitgeber zahlen ihren Mitarbeitern gute Löhne und viele von ihnen genießen den Ruf eines guten Arbeitgebers.

Abbildung 3 Unternehmen in Baden-Württemberg in 2016

| Wirtschaftssektor   | Unternehmen  |  |                |
|---|--------------|--|----------------|
|   | Anzahl       | Sozialversicherungs-<br>pflichtig Beschäftigte | Umsatz         |
|   | 1 000        |  | EUR<br>Mrd.    |
| Industrie   | 102          | 1 781,5  | 545,7          |
| Groß- und Einzelhandel; Reparatur von Kraftfahrzeugen und Motorrädern | 85,2         | 665,6  | 301,1          |
| Transport und Lagerung  | 13,9         | 140,4  | 20,3           |
| Beherbergungs- und Gastronomietätigkeiten                             | 35,6         | 116,5  | 10,7           |
| Information und Kommunikation   | 16,7         | 156,5  | 30,6           |
| Finanz- und Versicherungswesen  | 9,9          | 118,5  | 12,4           |
| Immobilienaktivitäten   | 20,2         | 23,7   | 11,5           |
| Berufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten              | 70,2         | 272,8  | 46,5           |
| Verwaltung und Unterstützung von Dienstleistungen                     | 25,2         | 233,4  | 21,3           |
| Education   | 9,1          | 87,5   | 1,6            |
| Aktivitäten im Bereich der menschlichen Gesundheit und Sozialarbeit   | 30,2         | 553,1  | 9,8            |
| Kunst, Unterhaltung und Erholung                                      | 12,7         | 34,4   | 5,2            |
| Sonstige Dienstleistungstätigkeit                                     | 33,4         | 118  | 5,1            |
| <b>Insgesamt</b>  | <b>464,3</b> | <b>4 301,8</b>                                 | <b>1 021,9</b> |

Quelle: "Wirtschaftliche Daten und Fakten Baden-Württemberg 2018", Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnen.

### **3.1.2. Bayern**

Die wichtigsten Industriezweige in Bayern sind die Automobilindustrie (einschließlich der damit verbundenen Lieferkettenbereiche), die Elektrotechnik, die Robotik und die Automatisierung des Maschinenbaus. Darüber hinaus ist Bayern eine der international führenden Regionen für Hochtechnologiebereiche wie Life Sciences und Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Sie gehört zu den wichtigsten Regionen Deutschlands im Dienstleistungssektor, wobei die wichtigsten Branchen Versicherungen und Finanzdienstleistungen sind. Auch in Bayern spielt der Tourismus eine wichtige Rolle.

Die regionale Erwerbsbevölkerung betrug 2017 6,9 Mio. Personen, 16,7% der nationalen Gesamtzahl (Eurostat, 2018). Die meisten Arbeitnehmer sind im Dienstleistungssektor tätig (66,9%), während 1,6% im Agrarsektor und 31,5% in Industrie und Baugewerbe tätig sind (Eurostat, 2018). Seit 2005 hat sich die Arbeitslosigkeit mehr als halbiert und die Beschäftigung hat ein Rekordniveau erreicht. In Bayern sind mehr neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze entstanden als anderswo in Deutschland. Derzeit liegt die Arbeitslosenquote bei 3,2% (2019).

### **3.2. Nationale/Regionale Wirtschaftsentwicklung**

Die Industrie in Baden-Württemberg ist seit jeher recht stark; die folgende Tabelle belegt auch die positive Entwicklung in Bezug auf Mitarbeiter und Umsatz in den letzten 17 Jahren. Betrachtet man die Industriestruktur genauer, so scheint der "Bau von Kraftfahrzeugen, Anhängern und Sattelanhängern" den größten Anteil auszumachen. Bekanntlich haben große Automobilhersteller wie Porsche und Daimler ihren Sitz in Baden-Württemberg, ebenso wie viele ihrer Zulieferer. Gleiches gilt für den Maschinen- und Anlagenbau, viele dieser mittelständischen Unternehmen haben ihren Sitz in Baden-Württemberg und stärken die Wirtschaftskraft des Landes.

Abbildung 4 Industriestruktur

| <b>Industrie</b>   |                | <b>2010</b> | <b>2015</b> | <b>2017</b> |
|--|----------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>(Fertigung)</b>   | <b>Einheit</b> |             |             |             |
| Lokale Einheiten   | Anzahl         | 8 047       | 8 187       | 8 364       |
| Mitarbeiter  | 1 000          | 1 155       | 1 245       | 1 288       |
| Umsatz   | EUR mill.      | 272 873     | 345 729     | 361 454     |
| Inlandsumsatz  | EUR mill.      | 136 666     | 153 115     | 162 469     |
| Auslandsumsatz   | EUR mill.      | 136 207     | 192 614     | 198 985     |
| Exportrate   | %              | 49,9        | 55,7        | 55,1        |
| Löhne und Gehälter pro Mitarbeiter   | EUR            | 43 319      | 50 697      | 52 800      |
|  |                |             |             |             |
| <b>Industriestruktur</b>   |                |             |             |             |
| (Prozentsatz im Verhältnis zum Umsatz in der Fertigung)                              |                |             |             |             |
| Herstellung von Kraftwagen, Anhängern und Sattelanhängern                            | %              | 25,9        | 31          | 29,3        |
| Herstellung von Maschinen und Geräten  | %              | 20,5        | 21,4        | 21,6        |
| Herstellung von Meta-Erzeugnissen, ausgenommen Maschinen und Anlagen                 | %              | 7,3         | 7           | 7,3         |
| Herstellung von elektrischen Betriebsmitteln   | %              | 7,3         | 6,5         | 6,9         |
| Herstellung von Nahrungsmitteln  | %              | 5,2         | 4,1         | 4,1         |
| Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen | %              | 5,3         | 4,2         | 4,5         |
| Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren   | %              | 4           | 3,8         | 4           |

|  |   |     |     |     |
|--|---|-----|-----|-----|
| Herstellung von Chemikalien und chemischen Erzeugnissen                          | % | 3,6 | 3,3 | 3,1 |
| Herstellung von pharmazeutischen Grundstoffen und pharmazeutischen Zubereitungen | % | 2,7 | 2,7 | 2,9 |

Quelle: "Wirtschaftliche Daten und Fakten Baden-Württemberg 2018", Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnen.

Neugründungen scheinen sich negativ zu entwickeln. Der Arbeitsmarkt hat einen starken Einfluss auf die Gründungsaktivitäten in Deutschland. Potenziellen Gründern werden viele attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten geboten. Trotz eines wirtschaftlichen Aufschwungs ist die Zahl der Existenzgründer im Jahr 2017 erneut gesunken: Nur 557 000 Menschen (-17%) haben eine neue selbständige Tätigkeit begonnen - so wenige wie nie zuvor. Der Grund dafür ist, dass Start-up-Gründungen "aus der Not heraus" zurückgegangen sind. Der Rückgang der Neugründungen, insbesondere in Baden-Württemberg, ist auf die gute wirtschaftliche Situation zurückzuführen, die Arbeitsplätze mit einem guten Einkommen und einer guten sozialen Absicherung. Selbstständigkeit kann damit wegen seiner hohen Risiken und seines hohen Arbeitsaufwands nicht mithalten. Die in Deutschland aufgewachsenen Menschen sind an den Wohlstand gewöhnt und haben Angst diesen zu riskieren. Die aktuellen Rahmenbedingungen erschweren es, diesen Erfolg mit einem Start-up aufrechtzuerhalten, weshalb sie nach Sicherheit streben. Der Rückgang der Start-ups in Baden-Württemberg könnte sich wie folgt erklären: Denn hier gibt es keinen Bedarf. Es gibt jedoch eine gegenteilige Bewegung der Generation Y und Z, die darauf abzielt, ein nachhaltiges ökologisches Lebenskonzept zu erreichen, indem sie eine kreative Lösung findet, um zur Gesellschaft beizutragen.

Betrachtet man Baden-Württemberg und Bayern im Länderranking, so liegt Bayern auf Platz fünf, Baden-Württemberg auf Platz neun. Ballungsräume wie Berlin und Hamburg sind weiter vorne in der Rangliste platziert. Diese Städte verfügen auch über die meisten Einrichtungen zur Gründungsunterstützung im Land. Allerdings gibt es in Deutschland erhebliche Defizite, da es keine ausgeprägte Gründungskultur gibt. Auch wenn es mehr in den Metropolen des Landes zu finden ist, scheint es, dass die Gründungskultur landesweit ein kulturelles Problem ist. Unter diesen Bedingungen leiden vor allem Frauen, die in der Öffentlichkeit nicht voll akzeptiert werden. Außerdem liegt ein Schwerpunkt auf der technologischen Innovation im Land ohne Berücksichtigung von Innovationen, z.B. im sozialen Bereich, wo Frauen typischerweise aktiver sind. Auch wenn die gesamten

unternehmerischen Aktivitäten von Frauen insgesamt leicht zugenommen haben, gibt es immer noch einen Rückstand. Frauen erleben vor allem in MINT-Bereichen große Hindernisse. Fehlende Fördermöglichkeiten in vielen Unternehmen sind wahrscheinlich der Hauptgrund für Frauen, ein eigenes Unternehmen zu gründen und auf die Anerkennung zu hoffen, die sie sich erhoffen. Darüber hinaus ist die Freiheit, ihre Zeit selbstständig zu gestalten, ein Hauptfaktor, da Frauen in der Regel die Hauptverantwortung für ihre Familien tragen, sowie die Kreativität von Frauen, Ideen für den Einstieg in die Selbständigkeit zu entwickeln.

Abbildung 5 Staatliches Ranking der Gründungsaktivität

|                        | Rang<br>'14-'16 | Δ | Rang<br>'15-'17 |
|------------------------|-----------------|---|-----------------|
| Berlin                 | 2               | ▲ | 1               |
| Hamburg                | 1               | ▼ | 2               |
| Niedersachsen          | 8               | ▲ | 3               |
| Bayern                 | 5               | ▲ | 4               |
| Nordrhein-Westfalen    | 6               | ▲ | 5               |
| Hessen                 | 3               | ▼ | 6               |
| Bremen                 | 4               | ▼ | 7               |
| Brandenburg            | 15              | ▲ | 8               |
| Baden-Württemberg      | 9               | • | 9               |
| Sachsen                | 7               | ▼ | 10              |
| Rheinland-Pfalz        | 11              | • | 11              |
| Schleswig-Holstein     | 10              | ▼ | 12              |
| Mecklenburg-Vorpommern | 12              | ▼ | 13              |
| Saarland               | 13              | ▼ | 14              |
| Thüringen              | 14              | ▼ | 15              |
| Sachsen-Anhalt         | 16              | • | 16              |

Quelle: KfW Gründungsmonitor, 2018.

## 4. Weibliches Unternehmertum in quantitativer Hinsicht

### 4.1. Länder/Regionale Unternehmensstatistiken

Um eine Aussage über die wirtschaftliche Entwicklung in Bezug auf die Unternehmensstatistik zu treffen, werden im Folgenden unternehmerische Daten der Region vorgestellt. Auch wenn es in Deutschland viele Kleinstunternehmen gibt, sind nur wenige von ihnen überlebensfähig. Große Unternehmen hingegen scheinen recht stabil zu bleiben.

Abbildung 6 Unternehmen, die in den SBS Erhebungend der NACE erfasst werden

| Größenklasse                 | Befragte Unternehmen | Hochgerechnete Unternehmen | Stichproben |
|------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------|
|                              | Anzahl               |                            | %           |
| Kleinstunternehmen           | 112,272              | 1,732,573                  | 6           |
| Kleinunternehmen             | 90,63                | 342,331                    | 26          |
| Mittelständische Unternehmen | 46,38                | 67,169                     | 69          |
| Großunternehmen              | 14,841               | 15,975                     | 93          |
| Insgesamt                    | 264,123              | 2,158,048                  | 12          |

Quelle: "Die wirtschaftliche Bedeutung des Mittelstandes in Deutschland", 2014.

Fast die Hälfte der Bevölkerung (ca. 40%) ist in Großunternehmen beschäftigt. Diese Unternehmen machen ca. 65% des Gesamtumsatzes aus. Diese Zahlen verdeutlichen die Bedeutung von mittleren und großen Unternehmen in Deutschland.

Abbildung 7 Ausgewählte Merkmale nach Größenklassen in 2005 und 2011

| in %                                  | Kleinst-<br>unter-<br>nehmen | Klein-<br>unter-<br>nehmen | Mittel-<br>ständische<br>Unternehmen | Großunter-<br>nehmen |
|---------------------------------------|------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|----------------------|
| <b>Unternehmen 2005</b>               | 81                           | 15                         | 3                                    | 1                    |
| <b>Unternehmen 2011</b>               | 80                           | 16                         | 3                                    | 1                    |
| <b>Beschäftigte Personen 2005</b>     | 18                           | 22                         | 19                                   | 42                   |
| <b>Beschäftigte Personen 2011</b>     | 18                           | 22                         | 20                                   | 40                   |
| <b>Umsatzerlöse 2005</b>              | 7                            | 12                         | 16                                   | 65                   |
| <b>Umsatzerlöse 2011</b>              | 6                            | 12                         | 16                                   | 66                   |
| <b>Bruttoanlageinvestitionen 2005</b> | 12                           | 13                         | 15                                   | 60                   |
| <b>Bruttoanlageinvestitionen 2011</b> | 12                           | 14                         | 17                                   | 57                   |
| <b>Bruttowertschöpfung 2005</b>       | 12                           | 17                         | 18                                   | 54                   |
| <b>Bruttowertschöpfung 2011</b>       | 11                           | 17                         | 19                                   | 53                   |

Quelle: "Die wirtschaftliche Bedeutung des Mittelstandes in Deutschland", 2014.

Betrachtet man die Wirtschaftsbereiche genauer, so kann man mit Sicherheit sagen, dass sowohl das verarbeitende Gewerbe als auch der Handel sowie die Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen den größten Teil des Umsatzes in dieser Region ausmachen.

Abbildung 8 Strukturdaten der Unternehmen 2016

| <b>Strukturdaten der Unternehmen 2016</b><br>in Wirtschaftssektoren                    | Umsatz, in<br>Mrd. EUR | Unternehmen,<br>in 1 000 |
|--|------------------------|--------------------------|
| Fertigungsindustrie  | 2 096                  | 202                      |
| Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen                               | 1 959                  | 589                      |
| Energieversorger   | 492                    | 2                        |
| Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und<br>technischen Dienstleistungen | 485                    | 314                      |
| Transport und Lagerung   | 315                    | 107                      |
| Information & Kommunikation  | 266                    | 124                      |
| Bauindustrie   | 250                    | 359                      |
| Bereitstellung von sonstigem wirtschaftlichem Nutzen                                   | 210                    | 199                      |
| Grundstücke und Wohnungen  | 131                    | 151                      |
| Gastgewerbe  | 89                     | 230                      |

Quelle: "Produktionsindustrie & Dienstleistungen auf einen Blick", 2018.

Die folgende Tabelle fasst diese gesamte dargestellte Situation in der Wirtschaft zur besseren Übersicht zusammen.

Abbildung 9 Merkmale von Unternehmen nach Größenklassen und NACE-Abschnitt.

|  | Enterprises |      | Persons employed |      | Turnover  |      |                     |         | Gross fixed capital investments |        |                     |      | Enterprises with investments |      | Gross value added at factor cost |  |
|--|-------------|------|------------------|------|-----------|------|---------------------|---------|---------------------------------|--------|---------------------|------|------------------------------|------|----------------------------------|--|
|  | number      | %    | number           | %    | total     |      | per person employed |         | total                           |        | per person employed |      | number                       | %    | total                            |  |
|  |             |      |                  |      | EUR mn    | %    | EUR                 | EUR mn  | %                               | EUR    | EUR mn              | %    |                              |      | EUR                              |  |
| All: B N (except K), S95   |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 2,142,073   | 99.3 | 11,783,234       | 60.2 | 1,866,211 | 33.5 | 118,240             | 77,056  | 42.8                            | 4,882  | 877,108             | 40.9 | 656,330                      | 47.5 | 41,584                           |  |
| Large enterprises  | 15,971      | 0.7  | 10,455,647       | 59.8 | 3,703,573 | 66.5 | 354,217             | 103,012 | 57.2                            | 9,852  | 14,089              | 88.2 | 726,833                      | 52.5 | 69,516                           |  |
| Total  | 2,158,048   | 100  | 24,238,882       | 100  | 5,569,784 | 100  | 212,272             | 180,067 | 100                             | 4,863  | 891,194             | 41.3 | 1,383,162                    | 100  | 52,714                           |  |
| B Mining and quarrying   |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 1,732       | 98.0 | 26,482           | 38.9 | 4,888     | 75.7 | 184,588             | 434     | 35.5                            | 16,376 | 1,192               | 68.8 | 1,855                        | 31.7 | 70,045                           |  |
| Large enterprises  | 35          | 2.0  | 41,592           | 61.1 | 8,803     | 64.3 | 211,658             | 788     | 64.5                            | 18,936 | 35                  | 99.4 | 3,990                        | 68.3 | 95,926                           |  |
| Total  | 1,767       | 100  | 68,074           | 100  | 13,692    | 100  | 201,127             | 1,221   | 100                             | 17,940 | 1,227               | 69.4 | 5,845                        | 100  | 85,858                           |  |
| C Manufacturing  |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 202,431     | 97.4 | 3,196,848        | 44.8 | 415,232   | 21.2 | 129,888             | 14,643  | 25.1                            | 4,580  | 137,492             | 67.9 | 149,111                      | 30.4 | 46,643                           |  |
| Large enterprises  | 5,417       | 2.6  | 3,929,086        | 55.2 | 1,540,881 | 78.8 | 391,177             | 43,668  | 74.9                            | 11,084 | 5,217               | 96.3 | 341,108                      | 89.6 | 86,596                           |  |
| Total  | 207,847     | 100  | 7,135,934        | 100  | 1,956,112 | 100  | 274,121             | 58,311  | 100                             | 8,171  | 142,709             | 68.7 | 490,219                      | 100  | 68,697                           |  |
| D Electricity, gas, steam and air conditioning supply                  |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 1,268       | 71.4 | 28,604           | 12.8 | 16,242    | 2.4  | 567,826             | 2,179   | 18.1                            | 76,181 | 1,048               | 82.6 | 4,238                        | 10.0 | 148,176                          |  |
| Large enterprises  | 509         | 28.6 | 195,311          | 87.2 | 466,216   | 86.6 | 2,387,042           | 9,889   | 81.9                            | 50,634 | 452                 | 88.8 | 37,883                       | 90.0 | 194,473                          |  |
| Total  | 1,777       | 100  | 273,915          | 100  | 482,458   | 100  | 2,154,646           | 12,068  | 100                             | 53,897 | 1,500               | 84.4 | 42,221                       | 100  | 188,559                          |  |
| E Water supply; sewerage, waste management and remediation activities  |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 4,699       | 95.9 | 112,275          | 56.5 | 25,781    | 52.2 | 229,449             | 4,033   | 85.1                            | 35,925 | 4,162               | 88.6 | 11,609                       | 55.2 | 103,398                          |  |
| Large enterprises  | 199         | 4.1  | 86,537           | 43.5 | 24,574    | 48.8 | 281,967             | 2,158   | 34.9                            | 24,934 | 195                 | 98.0 | 9,433                        | 44.8 | 109,008                          |  |
| Total  | 4,898       | 100  | 198,812          | 100  | 50,355    | 100  | 251,179             | 6,191   | 100                             | 31,341 | 4,357               | 89.0 | 21,042                       | 100  | 105,840                          |  |
| F Construction   |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 242,813     | 99.9 | 1,652,507        | 91.7 | 162,613   | 82.4 | 98,404              | 4,328   | 84.8                            | 2,619  | 11,852              | 4.9  | 64,471                       | 86.7 | 39,014                           |  |
| Large enterprises  | 300         | 0.1  | 148,852          | 8.3  | 34,673    | 17.6 | 232,937             | 778     | 15.2                            | 5,225  | 281                 | 93.8 | 9,918                        | 13.3 | 66,627                           |  |
| Total  | 243,112     | 100  | 1,801,359        | 100  | 197,286   | 100  | 109,521             | 5,104   | 100                             | 2,634  | 12,133              | 5.0  | 74,389                       | 100  | 41,296                           |  |
| G Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 577,045     | 99.2 | 4,019,000        | 62.6 | 723,488   | 39.2 | 180,017             | 11,489  | 57.0                            | 2,859  | 220,481             | 38.2 | 141,266                      | 54.3 | 35,150                           |  |
| Large enterprises  | 4,714       | 0.8  | 2,295,875        | 36.4 | 1,120,783 | 60.8 | 488,173             | 8,678   | 43.0                            | 3,780  | 3,881               | 82.3 | 118,777                      | 45.7 | 51,735                           |  |
| Total  | 581,762     | 100  | 6,314,875        | 100  | 1,844,271 | 100  | 292,052             | 20,167  | 100                             | 3,194  | 224,362             | 38.6 | 260,043                      | 100  | 41,179                           |  |
| H Transportation and storage   |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 88,731      | 98.9 | 996,652          | 50.3 | 99,298    | 38.8 | 99,631              | 6,489   | 29.5                            | 6,511  | 46,792              | 52.7 | 41,034                       | 45.4 | 41,172                           |  |
| Large enterprises  | 973         | 1.1  | 985,871          | 49.7 | 156,705   | 61.2 | 158,951             | 15,541  | 70.5                            | 15,763 | 789                 | 81.1 | 49,378                       | 54.6 | 50,085                           |  |
| Total  | 89,704      | 100  | 1,982,523        | 100  | 256,003   | 100  | 279,130             | 22,030  | 100                             | 11,112 | 47,581              | 53.0 | 90,412                       | 100  | 45,404                           |  |
| I Accommodation and food service activities                            |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 221,850     | 99.8 | 1,759,257        | 88.9 | 58,003    | 83.8 | 32,970              | 3,062   | 86.0                            | 1,741  | 108,155             | 48.8 | 27,154                       | 84.1 | 15,435                           |  |
| Large enterprises  | 353         | 0.2  | 219,510          | 11.1 | 11,251    | 16.2 | 51,255              | 900     | 14.0                            | 2,276  | 323                 | 91.6 | 5,145                        | 15.9 | 23,436                           |  |
| Total  | 222,203     | 100  | 1,978,766        | 100  | 69,254    | 100  | 34,998              | 3,562   | 100                             | 3,800  | 108,478             | 48.8 | 32,298                       | 100  | 16,322                           |  |
| J Information and communication  |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 92,201      | 99.3 | 575,753          | 55.1 | 69,972    | 31.7 | 121,531             | 1,830   | 17.8                            | 3,179  | 51,703              | 54.1 | 36,449                       | 36.4 | 63,306                           |  |
| Large enterprises  | 668         | 0.7  | 469,810          | 44.9 | 190,655   | 68.3 | 320,673             | 8,633   | 82.2                            | 17,949 | 550                 | 82.4 | 43,629                       | 63.6 | 135,435                          |  |
| Total  | 92,869      | 100  | 1,045,563        | 100  | 220,628   | 100  | 211,013             | 10,263  | 100                             | 9,814  | 52,253              | 54.3 | 100,078                      | 100  | 95,716                           |  |
| K Real estate activities   |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 196,639     | 99.9 | 424,579          | 89.1 | 74,465    | 72.7 | 175,386             | 19,133  | 82.3                            | 45,063 | 46,469              | 23.6 | 50,670                       | 79.8 | 119,243                          |  |
| Large enterprises  | 192         | 0.1  | 51,738           | 10.9 | 26,535    | 24.3 | 512,873             | 4,107   | 17.7                            | 79,372 | 162                 | 84.4 | 12,864                       | 20.2 | 248,642                          |  |
| Total  | 196,831     | 100  | 476,317          | 100  | 101,000   | 100  | 212,045             | 23,240  | 100                             | 48,790 | 46,631              | 23.7 | 63,535                       | 100  | 133,388                          |  |
| M Professional, scientific and technical activities                    |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 371,854     | 99.8 | 1,602,384        | 77.0 | 142,397   | 63.9 | 88,866              | 4,653   | 62.5                            | 2,904  | 176,559             | 47.5 | 86,188                       | 72.3 | 53,788                           |  |
| Large enterprises  | 707         | 0.2  | 479,129          | 23.0 | 80,330    | 36.1 | 167,459             | 2,787   | 37.5                            | 5,816  | 811                 | 86.4 | 33,097                       | 27.7 | 69,078                           |  |
| Total  | 372,561     | 100  | 2,081,513        | 100  | 222,727   | 100  | 107,003             | 7,440   | 100                             | 3,574  | 177,171             | 47.6 | 119,385                      | 100  | 57,307                           |  |
| N Administrative and support service activities                        |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 130,837     | 98.6 | 1,356,522        | 46.9 | 71,613    | 46.7 | 52,791              | 4,692   | 41.2                            | 3,459  | 67,647              | 51.7 | 41,234                       | 30.0 | 30,397                           |  |
| Large enterprises  | 1,896       | 1.4  | 1,538,142        | 53.1 | 81,677    | 53.3 | 51,068              | 5,685   | 54.8                            | 3,694  | 1,584               | 83.5 | 43,294                       | 50.0 | 26,847                           |  |
| Total  | 132,732     | 100  | 2,894,664        | 100  | 153,290   | 100  | 53,939              | 10,377  | 100                             | 3,585  | 69,231              | 52.2 | 82,528                       | 100  | 28,510                           |  |
| S95 Repair of computer and personal and household goods                |             |      |                  |      |           |      |                     |         |                                 |        |                     |      |                              |      |                                  |  |
| SMEs <sup>1</sup>  | 8,974       | 99.9 | 32,372           | 88.5 | 2,239     | 80.6 | 69,175              | 90      | 97.8                            | 2,777  | 3,555               | 35.6 | 1,050                        | 82.9 | 32,431                           |  |
| Large enterprises  | 10          | 0.1  | 4,194            | 11.5 | 540       | 19.4 | 128,685             | 2       | 2.2                             | 493    | 7                   | 70.0 | 217                          | 17.1 | 51,802                           |  |
| Total  | 8,984       | 100  | 36,566           | 100  | 2,779     | 100  | 76,001              | 92      | 100                             | 2,515  | 3,562               | 35.7 | 1,267                        | 100  | 34,653                           |  |

1 NACE Rev. 2.  
2 Percentage of the total number of enterprises.  
3 SMEs; for definition see enclosure 1.

Quelle: "Die wirtschaftliche Bedeutung des Mittelstandes in Deutschland", 2014.

## 4.2 Erwerbsbevölkerung durch Arbeitskräfteerhebung

Tabelle 1 Erwerbstätige nach Beschäftigungsform; Deutschland 2017

| Normale Mitarbeiter | Untypische Mitarbeiter | Selbstständige |
|---------------------|------------------------|----------------|
| 69%                 | 21%                    | 10%            |

Quelle: "Arbeitsmarkt", 2017.

Betrachtet man die Art der Beschäftigung in Deutschland, so wird deutlich, dass es sich bei der Mehrheit um so genannte normale Mitarbeiter handelt. 21% sind untypische Mitarbeiter und nur 10% sind selbständig.

Die untypische Beschäftigung wird durch die Abgrenzung vom normalen Arbeitsverhältnis oder die Unterscheidung zwischen zentralen Merkmalen des normalen Arbeitsverhältnisses bestimmt.

Normale Arbeitsbedingungen sind gekennzeichnet durch:

- eine Vollzeit- oder Teilzeitbeschäftigung mit mindestens der Hälfte der üblichen vollen Wochenarbeitszeit
- eine Festanstellung
- Integration in die Sozialversicherungssysteme
- die Identität der Beschäftigung.

Unter untypischer Beschäftigung versteht man alle abhängigen Arbeitsverhältnisse, die eines oder mehrere der folgenden Merkmale aufweisen:

- Befristetes Beschäftigungsverhältnis
- Teilzeitbeschäftigung mit 20 oder weniger Stunden
- Zeitarbeit
- Geringfügige Beschäftigung.

Im nächsten Schritt sollte eine geschlechtliche Überlegung hinsichtlich der Stellensuche vorgenommen werden, indem geprüft wird, ob die Personen Kinder haben oder nicht. Unabhängig davon, ob ein

Mann Kinder hat oder nicht, scheint er in der Regel einen Vollzeitjob zu bevorzugen, während Frauen mit einer zunehmenden Anzahl von Kindern einen Teilzeitjob vorziehen.

*Tabelle 2 Arbeitssuchende entsprechend der gewünschten Arbeitsbelastung, des Geschlechts und der Anzahl der Kinder, 2015 in Baden-Württemberg*

| <b>Männer</b> | Ohne Kinder | Mit Kindern |
|---------------|-------------|-------------|
| Vollzeit      | 88%         | 90%         |
| Teilzeit      | 12%         | 10%         |

| <b>Frauen</b> | Ohne Kinder | Ein Kind | 2 oder mehr Kinder |
|---------------|-------------|----------|--------------------|
| Vollzeit      | 68%         | 48%      | 34%                |
| Teilzeit      | 32%         | 52%      | 66%                |

Quelle: "Beschäftigung von Frauen und Männern in Baden-Württemberg", 2015.

Bei den Gründern gibt es verschiedene Typen, die in Deutschland unterschiedlich stark vertreten sind. Obwohl die Gesamtzahl der Gründer in den letzten Jahren zurückgegangen ist, gab es einen leichten Anstieg der "Chancen"-Gründer, innovativen Gründer und Wachstumsgründer. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass sich die Qualität der Start-ups verbessert hat.

*Tabelle 3 "Chancen" - Gründer, innovative Gründer und Wachstumsgründer sind gegen den Trend (Deutschland)*

|                            | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Insgesamt</b>           | 763         | 672         | 557         |
| <b>Vollzeit Gründer</b>    | 284         | 248         | 234         |
| <b>Teilzeit Gründer</b>    | 479         | 424         | 323         |
| <b>"Chancen"-Gründer</b>   | 377         | 310         | 333         |
| <b>"Bedürfnis"-Gründer</b> | 207         | 166         | 129         |
| <b>Innovative Gründer</b>  | 95          | 58          | 76          |
| <b>Digitale Gründer</b>    | 160         | 140         | 144         |

|                         |   |     |     |
|-------------------------|---|-----|-----|
| <b>Wachstumsgründer</b> | - | 115 | 127 |
|-------------------------|---|-----|-----|

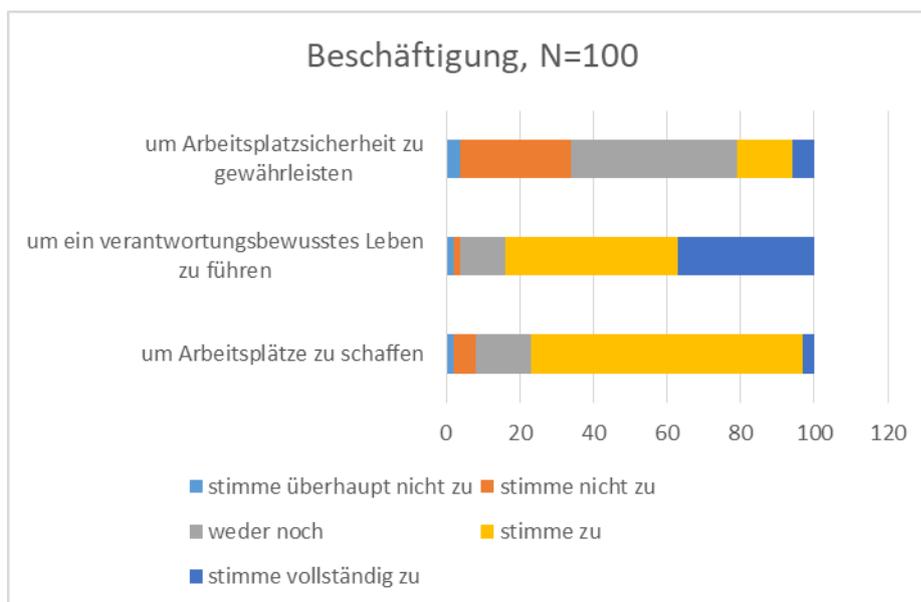
Source: KfW-Gründungsmonitor, 2018.

### 4.3 Ergebnisse der Umfrage

Die folgenden Absätze und Zahlen sind ein Auszug aus der Analyse der durchgeführten quantitativen Umfrage unter jungen Unternehmerinnen in Baden-Württemberg und Bayern.

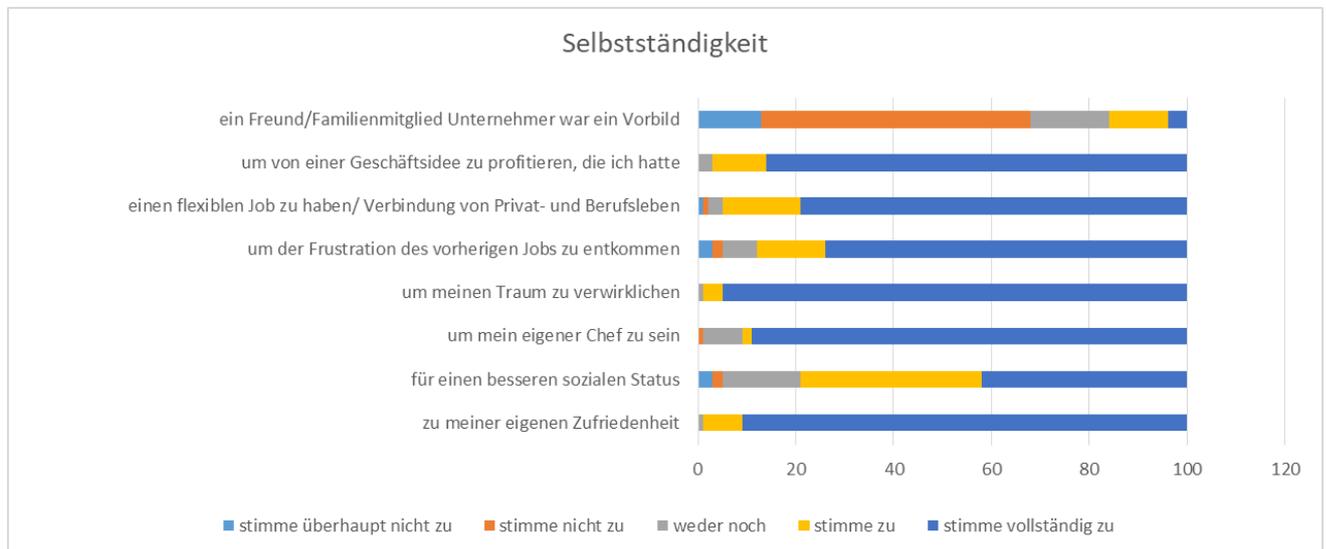
Der Hauptgrund für junge Frauen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, ist die Schaffung von Arbeitsplätzen. Die Arbeitsplatzsicherheit scheint jedoch nicht mit einem eigenen Startup verbunden zu sein. Der Grund für die Gründung eines Unternehmens, um ein hohes Einkommen zu erzielen, scheint sehr wichtig zu sein (Abbildung 10: Beschäftigung als Motivation zur Gründung oder Führung des Unternehmens). Die Hauptgründe scheinen jedoch Selbstständigkeit zu sein: Frauen schätzen es, ihr eigener Chef zu sein und freuen sich über die persönliche Zufriedenheit bei der Umsetzung ihrer Geschäftsideen. Der soziale Status einer jungen Unternehmerin erscheint etwas weniger wichtig (Abbildung 11: Selbstständigkeit).

Abbildung 10: Beschäftigung als Motivation zur Gründung oder Führung des Unternehmens



Quelle: "Women in Business"-Umfrageergebnisse aus Baden-Württemberg & Bayern.

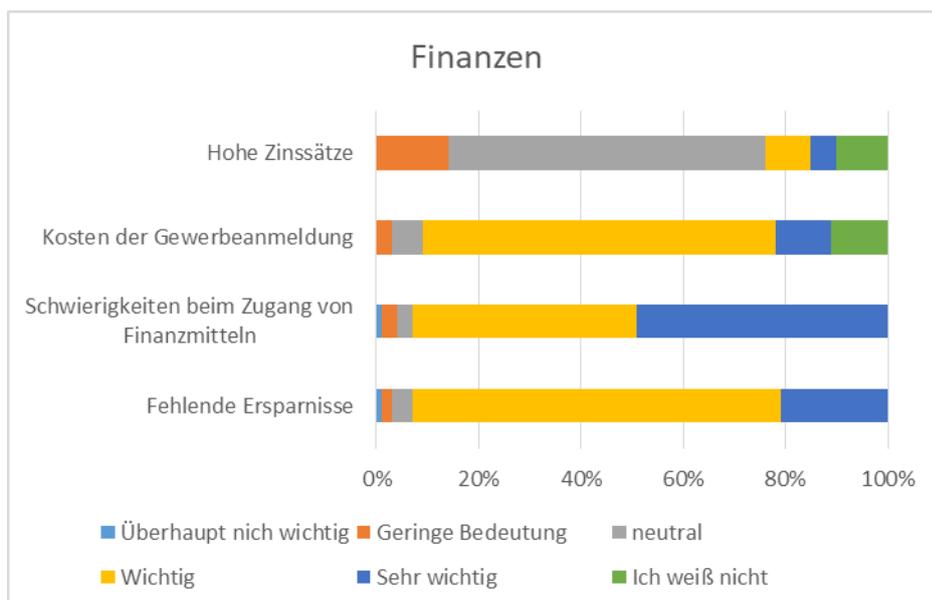
Abbildung 10 Selbstständigkeit



Quelle: "Women in Business"-Umfrageergebnisse aus Baden-Württemberg & Bayern.

In finanzieller Hinsicht scheint der Mangel an Ersparnissen ein Hindernis für die Gründung eines eigenen Unternehmens zu sein, ebenso wie die Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln. Möglicherweise stoßen Frauen bei der Suche nach einer Finanzierung auf eine größere Ablehnung. Die Gründe dafür werden jedoch durch diese Antworten nicht erklärt (Abbildung 12: Finanzen).

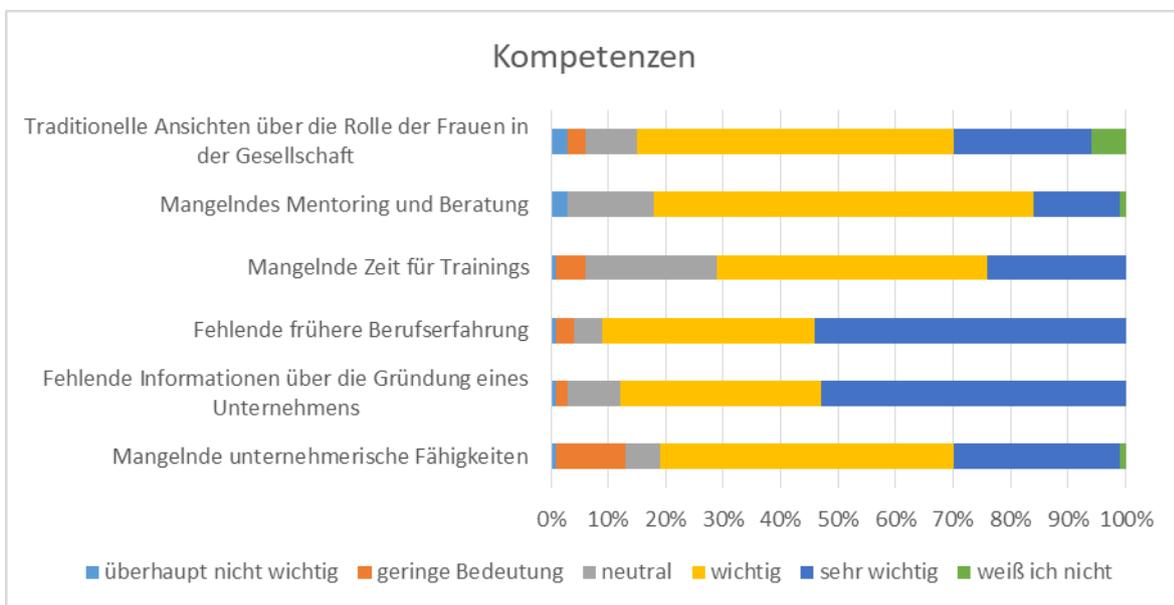
Abbildung 11 Finanzen



Quelle: "Women in Business" - Umfrageergebnisse für Baden-Württemberg & Bayern.

Die Herausforderung, eine angemessene Finanzierung zu erhalten, könnte mit den Fragen nach den Kompetenzen beantwortet werden. Die Befragten erklären, dass es nach wie vor eine traditionelle Sichtweise auf die Rolle der Frauen in den Unternehmen gibt. Abgesehen von den externen Faktoren scheint es auch, dass Frauen es nicht wagen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, weil sie das Gefühl haben, dass ihnen unternehmerische Fähigkeiten und allgemeine Informationen über die Gründung eines Unternehmens fehlen. Die Befragten gaben auch an, dass es ihnen an Mentoring und Beratung mangelt (Abbildung 13: Kompetenzen).

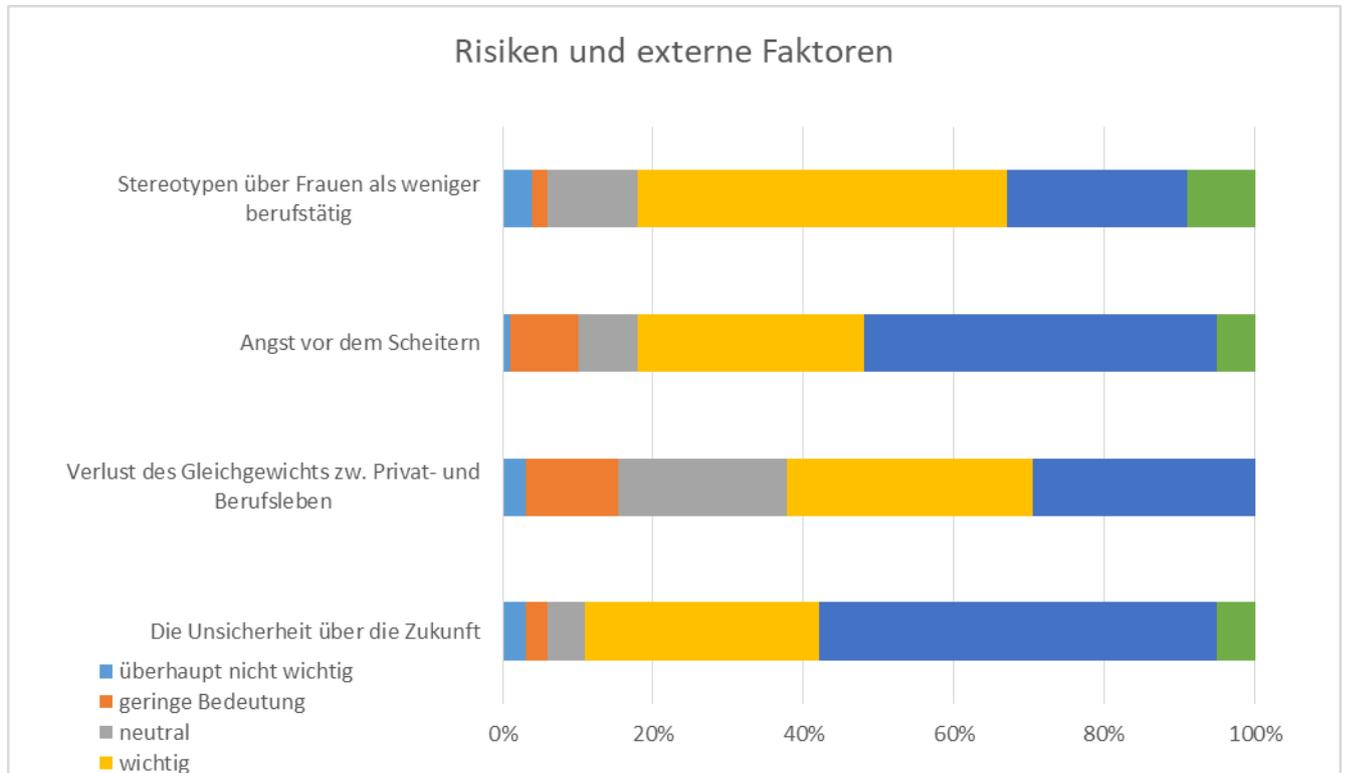
Abbildung 12 Kompetenzen



Quelle: "Women in Business" - Umfrageergebnisse für Baden-Württemberg & Bayern.

Es wird auch deutlich, dass die Befragten verschiedene Faktoren als Risiken wahrnehmen, die sie davon abhalten könnten, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Wie in den vorangegangenen Fragen zu erkennen war, scheinen in Deutschland noch Stereotypen über Frauen zu existieren. Hinzu kommt die Unsicherheit vieler Befragter, dass sie Angst vor dem Scheitern haben und die Unsicherheit über ihre Zukunft, wenn sie selbstständig werden (Abbildung 14: Risiken und externe Faktoren).

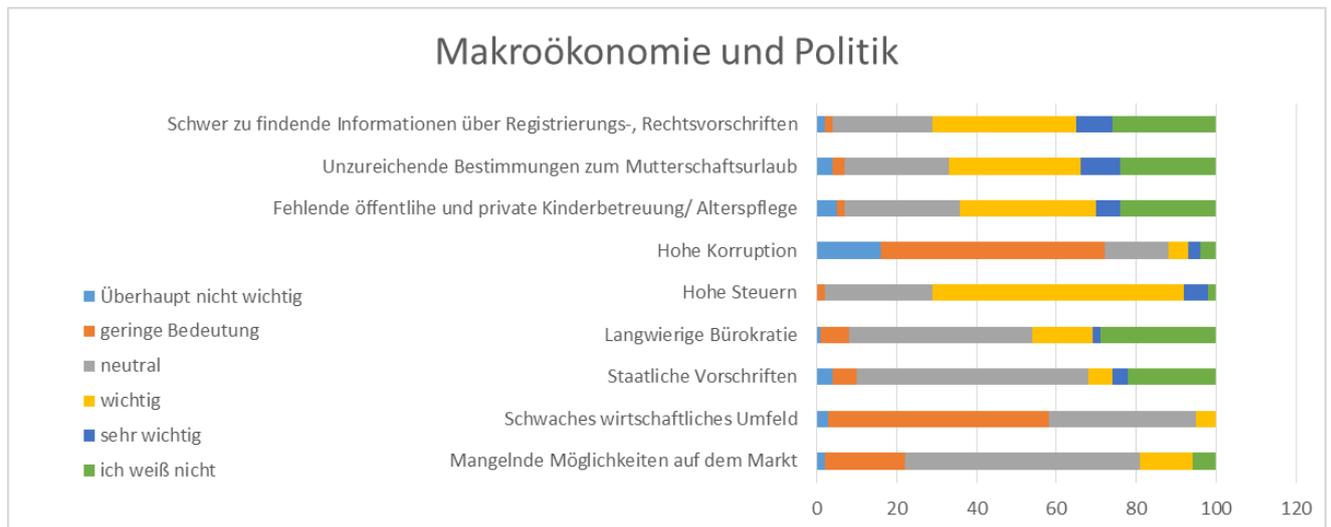
Abbildung 13 Risiken und externe Faktoren



Quelle: "Women in Business" - Umfrageergebnisse für Baden-Württemberg & Bayern.

In Bezug auf makroökonomische und politische Faktoren scheint das Haupthindernis für junge Unternehmerinnen hohe Steuern und die Schwierigkeit zu sein, Informationen über Registrierungs-, Rechts- und Gründungsanforderungen zu finden. Hinzu kommt für Mütter der Mangel an öffentlichen oder privaten Kinderbetreuungs- und Altenpflegediensten. Dies scheint ein Haupthindernis zu sein, da Frauen in der Regel die Hauptverantwortung für ihre Kinder tragen und eine ausreichende Unterstützung in der Kinderbetreuung benötigen, wenn sie sich mitten in einer Anlaufphase befinden, die viel Zeit in Anspruch nimmt.

Abbildung 14 Makroökonomische und politische Faktoren



Quelle: "Women in Business"-Umfrageergebnisse aus Baden-Württemberg und Bayern.

Die Ergebnisse der Umfrage bestätigen, dass junge Unternehmerinnen in Baden-Württemberg und Bayern das Potenzial für eine erfolgreiche Unternehmensgründung haben. Sie scheinen die nötige Kreativität und Innovationskraft zu haben, um etwas von Grund auf neu zu beginnen. Es wird aber auch deutlich, dass sie oft von Unsicherheiten überkommen werden. Das Startup-Leben birgt viele Risiken und Unsicherheiten, die Frauen in der Regel vermeiden. Aber mit der richtigen Beratung und Betreuung können viele Hindernisse überwunden werden. Das scheint jedoch nicht ausreichend zu sein, denn einige Regelungen müssen an die Bedürfnisse der Frauen angepasst werden. Gerade die Kinderbetreuung ist ein heikles Thema, das angegangen werden muss, wenn Frauen die optimale Unterstützung erhalten sollen.

## 5. Merkmale des weiblichen Unternehmertums

### 5.1 Allgemeine Eigenschaften

Technologisch-innovative Start-ups haben einen geringen Anteil an weiblichen Unternehmen in Deutschland. Die Programme für junge Unternehmerinnen unterscheiden sich in Deutschland von Land zu Land, da sie ihre individuellen Programme haben, die noch ein Optimierungspotenzial haben. Das Hauptproblem bleibt die Finanzierung, weshalb viele Unternehmer ihr Unternehmen ohne Arbeitnehmer und in Dienstleistungsbereichen gründen, in denen die Investitionsrate recht niedrig ist. Darüber hinaus ist der Zugang zu institutionellen Investoren für Frauen schwieriger, da männliche

Investoren zögern, in Frauenunternehmen zu investieren.<sup>1</sup> Um dieses Problem zu lösen, werden Programme wie "Venture Ladies", ein Netzwerk für Frauen in der Start-up- und Risikokapitalbranche, aufgebaut. Derzeit gibt es auch keine steuerlichen Anreize für Unternehmerinnen. Was noch fehlt, sind aussagekräftige Daten von Frauen im Hinblick auf das Unternehmertum. Die bestehende Unterstützung von Unternehmern ist keine Komplettlösung, da diese aufgrund der Branchenvielfalt eher nicht gravierend ist, die staatlichen Anforderungen an Existenzgründer haben unterschiedliche Rahmenbedingungen. Obwohl es Top-down-Ansätze (z.B. Frauenquote) gibt, hängen die Strukturen in Unternehmen von den Unternehmenskulturen und der Steuerung der Strategieebene ab. Frauen müssen zu mindestens 30 % im Beirat von Unternehmen vertreten sein, denn das scheint die Grenze zu sein, von der aus sie zu einem Erfolgsfaktor für die gegenseitige Unterstützung werden. Zu diesem Zweck gibt es viele Netzwerke, aber das Hauptproblem bleibt der Kulturwandel. Um den Frauen die richtige Art der Unterstützung zu bieten, müssen ihre besonderen Bedürfnisse berücksichtigt werden. Die Tatsache, dass Frauen "realistischer" sind als Männer, führt oft zu einem anders geschriebenen Geschäftsplan, auch wenn alles andere genau gleich wäre. Daraus ergeben sich oft Herausforderungen, vor denen vor allem Frauen bei der Suche nach einer Finanzierung stehen. Um dieser Tendenz entgegenzuwirken, wären Netzwerke mit weiblichen Business Angels denkbar. Das Gleiche gilt für das Mentoring, denn Frauen brauchen Mentoren, die sie anspornen und ständig in ihrem Handeln unterstützen, denn an bestimmten Stellen werden Frauen mit Hindernissen konfrontiert, die sie am Erfolg hindern. Der Grund dafür sind soziale und wirtschaftliche Strukturen, die Männer begünstigen. Damit ein sozialer Wandel stattfinden kann, muss die aktuelle Ungleichheit stärker ins Bewusstsein gerückt werden. Obwohl es verschiedene Anreize der Regierung für Chancengleichheit gibt, kommen nur wenige von ihnen aus der Wirtschaft.

Insgesamt scheint es, dass in Deutschland nicht genügend Anstrengungen unternommen werden, um Unternehmerinnen zu fördern. Deshalb treffen sie sich selbst in bestimmten Frauennetzwerken und versuchen, ihre Sichtbarkeit in jeder Region zu erhöhen. Frauen haben spezifische Bedürfnisse, die sich aus ihrer Biologie ergeben. Ihre Gene sind dafür verantwortlich, dass Frauen in der Regel Sammlerinnen sind, während Männer Jäger sind. Frauen fühlen sich bei beruflichen Veränderungen (insbesondere wegen ihres Privatlebens) meist nicht wohl. Auch Männer und Frauen arbeiten völlig unterschiedlich: Frauen brauchen länger, um sich zu entscheiden und die Konsequenzen zu

---

<sup>1</sup> Interview mit Dr. Katja von der Bey.

berücksichtigen, was die Gelegenheit manchmal ungenutzt lässt. Gleiches gilt für die Verhandlungen: Während Männer wettbewerbsfähig sind und versuchen zu gewinnen, sind Frauen kooperativ und verfolgen einen Win-Win-Ansatz. Dies ist nur dann eine Alternative für Männer, wenn sie nicht den vollen Erfolg erzielen können.

## 5.2 Ergebnisse aus den Interviews mit jungen Unternehmerinnen

Die jungen Unternehmerinnen, die an den Interviews teilgenommen haben, sind ganz unterschiedliche Typen. Obwohl alle Mitte zwanzig sind, scheinen sich ihre Hintergründe und Motivationen sowie ihre individuelle Wahrnehmung des Themas "Jungunternehmerinnen" stark zu unterscheiden. Auch wenn zwei von ihnen nicht verheiratet sind und keine Kinder haben, sind ihre Ansichten widersprüchlich. Während Lena sehr auf ihren Instinkten vertraut und großen Wert auf zwischenmenschliche Aspekte legt, scheint Kathrin sehr hart und unkompliziert zu sein, die Dinge auf einem professionellen Niveau zu halten und sich nicht viel um Unterschiede zwischen Männern und Frauen zu kümmern. Esther ist verheiratet, hat noch keine Kinder, scheint aber die Mitte der beiden zu repräsentieren. Sie alle haben ein sehr junges und kleines Unternehmen gegründet und sind alle in einem technologischen Bereich tätig. Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über ihre Hintergründe:

### 1. Lena Mohr

| <i>Variabel</i>                         | <i>Kategorie</i>     | <i>Position</i> |
|---|----------------------|-----------------|
| <b>Geschlecht</b>                       | Männlich             |                 |
|   | Weiblich             | X               |
| <b>Alter</b>                            |                      | 27              |
| <b>Bildungsabschluss</b>                | Grundausbildung      |                 |
|   | Sekundarschulbildung |                 |
|   | Hochschulausbildung  | X               |
| <b>Familienstand</b>                    | Mit Kindern          |                 |
|   | Ohne Kinder          | X               |
| <b>Firmengröße</b>                      | Mikro                | X               |
|   | Klein                |                 |
|   | Mittelgroß           |                 |
| <b>Eigentümer des Unternehmens in %</b> |                      | 50              |
| <b>Rolle im Unternehmen</b>             |                      | Gründerin       |
| <b>Beschäftigungsstatus</b>             | Student              |                 |
|   | Beschäftigt          | X               |
|   | Arbeitslos           |                 |

2. Esther Arroyo

| <i>Variabel</i>                         | <i>Kategorie</i>     | <i>Position</i>                   |
|---|----------------------|-----------------------------------|
| <b>Geschlecht</b>                       | Männlich             |                                   |
|   | Weiblich             | X                                 |
| Alter                                   |                      | 26                                |
| <b>Bildungsabschluss</b>                | Grundausbildung      |                                   |
|   | Sekundarschulbildung |                                   |
|   | Hochschulausbildung  | X                                 |
| <b>Familienstand</b>                    | Mit Kindern          |                                   |
|   | Ohne Kinder          | X                                 |
| <b>Firmengröße</b>                      | Mikro                | X                                 |
|   | Klein                |                                   |
|   | Mittelgroß           |                                   |
| <b>Eigentümer des Unternehmens in %</b> |                      | 30                                |
| <b>Rolle im Unternehmen</b>             |                      | Gründerin<br>Marketing<br>& Sales |
| <b>Beschäftigungsstatus</b>             | Student              |                                   |
|   | Beschäftigt          | X                                 |
|   | Arbeitslos           |                                   |

3. Kathrin Brenker

| <i>Variabel</i>                         | <i>Kategorie</i>     | <i>Position</i>                         |
|---|----------------------|---|
| <b>Geschlecht</b>                       | Männlich             |   |
|   | Weiblich             | X                                       |
| Alter                                   |                      | 25                                      |
| <b>Bildungsabschluss</b>                | Grundausbildung      |   |
|   | Sekundarschulbildung |   |
|   | Hochschulausbildung  | X                                       |
| <b>Familienstand</b>                    | Mit Kindern          |   |
|   | Ohne Kinder          | X                                       |
| <b>Firmengröße</b>                      | Mikro                | X                                       |
|   | Klein                |   |
|   | Mittelgroß           |   |
| <b>Eigentümer des Unternehmens in %</b> |                      | 30                                      |
| <b>Rolle im Unternehmen</b>             |                      | Gründer,<br>Wissenschaft<br>& Marketing |
| <b>Beschäftigungsstatus</b>             | Student              |   |
|   | Angestellt           | X                                       |

|  |            |  |
|--|------------|--|
|  | Arbeitslos |  |
|--|------------|--|

## 6 Die Biographien der Jungunternehmerinnen

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit diesen drei jungen Unternehmerinnen, indem es sich mehr auf ihren persönlichen Hintergrund konzentriert, mit dem Ziel, ihre Motive und Ansichten zu verstehen. Darüber hinaus sind ihre persönlichen Erfahrungen mit der Gründung eines eigenen Unternehmens in Baden-Württemberg hervorzuheben.

### Lena Mohr vom Start-up "Cocktails & Code":

Lena Mohr ist UX Design Freelancerin und hat die gemeinnützige Organisation "Ready to Code" gegründet. Deshalb kündigte sie ihren Job und suchte einen Teilzeitjob, um genügend Zeit für ihr "Ready to Code"-Projekt zu haben. Sie hatte großen Respekt vor der Selbständigkeit, aber ihre ehemaligen Kollegen überzeugten sie, dass sie die Fähigkeit hat, ihr eigenes Unternehmen zu gründen.

Wenn Lena an Deutschland denkt, ist "innovativ" nicht der erste Begriff, der ihr in den Sinn kommt. Da die deutsche Industrie recht großkonzernorientiert ist, sei Agilität nicht ihre Stärke. Bei der Unterstützung der Unternehmensgründung hat sie das Gefühl, dass es bereits viele Initiativen gibt. Das Problem ist, dass diese unabhängig voneinander angeboten werden, so dass es zu einem Problem wird, die Unterschiede zu identifizieren und welches Angebot man zu welchem Zeitpunkt des Geschäftslebenszyklus in Anspruch nehmen kann. Bezüglich der Motivation von Unternehmern, ein eigenes Unternehmen zu gründen, sieht Lena die intrinsische Motivation als Hauptgrund. Die Menschen beginnen zu arbeiten und erkennen, dass die Mühe, die sie in die Arbeit stecken, in keinem Verhältnis zu dem Output steht, welchen sie in Form von Gehalt und Anerkennung erhalten. Deshalb suchen sie nach Projekten, die ihnen mehr Identität und Entscheidungsfreiheit geben. Dennoch erwähnt Lena auch die Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Unternehmern, die sie bei der Arbeit wahrnimmt. Sie sagt, dass Frauen viel vorsichtiger und weniger mutig sind. Diese Unterschiede erkennt sie, wenn sie Geschäftsgespräche von Männern miterlebt. Sie sind sehr "bodenständig" und objektiv, während sie immer versucht, eine persönliche Beziehung zu ihrem Geschäftspartner aufzubauen.

Lena ist nicht davon überzeugt, dass Unternehmertum und insbesondere weibliches Unternehmertum durch die nationale Kultur gefördert wird. Die Gründung eines eigenen Unternehmens scheint immer noch auf die Eigenschaften von Männern zugeschnitten zu sein, da der Abbruch gut durchdachter Pläne und etwas von vorne anzufangen besser mit den Werten von Männern vereinbaren zu sein scheint. Frauen hingegen scheinen ein eigenes Unternehmen zu gründen, um in Teilzeit zu arbeiten und ihre Familien zu führen. Darüber hinaus bieten einige Arbeitsplätze Kinderbetreuung an, die für Unternehmerinnen nützlich sind. Andere Initiativen für Unternehmerinnen sind bestimmte Netzwerkformate, aber die, die sie kennt, konzentrieren sich mehr auf Frauen in technischen Branchen als auf Unternehmerinnen. Lena ist der Meinung, dass es für den Nutzen dieser Netzwerke viele verschiedene Arten von Frauen geben muss, die aus ihren persönlichen Erfahrungen erzählen, damit es die Möglichkeit gibt, jemanden zu finden, der ihnen ähnelt. Sie weiß jedoch nichts von Fraueninkubatoren oder steuerlichen Anreizen für Frauen. Lena ist der Meinung, dass die Anreize für Frauen, ihr eigenes Unternehmen zu gründen, in der Schule beginnen müssen; nur um das Bewusstsein zu stärken, dass es die Möglichkeit gibt, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Diese Angebote müssen sich während des Studiums spezialisieren, da sie auch die Zeit nach dem Studium für die beste Zeit hält, um ihr Unternehmen zu gründen, da Sie nicht viel zu verlieren haben (z.B. keine Auszahlung einer Hypothek auf die Wohnung), was für risikoaverse Frauen wichtig erscheint.

Lena Mohr wirkt wie eine Unternehmerin, die ihr eigenes Unternehmen gründete, um sich selbst zu verwirklichen und die gewünschte Anerkennung zu erhalten. Um dies zu erreichen, bleibt sie sich jedoch treu. Sie legt großen Wert auf den persönlichen Kontakt. Obwohl sie anfangs große Unsicherheit erlebte, ermutigte sie die Unterstützung ihres persönlichen Umfelds, vor allem durch andere Unternehmerinnen, am Ende, den Sprung zu wagen.

#### Esther Arroyo vom Start-up "The Chainless":

Esther Arroyo ist eine der Unternehmerinnen des Start-ups "The Chainless". Sie ermöglichen Medien- und Softwareunternehmen eine effiziente und automatisierte Analyse großer Bild- und Videoinhalte, was zu erheblichen Kosteneinsparungen und wertvollen Metainformationen führt. Esther ist verantwortlich für das Marketing und den Vertrieb. Sie hat viel Raum für Entwicklung, vor allem wegen ihres ausgedehnten Netzwerks und der Messen, auf denen sie relevante Partner trifft. Esther ist der Meinung, dass Baden-Württemberg eine gute Region ist, um ein eigenes Start-Up zu gründen. Besonders viele Angebote gibt es zu Netzwerkmöglichkeiten für junge Start-ups, was auch ein

Erfolgsfaktor für sie ist, um sich mit relevanten Akteuren und Institutionen zu verbinden. Sie räumt aber auch ein, dass sie in ihrem Tätigkeitsbereich, der Datenanalyse, einen Mangel an spezifischen Angeboten und Unterstützung erleben. Insgesamt hat sie das Gefühl, dass die Unterstützung von Gründern überall zu steigen scheint und sich die Bedingungen verbessern.

Esther glaubt, dass es bereits gute Angebote für junge Unternehmerinnen gibt, die sich mit anderen Frauen verbinden wollen, die bei der Gründung eines eigenen Unternehmens dieselben Herausforderungen erleben. Deshalb glaubt sie auch, dass sich die Geschlechterlücke verbessern wird, weil mehr Frauen Selbstvertrauen finden und ihren Träumen folgen, indem sie ein eigenes Unternehmen gründen. Esther hebt immer noch die Herausforderungen hervor, vor denen vor allem Frauen in diesem Prozess stehen. Dennoch ist sie froh, diesen Weg gegangen zu sein, da die Gründung eines eigenen Unternehmens viele Vorteile für sie bietet, insbesondere die Flexibilität der Selbständigkeit. Sie wollte schon immer ihr eigenes Unternehmen gründen und ihr eigener Chef sein, der sich mit anspruchsvollen Aufgaben beschäftigt, die sie interessant findet. Eine weitere Herausforderung, die sie sieht, ist, dass Frauen am ehesten eine Familie gründen und ein Kind bekommen. Da Frauen in der Regel für ihre Familien verantwortlich sind, ist dies oft mit einer zeitlichen Einschränkung verbunden. Deshalb ist Esther der Meinung, dass es von der Gesellschaft stärker anerkannt werden sollte, dass Frauen trotz ihrer familiären Verantwortung ein eigenes Unternehmen gründen wollen. Esther kennt keine besonderen Förderinstrumente für Unternehmerinnen, ebenso wenig wie steuerliche Anreize, die es nicht gibt. Esther wünscht sich mehr Aufklärung über bestehende Werkzeuge. Darüber hinaus ist sie nicht davon überzeugt, dass Frauen ermutigt werden, ein eigenes Unternehmen zu gründen; sie werden nur darüber informiert, dass Frauen in der Gemeinschaft des Unternehmertums unterrepräsentiert sind, aber sie werden nicht wirklich über bestehende Förderinstrumente informiert. Laut Esther sind die größten Herausforderungen für Frauen, die versuchen, in diesem Bereich Fuß zu fassen, Selbstvertrauen zu erlangen, sich gegen die Männer in der Mehrheit durchzusetzen sowie ihr privates Familienleben und den harten Arbeitsalltag eines Start-ups in Einklang bringen müssen. Alles in allem wünscht sich Esther Förderinstrumente für Unternehmerinnen, die sich auf die Vereinbarkeit von Familie und Startup konzentrieren.

Esther scheint die Art von Unternehmerin zu sein, die sich der Herausforderungen, vor denen Frauen stehen, bewusst ist und bereit ist, etwas daran zu ändern. Bis auf Netzwerke ist sie nicht über die

Unterstützung von Frauen informiert, was sie für problematisch hält. Sie wünscht sich, dass das politische Umfeld für Frauen unternehmerfreundlicher wird.

Kathrin Brenker vom Start-up "Optobiolabs":

Optobiolabs ist ein Spin-off der Universität Freiburg und entwickelt innovative Lösungen für wissenschaftliche und technologische Probleme im Bereich der Opto-Genetik. Sie entwickeln Beleuchtungsgeräte und sind Entwicklungspartner für maßgeschneiderte Lösungen in der optogenetischen Forschung, die das experimentelle Spektrum erweitern und die Effizienz in der Forschung steigern. Kathrin ist eine der drei Gründerinnen mit zwei männlichen Kollegen. Obwohl alle ihre Positionen in den Start-ups gleich sind, ist sie hauptsächlich für die Wissenschaft und das Marketing verantwortlich.

Kathrin hat das Gefühl, dass Baden-Württemberg sehr innovativ ist und eine gute Region für Start-ups darstellt, um ihr eigenes Geschäft aufzubauen. Unmittelbar nach ihrer Doktorarbeit begann sie das Projekt mit ihren Kollegen. Obwohl sie nicht allzu lange in der Unternehmer-Community ist, hat sie bereits erkannt, dass Frauen unterrepräsentiert sind, insbesondere bei bestimmten Start-up-Events. Dennoch ist sie mit ihrer Entscheidung zufrieden, denn neue Technologien und Innovationen interessieren sie sehr. Ihr Hintergrund ist Medizin und Wissenschaft und ihre Doktorarbeit brachte ihr die Idee für ihr eigenes Unternehmen. Selbstständigkeit bedeutet für sie den Willen, ihr eigenes Ding zu machen und dabei völlig ehrgeizig zu sein.

Kathrin sieht keine wirklichen Unterschiede im Bereich des Unternehmertums von Männern und Frauen. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass sie ganz neu im Geschäft ist und nicht beabsichtigt, jetzt eine Familie zu gründen. Sie ist überzeugt, dass die Rahmenbedingungen für Eltern optimiert werden müssen, unabhängig vom Geschlecht. Kathrin hat ein Problem mit frauenspezifischen Förderinstrumenten. Frauen sollten nicht nur wegen ihres Geschlechts unterstützt werden, sondern auch wegen ihrer guten Idee und ihres Mutes, diese umzusetzen. Wenn die einzige andere "Herausforderung" für Frauen die Kinderbetreuung ist, sollten auch Männer die gleiche Unterstützung erhalten, wenn sie für die Kinderbetreuung verantwortlich sind und gleichzeitig ihr Geschäft starten wollen. Kathrin sieht auch keinen Unterschied in der Effizienz zwischen Männern und Frauen, insbesondere ihre persönliche Erfahrung zeigt, dass sowohl Männer als auch Frauen viel arbeiten müssen, wenn sie ein eigenes Unternehmen gründen. Die mit der Unternehmensgründung

verbundenen Herausforderungen sind die Suche nach dem erforderlichen Kapital, kompatiblen Investoren, qualifizierten Mitarbeitern und angemessenen Büroflächen. Darüber hinaus wirkt sich das sowohl auf Männer als auch auf Frauen aus. Kathrin ist nicht darüber informiert, dass spezielle Förderinstrumente angeboten werden, ist aber überzeugt, dass diese alle auf eine funktionierende Infrastruktur für Eltern unabhängig von ihrem Geschlecht abzielen sollten. Sie ist jedoch der Ansicht, dass insbesondere Frauen ermutigt werden sollten, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen.

Kathrin scheint eine zähe und selbstbewusste Unternehmerin zu sein, die sich ihrer Fähigkeiten bewusst ist. Wahrscheinlich lehnt sie deshalb eine frauenspezifische Unterstützung ab, fordert aber eine gleichwertige Unterstützung für Männer und Frauen. Sie erlebte keine frauenspezifischen Hindernisse. Der Grund dafür könnte die Tatsache sein, dass sie zwei männliche Kollegen hat.

## **7 Herausforderungen im Zusammenhang mit jungen Unternehmerinnen und Maßnahmen zur Unterstützung**

### ***7.1 Politische Kompetenzen, institutionell beteiligte Akteure***

Weibliches Unternehmertum ist in Deutschland nicht sehr stark institutionalisiert. Es gibt Netzwerke, aber das sind oft Bemühungen von Akteuren der Öffentlichkeit, die ein persönliches Interesse an der Förderung junger Unternehmerinnen im Land haben. Es gibt keinen ganzheitlichen Prozess, der früh genug beginnt, um Jugendliche zu sensibilisieren und sie auf ihrem persönlichen Weg zum eigenen Start zu unterstützen. Dies ist wahrscheinlich auch der Grund dafür, warum es kein aktuelles Thema in der Gesellschaft ist, da Frauen immer noch Nachteile in der Wirtschaft haben, was auch zu schlechten Erfahrungen im Unternehmertum führt. Die Rolle und Verantwortung der institutionellen Akteure in der Unternehmensentwicklung, insbesondere des Unternehmergeistes von jungen Frauen, beginnt in den Schulen.

Es ist entscheidend, dass die Sensibilisierung bereits in jungen Jahren in der Schule beginnt, wenn junge Menschen ihre Persönlichkeit entwickeln und ihre Wege definieren. Die Rolle der Frauen in der Wirtschaft muss in Deutschland gestärkt werden, weshalb Schulen das Bewusstsein für technische Bereiche für Frauen schärfen sollten, in denen sie in der Regel unterrepräsentiert sind. Neben der Bedeutung der Sensibilisierung für die von Männern dominierten Bereiche sollte auch die Möglichkeit der Gründung eines eigenen Unternehmens an Schulen angesprochen werden. Im Moment handelt es

sich hierbei nicht um einen Lehrstoff. Nach einer gewissen Sensibilisierung scheint die Einrichtung solcher Gründungszentren an den Universitäten eine logische Folge zu sein. Obwohl diese Zentren bereits existieren, fehlen frauenspezifische Gründungszentren, die sich mit den Hindernissen und Bedürfnissen befassen, mit denen Frauen konfrontiert sind. Wichtig ist die Einrichtung von auf Frauen zugeschnittenen Förderprogrammen, da sie in Bezug auf die Bereitstellung einer Finanzierung benachteiligt sind. Denkbar sind so genannte "Weibliche Risikokapitalfonds". Außerdem ist es wichtig, dass Frauen mit einer Vielzahl von verschiedenen Mentoren ausgestattet werden, wobei die Möglichkeit, einen Mentor zu bekommen, der auf persönlicher Ebene zum Unternehmer passt, höher sein sollte. Außerdem sollten sie eine Beratung in Anspruch nehmen, die sich auf ihren "weiblichen Weg" einstellt, z. B. sollte ihnen geraten werden, ihren Businessplan nicht zu pessimistisch zu schreiben, Initiativen zu ergreifen und zu versuchen, Zögern zu vermeiden, was zu verpassten Chancen in der Agilität des Start-up-Umfeldes führen kann. Ein weiterer wichtiger Punkt, der von der Politik angegangen werden muss, ist die Kinderbetreuung. Mütter müssen so flexibel wie möglich werden, was durch den politischen Rahmen erleichtert werden kann. Zu einem späteren Zeitpunkt ist es auch wichtig, dass etablierte Unternehmen bereit sind, mit jungen Start-ups zusammenzuarbeiten und beispielsweise Pilotprojekte in Angriff zu nehmen. Es gibt keine Vorschriften, die diese Aktionen fördern. Gleiches gilt für steuerliche Anreize. Auch diese Thematik sollte angegangen werden. Insgesamt ist es sehr wichtig, dass diese Maßnahmen zur Förderung des Unternehmertums von jungen Frauen in einem reibungslosen Prozess bundesweit vertreten sein müssen.

Es gibt einige Initiativen zur Förderung von Frauen in der Wirtschaft in Deutschland. Mit gezielten Initiativen für Unternehmerinnen und der Förderung von Unternehmerinnen folgt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) seinem Leitbild der sozialen Marktwirtschaft, welche die soziale Gerechtigkeit und die soziale Teilhabe als Grundstein für die Beteiligung aller am Wohlstand sieht. Auf einem speziellen Portal für junge Unternehmerinnen des BMWi ([www.existenzgruenderinnen.de](http://www.existenzgruenderinnen.de)) finden Frauen, die an einer Existenzgründung interessiert sind, hilfreiche Informationen. Die Informations- und Serviceangebote sind frauenspezifisch. Das Portal stellt nicht nur lokale Ansprechpartner und Netzwerke vor, sondern bietet auch direkte Kontaktmöglichkeiten über die Start-up-Hotline und präsentiert zusammen mit der bundesweiten Start-up-Agentur Frauen, die erfolgreich ein eigenes Unternehmen gegründet haben. Seit über zehn Jahren bietet die Start-up-Agentur ein bundesweites Netzwerk mit 2.000 regionalen Partnern für den Erfahrungsaustausch zwischen Start-ups und Unternehmern.

Eine weitere Initiative heißt "**FRAUEN**unternehmen". Diese Initiative ist auch auf dem Portal des BMWi vertreten. Ziel der Initiative ist es, Frauen zu ermutigen, sich durch Vorbilder selbstständig zu machen und Mädchen bereits im frühen Alter zu motivieren, Unternehmerinnen zu werden. Mehr als 160 Vorbildunternehmer in ganz Deutschland unterstützen diese Initiative bereits. Als Vorbilder für weibliches Unternehmertum geben sie ihre Inspiration und Leidenschaft weiter. In Veranstaltungen mit Schülerinnen, Auszubildenden, Studierenden und Hochschulabsolventinnen sowie anderen Existenzgründerinnen berichten sie über die Chancen und Anforderungen der Selbständigkeit und geben einen realistischen und sehr persönlichen Einblick in ihren unternehmerischen Alltag. Nicht selten springt der "Funke von Start-ups" auf das Publikum über, wenn sie erfahren, welche persönlichen Motive hinter der Entscheidung der Unternehmer stehen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, wie ihr Leben als Unternehmer aussieht und was sie dazu inspiriert.

Ein weiteres Ereignis ist der sog. "**Girls Day**", der jedes Jahr stattfindet. Am Girls' Day öffnen Unternehmen, Unternehmen und Hochschulen in ganz Deutschland ab der 5. Klasse ihre Türen für Schülerinnen. Die Mädchen lernen Ausbildungsberufe und Studiengänge in den Bereichen Informatik, Handwerk, Naturwissenschaften und Technik kennen, in denen Frauen selten vertreten sind. Oder sie treffen auf weibliche Vorbilder in Führungspositionen aus Wirtschaft und Politik.

Auch wenn die Wahrscheinlichkeit einer Unternehmensgründung in technologieorientierten Bereichen nach wie vor deutlich geringer ist, gibt es dort auch erfolgreiche Unternehmerinnen. Die Initiative "**Women in digital**" zielt daher darauf ab, die Sichtbarkeit von weiblichen digitalen Unternehmern zu erhöhen und deren Vernetzung untereinander zu unterstützen. Women in Digital bietet Entscheidungsträgern aus Unternehmen, Medien, Politik, Organisationen und Verbänden eine Plattform für Kooperation, Projekte und Austausch.

Darüber hinaus bietet das BMWi auch Veranstaltungen wie Frauenfrühstück, Firmenbesuche, Konferenzen etc. an.

Darüber hinaus unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie eine **familienbewusste Personalpolitik**. Das ist sehr wichtig, denn Frauen mit Kindern bekommen erschwert den Wiedereinstieg ins Berufsleben oder den Einstieg in die Selbständigkeit. Die Schaffung bedarfsgerechter Kinderbetreuungseinrichtungen ist daher eine Investition in die Zukunft. Seit dem 1. August 2013 hat jedes Kind ab einem Jahr Anspruch auf einen Platz in einer Kindertagesstätte. Die

Bundesregierung unterstützt die Regionen und Kommunen mit massiver finanzieller Unterstützung für den Ausbau und Betrieb von Kinderbetreuungseinrichtungen für Kinder unter drei Jahren.

## **7.2 Politische Maßnahmen für den Umgang mit jungen Unternehmerinnen**

In Baden-Württemberg gibt es einen wirtschaftlichen Wohlstand, so dass nur wenige Menschen das Bedürfnis nach Innovation oder wirtschaftlichem Druck verspüren, der sie dazu bringt, ein Risiko in Form einer Unternehmensgründung einzugehen. Sie bleiben vielmehr als Angestellte beschäftigt. Die Rolle der Frauen in technischen Bereichen ist nach wie vor nicht sehr dominant. Sie sollten mutiger sein, einen technischen Beruf zu erlangen und sich besser zu verkaufen. Deshalb werden bestimmte Netzwerke geschaffen, die versuchen, die Rolle der Frauen zu stärken. Es scheint, dass Anerkennung ein wichtiger Motivator für Frauen ist. Der Unterschied zwischen Frauen und Männern besteht darin, dass Frauen sich effizienter organisieren müssen. Während sich Männer auf die Vernetzung zu konzentrieren scheinen, müssen Frauen Multitasking betreiben und viele Dinge tun, um als effizient arbeitende Person wahrgenommen zu werden.

Die größte Herausforderung für junge Unternehmerinnen, die angegangen werden sollte, ist die Diskriminierung von Frauen in der Wirtschaft, die nicht persönlich zu nehmen ist. Das ist es auch, was in Beratungsprogrammen kommuniziert werden muss. Tatsächlich sollte es jedoch oberste Priorität haben, etwas an der gegenwärtigen, in der Gesellschaft verankerten Denkweise zu ändern. Dazu sollte es frühzeitige Programme im Bildungssystem geben, die Mädchen ermutigen, sich in MINT-Fächer (=Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) einzubringen.

Das ist auch der Grund, warum Unternehmer eine starke Entschlossenheit brauchen, dass ihre Idee gut ist und es wert ist, diese zu verfolgen. Dies gilt auch für Frauen, die sich oft in Teilzeit selbständig machen. Wenn sie eine Idee haben und ein eigenes Unternehmen gründen wollen, während sie eine Familie gründen, tun sie dies oft auf Teilzeitbasis. Auf diese Weise können sie ihre Selbständigkeit aufbauen und dennoch eine gewisse Flexibilität haben, die erforderlich ist, wenn sie auch die Kinderbetreuung übernehmen müssen. Insgesamt neigen Unternehmerinnen in Deutschland dazu, ein Unternehmen in der Branche "Sonstige Dienstleistungen" zu gründen. Wenn sie an einem Technologie-Hightech-Startup beteiligt sind, sind sie neben männlichen Kollegen oft einer der wenigen Gründerinnen des Start-ups. Dennoch hat die Tatsache, dass Frauen dazu neigen, ein Unternehmen

auf Teilzeitbasis zu gründen, gewisse Konsequenzen. Zum Beispiel bezweifeln bestimmte Investoren ihren Geschäftssinn und ihren Willen, ihr Geschäft voranzutreiben, was ihre Investitionsbereitschaft in ihr Start-up minimiert. Die Dinge ändern sich, wenn es sich um eine gemischte Gruppe von Gründern handelt, was sowieso mehr geschätzt wird.

## **AUSBLICK, SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN**

Das Hauptproblem ist der Mangel an jungen Unternehmerinnen in Deutschland, insbesondere in den Bereichen der High-Tech-Industrie. Aus diesem Grund gibt es auch keine statistisch aussagekräftigen Daten zu diesem Thema. An dieser Stelle muss gesagt werden, dass Unternehmertum in Deutschland allgemein relativ wenig verbreitet ist. Der Hauptgrund dafür ist die Industrie in Deutschland, die Wohlstand bringt. Gerade in Baden-Württemberg, wo die Fertigung sehr erfolgreich ist, gibt es genügend Arbeitsplätze, die dem Nachwuchs einen guten Status und ein gutes Gehalt bieten. Da die Gründung eines Unternehmens immer mit einem hohen Risiko verbunden ist und Frauen eher vorsichtig und risikoavers sind, führt dies dazu, dass weniger Frauen ihr eigenes Unternehmen gründen. Vor allem, wenn sie jung sind und vielleicht nicht genügend Selbstvertrauen haben. Wenn Frauen ihr Unternehmen gründen, scheint der Grund dafür die Möglichkeit in Teilzeit zu arbeiten zu sein und vielleicht mehr Zeit für ihre Familien zu haben. Diese Frauen sind jedoch oft im Dienstleistungssektor tätig.

Es gibt ein paar Programme, die sich an junge Unternehmerinnen in Deutschland richten. Es gibt Netzwerke, in denen junge Unternehmerinnen über ihre Erfahrungen sprechen können, aber oft scheinen es Initiativen zu sein, die nicht unbedingt von der Regierung stammen. Was fehlt, sind zum Beispiel Netzwerke von weiblichen Business Angels, denn eine entscheidende Finanzierung scheint für Unternehmerinnen eine große Herausforderung zu sein. Darüber hinaus scheint die Unterstützung für die Kinderbetreuung ausbaufähig zu sein. Insgesamt zeigt die Studie, dass die größte Herausforderung in Deutschland die konservativen Gesellschaftsauffassungen sind, die die tief verwurzelten Stereotypen beibehalten. Um dem entgegenzuwirken, ist es entscheidend, dass Frauen als genauso wichtig angesehen werden wie Männer in der Wirtschaft, was zu notwendigen Aktivitäten in einem sehr frühen Stadium führt, nämlich in der Bildung. Es ist von entscheidender Bedeutung, jungen Mädchen die Möglichkeit zu geben, sich in die Naturwissenschaften und "Männerbereiche" einzubringen.

Um über gute Arbeitsmittel zur Förderung des Unternehmertums junger Frauen zu verfügen, ist es wichtig, mit der Sammlung aussagekräftiger Daten in diesem Bereich zu beginnen. Darüber hinaus sollten steuerliche Anreize und Unterstützungsmaßnahmen für die Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen geschaffen werden, um das Wachstum von Unternehmensgründungen zu gewährleisten. Weitere denkbare Maßnahmen sind Frauengründungszentren, die sogar Oberschulen gründen könnten oder die zumindest mit ihnen in Verbindung treten können, um ihr Bewusstsein in jungen Jahren zu stärken.

## 8 Referenzen

- „KfW Gründungsmonitor 2018“: <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gruendungsmonitor-2018.pdf>
- „Statistik Aktuell: Erwerbstätigkeit von Frauen und Männern in Baden-Württemberg“ (2015). Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: [https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Statistik\\_AKTUELL/803416004.pdf](https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Statistik_AKTUELL/803416004.pdf)
- „Unternehmerinnen in Oberbayern“ (2016). IHK München und Oberbayern: [https://www.ihk-muenchen.de/ihk/studie\\_unternehmerinnen\\_in\\_oberbayern-1.pdf](https://www.ihk-muenchen.de/ihk/studie_unternehmerinnen_in_oberbayern-1.pdf)
- "Wirtschaftliche Daten und Fakten Baden-Württemberg 2018". Ministerium für Wirtschaft und Wohnungsbau: <https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Faltblatt/803818009.pdf;jsessionid=W5xKVCd2EC15yDUUsQMJIxXuGPf3hO3MX31A9sevm.webext04>
- “Europäische Kommission” (2019): Region Bayern. <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/regional-innovation-monitor/base-profile/bavaria>
- „Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen im Überblick“ (2018). Statistisches Bundesamt: [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/ProdGewerbeDienstleistungen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/StatistischesJahrbuch/ProdGewerbeDienstleistungen.pdf?__blob=publicationFile)
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2009): <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/frauen-in-der-wirtschaft.html>.
- Durchgeführte Interviews mit institutionellen Akteuren (Anhang 1).
- Durchgeführte Interviews mit jungen Unternehmerinnen (Anhang 2).

## Anhang 1: Tabelle mit Interviews mit institutionellen Akteuren

| Vor- und Nachname                    | Institution / Unternehmen | Datum des Interviews |
|--------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| <b>Ulrike Steinbrenner</b>           | Energie & Klimaschutz     | 12. September 2018   |
| <b>Dr. Katja von der Bey</b>         | Weiberwirtschaft & bga    | 12. September 2018   |
| <b>Christina Nahr-Ettl</b>           | IHK                       | 04. Oktober 2018     |
| <b>Nathalie da Silva</b>             | Steinbeis Europazentrum   | 22. Oktober 2018     |
| <b>Dr. Katja Puteanus-Birkenbach</b> | Universität Pforzheim     | 5. Oktober 2018      |

## Anhang 2: Tabelle mit Interviews mit Jungunternehmerinnen

| Vor- und Nachname      | Institution / Company      | Datum des Interviews |
|------------------------|----------------------------|----------------------|
| <b>Lena Mohr</b>       | Start-up: Cocktails & Code | 17. Oktober 2018     |
| <b>Esther Arroyo</b>   | Start-up: The Chainless    | 30. August 2018      |
| <b>Kathrin Brenker</b> | Start-up: Optobiolabs      | 30. August 2018      |

## Anhang 3: Fragebogen

# WOMEN IN BUSINESS Umfrage

Sehr geehrte Dame,

durch die Teilnahme an dieser Umfrage tragen Sie zur Erforschung der Bedürfnisse und Barrieren bei, mit denen junge Frauen konfrontiert sind, wenn sie versuchen, ihr eigenes Unternehmen zu führen. Die Ergebnisse des Fragebogens werden dazu dienen, den aktuellen Stand des weiblichen Unternehmertums im Donaauraum zu untersuchen und maßgeschneiderte Trainingsmodelle und politische Empfehlungen zu entwickeln. Diese Umfrage ist Teil der Aktivitäten im Rahmen des vom Transnationalen Programm Donau finanzierten Projekts WOMEN IN BUSINESS, mit dem Ziel, das Unternehmertum junger Frauen im Donaauraum zu stärken.

Die Studie besteht aus 19 Fragen, die in 6 Kategorien unterteilt sind. Die Teilnahme ist völlig anonym; daher ist es nicht erforderlich, Ihren Namen oder andere Identifizierungsdaten anzugeben.

Wenn Sie eine Frau im Alter von 15-34 Jahren sind, füllen Sie die Umfrage aus und teilen Sie Ihre Ansichten und Erfahrungen mit uns, um die Entwicklung des Unternehmertums junger Frauen zu unterstützen.

Um die Studie zu beginnen, klicken Sie auf den untenstehenden Umfrage-Link.

Vielen Dank für Ihre Zeit und Teilnahme!

### ***Signatur des relevanten Projektpartners***

---

- G      Geschlecht: M/W (ausschließbar)
- A      Geburtsdatum: \_\_\_\_ (ausschließbar)
- C      Land/ Region: (ausschließbar)
- a. Österreich
  - b. Bosnien und Herzegowina
  - c. Bulgarien
  - d. Kroatien
  - e. Deutschland - Baden-Württemberg und Bayern
  - f. Ungarn
  - g. Moldawien
  - h. Rumänien
  - i. Slowenien
  - j. Andere (aus der weiteren Umfrage zu entfernen)

### **I – UNTERNEHMERISCHE ABSICHT**

1. Sind Sie bereits Unternehmer? (Haben Sie bereits ein eigenes Unternehmen?)
  - a. Ja

- b. Nein
2. Erwägen Sie ernsthaft, Unternehmer zu werden? (wenn Ja in #1, überspringen Sie diese Frage)
1. Würde ich nicht in Betracht ziehen
  2. Könnte oder könnte ich nicht in Betracht ziehen / Ich bin mir nicht sicher.
  3. Definitiv überlegen.
3. Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen? (wenn Nein in #1 diese Frage überspringen)
1. Nur einen
  2. Weniger als 10
  3. Mehr als 10
4. Was ist der Bereich Ihrer Aktivitäten? /Wählen Sie nur 1/
1. Landwirtschaft und Bergbau
  2. Fertigung und Transport
  3. Groß- und Einzelhandel
  4. Information and communication technology
  5. Gesundheit/ Bildung/ Sozialwesen
  6. Finanzen/ Verwaltung/ Verbraucherschutz
  7. Forschung und Entwicklung
  8. Andere \_\_\_\_\_
5. Bitte markieren Sie, ob Sie (innerhalb eines Unternehmens oder eines unternehmerischen Vorhabens) die folgende Innovation eingeführt haben:
1. Service Innovation (neue oder deutlich verbesserte Dienstleistungen)
  2. Produkt Innovation (ein neues oder deutlich verbessertes Produkt)
  3. Prozess Innovation (ein neuer oder deutlich besserer Prozess)
  4. Anmeldung eines Patents
  5. Registrierung einer Marke

## II – MOTIVATIONEN UND HINDERNISSE DES UNTERNEHMERTUMS

6. Warum würden Sie oder haben Sie Ihr eigenes Unternehmen gegründet? Geben Sie Ihren Grad der Übereinstimmung mit den folgenden Aussagen von 1 (gar keine Übereinstimmung) bis 5 (völlige Übereinstimmung) an.

|  | 1 –<br>Überhaupt nicht einverstanden | 2 –<br>Nicht einverstanden | 3 –<br>Weder Zustimmung noch Widerspruch | 4 –<br>Stimme zu | 5 –<br>Stimme vollständig zu |
|--|--------------------------------------|----------------------------|--|------------------|------------------------------|
| <b>BESCHÄFTIGUNG</b>                               |                                      |                            |  |                  |                              |
| EMP1 <sup>2</sup> Zur Schaffung von Arbeitsplätzen |                                      |                            |  |                  |                              |
| EMP2 Zur Gewährleistung der Arbeitsplatzsicherheit |                                      |                            |  |                  |                              |

<sup>2</sup> Alle Codes sind für interne Zwecke zu verwenden. Codes sind für die Befragten nicht sichtbar.

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| EMP3 Zum Verdienst eines angemessenen Lebensunterhalts  |  |  |  |  |  |
| <b>SELBSTSTÄNDIGKEIT</b>  |  |  |  |  |  |
| AUT1 Zu meiner eigenen Zufriedenheit  |  |  |  |  |  |
| AUT2 Für einen besseren sozialen Status   |  |  |  |  |  |
| AUT3 Um mein eigener Chef zu sein   |  |  |  |  |  |
| AUT4 Um meinen Traum zu verwirklichen   |  |  |  |  |  |
| AUT5 Um der Frustration des vorherigen Jobs zu entkommen  |  |  |  |  |  |
| AUT6 Einen flexiblen Job zu haben, der es mir ermöglicht, mein Privat- und Berufsleben zu verbinden |  |  |  |  |  |
| AUT7 Um von einer Geschäftsidee zu profitieren, die ich hatte                                       |  |  |  |  |  |
| AUT8 Ein Freund/Familienmitglied Unternehmer war ein Vorbild  |  |  |  |  |  |

7. Wie würden Sie sich im täglichen Leben beschreiben? Geben Sie Ihren Grad der Übereinstimmung mit den folgenden Aussagen von 1 (Überhaupt keine Zustimmung) bis 5 (völlige Übereinstimmung) an.

|   | 1 –<br>Überhaupt<br>nicht<br>einverstan-<br>den | 2 –<br>Nicht<br>einverstan-<br>den | 3 –<br>Weder<br>Zustimmun-<br>g noch<br>Widerspru-<br>ch | 4 –<br>Stimme zu | 5 –<br>Stimme<br>vollständig<br>zu |
|---|---|------------------------------------|--|------------------|------------------------------------|
| <b>KREATIVITÄT</b>  |   |                                    |  |                  |                                    |
| CRE1 Ich schlage immer neue Wege vor, um Ziele zu erreichen.                        |   |                                    |  |                  |                                    |
| CRE2 Ich komme immer wieder mit neuen und praktischen Ideen.                        |   |                                    |  |                  |                                    |
| CRE3 Ich suche nach neuen Technologien, Prozessen, Techniken und/oder Produktideen. |   |                                    |  |                  |                                    |
| CRE4 Ich bin eine gute Quelle für kreative Ideen.                                   |   |                                    |  |                  |                                    |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| CRE5 Ich zeige Kreativität, wenn ich die Möglichkeit dazu habe.                  |  |  |  |  |  |
| CRE6 Ich habe kreative Lösungen für Probleme gefunden.                           |  |  |  |  |  |
| CRE7 Ich habe oft eine neue Herangehensweise an Probleme.                        |  |  |  |  |  |
| <b>INDIVIDUELLE INNOVATIONSFÄHIGKEIT</b>   |  |  |  |  |  |
| INO1 I Ich überrasche die Menschen oft mit meinen neuen Ideen.                   |  |  |  |  |  |
| INO2 Ich bevorzuge es, neue Ideen zu entwickeln, als Fähigkeiten zu beherrschen. |  |  |  |  |  |
| INO3 Ich bevorzuge Arbeiten, die originelles Denken erfordern.                   |  |  |  |  |  |

8. Wie wichtig sind/waren die folgenden Hindernisse für die Gründung eines eigenen Unternehmens? Geben Sie den Grad der Bedeutung folgender Barrieren für Sie persönlich an, von 1 (überhaupt nicht wichtig) bis 5 (extrem wichtig).

|   | 1 –<br>Überhaupt<br>nicht<br>wichtig | 2 –<br>Geringe<br>Bedeutung | 3 –<br>Neutral | 4 –<br>Wichtig | 5 –<br>Sehr<br>wichtig | 6 –<br>Ich weiß<br>nicht |
|---|--------------------------------------|-----------------------------|----------------|----------------|------------------------|--------------------------|
| <b>FINANZEN</b>   |                                      |                             |                |                |                        |                          |
| FIN1 Fehlende Ersparnisse   |                                      |                             |                |                |                        |                          |
| FIN2 Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln   |                                      |                             |                |                |                        |                          |
| FIN3 Kosten der Gewerbeanmeldung  |                                      |                             |                |                |                        |                          |
| FIN4 Hohe Zinssätze   |                                      |                             |                |                |                        |                          |
| <b>KOMPETENZEN</b>  |                                      |                             |                |                |                        |                          |
| COM1 Mangelnde unternehmerische Fähigkeiten (Finanzen, Marketing, Planung, Technologie, etc.) |                                      |                             |                |                |                        |                          |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| COM2 Fehlende Informationen über die Gründung eines Unternehmens (z.B. Regeln und Vorschriften)  |  |  |  |  |  |  |
| COM3 Fehlende frühere Berufserfahrung  |  |  |  |  |  |  |
| COM4 Mangelnde Zeit für Training   |  |  |  |  |  |  |
| COM5 Mangelndes Mentoring und Beratung   |  |  |  |  |  |  |
| COM6 Traditionelle Ansichten über die Rolle der Frauen in der Gesellschaft   |  |  |  |  |  |  |
| <b>RISIKEN UND EXTERNE FAKTOREN</b>  |  |  |  |  |  |  |
| RIS1 Die Unsicherheit über die Zukunft, wenn ich mein eigenes Unternehmen gründe.  |  |  |  |  |  |  |
| RIS2 Verlust des Gleichgewichts zwischen Privat- und Berufsleben.  |  |  |  |  |  |  |
| RIS3 Angst vor dem Scheitern   |  |  |  |  |  |  |
| RIS4 Stereotypen über junge Frauen als weniger berufstätig.  |  |  |  |  |  |  |
| <b>MAKROÖKONOMIE UND POLITIK</b>   |  |  |  |  |  |  |
| MAC1 Mangelnde Möglichkeiten auf dem Markt   |  |  |  |  |  |  |
| MAC2 Schwaches wirtschaftliches Umfeld   |  |  |  |  |  |  |
| MAC3 Staatliche Vorschriften   |  |  |  |  |  |  |
| MAC4 Bürokratie (wie langwierige und kostspielige bürokratische Verfahren und Standards, die vor der Führung eines Unternehmens einzuhalten sind). |  |  |  |  |  |  |
| MAC5 Hohe Steuern  |  |  |  |  |  |  |
| MAC6 Hohe Korruption   |  |  |  |  |  |  |
| MAC7 Fehlende öffentliche oder private Kinderbetreuung und Altenpflegedienste  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| MAC8 Unzureichende Bestimmungen zum Mutterschaftsurlaub                                    |  |  |  |  |  |  |
| MAC9 Schwer zu findende Informationen über Registrierungs-, Rechts- und Anlaufvorschriften |  |  |  |  |  |  |

9. Wie wichtig waren die folgenden Aspekte für den Erfolg Ihres letzten Start-ups? (wenn Nr. in #1, überspringen Sie diese Frage)

|   | 1 –<br>Unwichtig | 2 –<br>Neutral | 3 –<br>Sehr<br>wichtig |
|---|------------------|----------------|------------------------|
| M1 Ihr Bildungshintergrund  |                  |                |                        |
| M2 Ihre bisherige Berufserfahrung   |                  |                |                        |
| M3 Lehren aus früheren Erfolgen   |                  |                |                        |
| M4 Fähigkeiten des Managementteams des Unternehmens   |                  |                |                        |
| M5 Verfügbarkeit von Finanzkapital/ Darlehen  |                  |                |                        |
| M6 Verfügbarkeit von öffentlichen Mitteln und Zuschüssen für die Gründungsförderung /EU, national, regional, lokal /                                |                  |                |                        |
| M7 Unterstützung, Beratung, Mentoring   |                  |                |                        |
| M8 Marktforschung   |                  |                |                        |
| M9 Business-Trainingskurse und Mentoring  |                  |                |                        |
| M10 Unterstützung durch Innovations-/Entwicklungsagenturen, Business Support Organisationen   |                  |                |                        |
| M11 Teilnahme an geschäftlichen und/oder beruflichen Netzwerken und Clustern /weiblich, international, europäisch, national/                        |                  |                |                        |
| M12 Erhaltene gesellschaftliche Unterstützung / Erwerbstätigkeit in der Kinder- oder Altenpflege, angemessene Mutterschaftsurlaubsregelungen, etc./ |                  |                |                        |

### III - UNTERNEHMERISCHE SELBSTÄNDIGKEIT

10. Geben Sie unter Berücksichtigung Ihrer eigenen Effizienz den Grad der Übereinstimmung mit den folgenden Aussagen von 1 (überhaupt keine Übereinstimmung) bis 5 (totale Übereinstimmung) an.

|     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 – | 2 – | 3 – | 4 – | 5 – |
|-----|-----|-----|-----|-----|

|   | Überhaupt nicht einverstanden | Nicht einverstanden | Weder Zustimmung noch Widerspruch | Stimme zu | Stimme vollständig zu |
|---|-------------------------------|---------------------|-----------------------------------|-----------|-----------------------|
| SE1 Es ist für mich einfach, meine Ziele zu verfolgen und zu erreichen.                           |                               |                     |                                   |           |                       |
| SE1 Dank meines Einfallsreichtums weiß ich, wie man mit unvorhergesehenen Situationen umgeht.     |                               |                     |                                   |           |                       |
| SE1 Ich kann die meisten Probleme lösen, wenn ich in den notwendigen Aufwand investiere.          |                               |                     |                                   |           |                       |
| SE1 Wenn ich mit einem Problem konfrontiert werde, kann ich in der Regel mehrere Lösungen finden. |                               |                     |                                   |           |                       |
| SE1 Wenn ich in Schwierigkeiten bin, fällt mir meist eine Lösung ein.                             |                               |                     |                                   |           |                       |
| SE1 Ich kann normalerweise mit allem umgehen, was mir in den Sinn kommt.                          |                               |                     |                                   |           |                       |

#### IV – KULTUR ODER NORMATIVES PROFIL UND SOZIALE UNTERSTÜTZUNG

11. In Anbetracht der Unternehmenskultur Ihres Landes geben Sie den Grad der Übereinstimmung mit den folgenden Aussagen von 1 (überhaupt keine Übereinstimmung) bis 5 (totale Übereinstimmung) an.

|  | 1 –<br>Überhaupt nicht einverstanden | 2 –<br>Nicht einverstanden | 3 –<br>Weder Zustimmung noch Widerspruch | 4 –<br>Stimme zu | 5 –<br>Stimme vollständig zu |
|--|--------------------------------------|----------------------------|--|------------------|------------------------------|
| CUL1 In meinem Land gilt die Gründung neuer Unternehmen als ein geeigneter Weg, um in Wohlstand zu leben.                |                                      |                            |  |                  |                              |
| CUL2 Die nationale Kultur unterstützt den individuellen Erfolg, der durch eigene persönliche Anstrengungen erzielt wird. |                                      |                            |  |                  |                              |
| CUL3 In meinem Land ist die Gründung eines neuen Unternehmens eine Notwendigkeit.  |                                      |                            |  |                  |                              |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| CUL4 Die nationale Kultur fördert Kreativität und Innovationsfähigkeit.                                 |  |  |  |  |  |
| CUL5 Die nationale Kultur fördert die unternehmerische Risikobereitschaft.                              |  |  |  |  |  |
| CUL6 Die meisten Menschen betrachten das Unternehmertum als eine wünschenswerte Berufswahl.             |  |  |  |  |  |
| CUL7 Erfolgreiche Unternehmer haben einen hohen Stellenwert in der Gemeinschaft und werden respektiert. |  |  |  |  |  |
| CUL8 Die meisten Menschen betrachten Unternehmer als kompetente, einfallsreiche Individuen.             |  |  |  |  |  |

12. Wenn Sie sich entscheiden, ein Unternehmen zu gründen, oder wenn Sie bereits eines besitzen, würden die Menschen in Ihrer näheren Umgebung diese Entscheidung befürworten? Geben Sie von 1 (völlig ablehnen) bis 5 (vollständig genehmigen) an.

|   | 1 –<br>Lehne ich<br>stark ab | 2 –<br>Lehne ich<br>ab | 3 –<br>Weder<br>noch | 4 –<br>Stimme ich<br>zu | 5 –<br>Stimme ich<br>stark zu |
|---|------------------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------------|
| SUP1 Ihre enge Familie                      |                              |                        |                      |                         |                               |
| SUP2 Ihre Freunde                           |                              |                        |                      |                         |                               |
| SUP3 Ihre Kollegen und Bekannten            |                              |                        |                      |                         |                               |
| SUP4 Ihre Nachbarschaft/lokale Gemeinschaft |                              |                        |                      |                         |                               |

#### V - TRAININGSBEDARF

13. Wenn Sie die Möglichkeit hätten, welche Art von Unterstützung würden Sie bevorzugen? Alle zutreffenden auswählen (obligatorisch).

|                            |  |
|----------------------------|--|
| TR1 Training               |  |
| TR2 Coaching und Mentoring |  |
| TR3 Consulting             |  |
| TR4 Events und Netzwerke   |  |

14. In welchen Geschäftsfeldern benötigen Sie zusätzliches Wissen? Alle zutreffenden auswählen (obligatorisch)

|                                  |  |  |
|----------------------------------|--|--|
| B1 Management                    |  |  |
| B2 Personalmanagement            |  |  |
| B3 Unternehmertum                |  |  |
| B4 Finanzen und Budgetierung     |  |  |
| B5 Accounting                    |  |  |
| B6 Marketing                     |  |  |
| B7 Export                        |  |  |
| B8 Soziale Medien                |  |  |
| B9 Entwicklung des Businessplans |  |  |
| B10 Verkauf                      |  |  |
| B11 Wirtschaftsrecht             |  |  |
| B12 Wirtschafts-IT               |  |  |
| B13 Kommunikation                |  |  |
| BO Andere:                       |  |  |

- A15 Wie hoch wäre Ihre Verfügbarkeit in Bezug auf Dauer und Häufigkeit des Trainings (obligatorisch)?
- maximale Anzahl von Stunden pro Woche: \_\_\_\_\_
  - maximale Anzahl von Wochen pro Training: \_\_\_\_\_
  - überhaupt nicht verfügbar

## VI - DEMOGRAFIE

- A16 Persönlicher Status:
- Leben in einem unabhängigen Haushalt  
Wenn ja, bitte markieren:
    - Single
    - In einer festen Beziehung
    - Verheiratet
    - Geschieden
    - Verwitwet
  - Leben als Teil eines Haushalts  
Wenn ja, bitte markieren:
    - Single
    - In einer festen Beziehung
    - Verheiratet

- Geschieden
- Verwitwet

A17 Bildungsniveau:

- a. Grundbildung
- b. Gymnasium
- c. Berufsausbildung
- d. Universität – Bachelor
- e. Universität – Master und höher

A18 Was ist Ihr aktueller Beruf?

- a. Student
- b. Arbeitnehmer aus dem privaten Sektor
- c. Angestellter im öffentlichen Sektor
- d. Selbständig oder Unternehmer
- e. Arbeitslos, aber auf Arbeitssuche
- f. Arbeitslos, aber nicht auf Arbeitssuche

A19 In etwa, was ist das gesamte Monatseinkommen in Ihrem Haushalt?

- a. Unterdurchschnittlich in Ihrem Land
- b. Durchschnittlich
- c. Überdurchschnittlich in Ihrem Land
- d. Ich weiß es nicht