



## **Existenzgründung von Frauen in Deutschland – Daten und Fakten**

Psychologische Aspekte der Gründungen durch Frauen

**Factsheet**

Nr. 03, 2005

## 1. Hintergrund

Der Schwerpunkt dieses Factsheets liegt zum einen auf bedeutsamen Erkenntnissen aus den Bereichen der psychologischen Forschung wie der persönlichen Merkmale und Erfolgsdeterminanten. Zum anderen werden einige Erkenntnisse zu den Themen „Bedeutung von Netzwerken“ und „Ich-AG“ im Bezug auf Unternehmensgründerinnen dargestellt.

## 2. Erfolgsdeterminanten und personale Merkmale

### Erfolgsdeterminanten

Bei einer Untersuchung des psychologischen Profils von Gründern und Unternehmern durch Galais (Galais, N. 1999) konnten einige geschlechtsbezogene Unterschiede bezüglich der Aspekte „Unternehmerpersönlichkeit“, „Umgang mit Misserfolgen“ und „Belastungen“ festgestellt werden. Es wird angenommen, dass diese Aspekte einen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens haben könnten.

- Die subjektive Einschätzung des Erfolgs (sog. „subjektiver Erfolg“) ist im Gegensatz zu ökonomischem Erfolg geschlechtsspezifisch determiniert, d.h. Frauen schätzen Erfolg grundsätzlich anders ein als Männer.
- Das persönliche Einkommen war bei Unternehmerinnen deutlich niedriger als bei männlichen Unternehmern, allerdings bei ansonsten gleichen Determinanten.
- Bei der Betrachtung des Umgangs mit Misserfolgen zeigte sich eine deutliche Diskrepanz zu den männlichen Probanden. So scheinen Frauen generell Misserfolge eher auf die eigene Person zu beziehen und Feedback selbstwertgefährdend zu interpretieren. Damit ergibt sich auch eine ängstlichere Haltung gegenüber Fehlern. Aus diesem Grund wirkt sich die Verarbeitung des Misserfolgs stärker auf den subjektiv empfundenen Gesamterfolg aus.
- Möglicherweise um den „wunden Punkt“ bei der Verarbeitung von Misserfolgen und von kritischem Feedback zu kompensieren, verfügen weibliche Unternehmerinnen über sogenannte „Protektoren“, d.h. sie verfügen über mehr Selbstbewusstsein (z.B. in Form von Stolz auf das Geleistete) und Optimismus (z.B. in Form eines grundsätzlich zuversichtlichen Blicks in die Zukunft) als männliche Unternehmer. Beide Eigenschaften entscheiden darüber, ob Feedback lediglich als neutrale Information oder aber als Anstoß zur Selbstreflexion - und damit evtl. als „Misserfolg“ gewertet wird.
- Bei den befragten Unternehmerinnen war der Gedanke, das eigene Unternehmen aufzugeben, stärker ausgeprägt als bei den befragten Unternehmern.
- Die Erwägung möglicherweise das Unternehmen aufzugeben, scheint bei den befragten Unternehmerinnen generell stärker unter den Gesichtspunkten der zeitlichen, sozialen und gesundheitlichen Belastungen betrachtet zu werden. Dies könnte jedoch auch ein Indiz für ein bewusstes „Ressourcenmanagement“ sein. Zudem könnten Unternehmerinnen stärker Mehrbelastungen ausgesetzt sein als Unternehmer (z.B. Familie).

Bemerkenswerter Weise waren jedoch keine geschlechtsspezifischen Zusammenhänge bei den für Unternehmer und Gründer besonders wichtigen Persönlichkeitsmerkmalen „internale Kontrollüberzeugung“, „Leistungsmotivation“ und „Dominanz“ zu erkennen.

### **Personale Merkmale**

Eine empirische Längsschnitt-Untersuchung von Kieschke (2004, sog. „Potsdamer Studie zu personalen Merkmalen unternehmerischer Tätigkeit“) erbrachte ähnliche Erkenntnisse zum Thema psychologische Aspekte bzw. persönliche Merkmale von Gründerinnen. Insgesamt konnte keine grundlegende Andersartigkeit zwischen weiblichen und männlichen Gründern nachgewiesen werden, es konnten wohl aber Unterschiede in einigen Merkmalen festgestellt werden, auch wenn diese nicht allzu groß waren.

- Frauen berichteten über ein größeres Ausmaß an sozialer Unterstützung, bessere kommunikative Fertigkeiten und eine besser ausgeprägte Distanzierungsfähigkeit.
- Sie scheinen sich jedoch leichter als Männer durch Misserfolge verunsichern zu lassen, da Sie schneller resignieren und sich offenbar schlechter durchsetzen können (Werte bei „Resignationstendenz“ höher und bei „Durchsetzungsfähigkeit“ geringer).
- Bezüglich der ökonomischen Erfolgswahrscheinlichkeit konnte zunächst kein gender-spezifischer Zusammenhang festgestellt werden.
- Bei der Betrachtung der Jahresumsätze, Investitionsvolumina sowie der Anzahl der Beschäftigten bei Unternehmen, die von Frauen gegründet und geführt wurden, konnten deutlich geringere Werte festgestellt werden als bei der Gruppe der männlichen Gründer.
- Bei der Analyse der Angaben zur Ertragslage anhand dichotomer Variablen, bei der nur zwei extreme Ausprägungen (Gewinner vs. Verlierer) möglich sind, ergaben sich jedoch andere Erkenntnisse. Zwischen den beiden Kategorien (Gewinner vs. Verlierer, gemessen an pos./neg. Geschäftsbilanzen) wurden keine geschlechtsbezogenen Unterschiede festgestellt.
- Die Gruppe derer, die Gewinne >300.000 DM realisierten und derer, die Verluste >100.000 DM erlitten, wurde von Männern dominiert.
- Der Faktor „Erfolgszuversicht“ scheint bei Frauen etwas stärker ausgeprägt zu sein als bei Männern. Daher dürften subjektive Prognosen über die Entwicklung des eigenen Unternehmens bei Gründerinnen etwas positiver ausfallen, als bei ihren männlichen Kollegen.

## **3. Netzwerke**

Unternehmerinnen- und Gründerinnennetzwerke werden als Unternehmertum fördernd und daher als sinnvolle „Anlaufstelle“ für gründungsinteressierte Frauen angesehen. Die bislang ungeklärte Frage, ob die in Deutschland bestehenden Netzwerke Gründerinnen tatsächlich zu mehr Erfolg verhelfen können, wurde durch das Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung (RWI) und die Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs) in ihrer Studie zur Bedeutung von Netzwerken bei Unternehmensgründungen von Frauen beleuchtet (RWI und sfs, 2004). Dabei wurden Stärken und Schwächen etablierter Unternehmerinnen-Netzwerke in Deutschland identifiziert.

### Stärken von Unternehmerinnen-Netzwerken, die Unternehmensgründungen von Frauen fördern können:

<b>Netzwerkstruktur</b>	<p>Organisation: Rotationssystem bei der Mitgliedschaft in Gremien, personelle Kontinuität in inhaltlichen Arbeitskreisen, finanzielle Unabhängigkeit.</p> <p>Netzwerkangebot: I.d.R. breites Angebot.</p> <p>Zusammensetzung der Mitgliedschaft: Heterogene Mischung der Mitglieder (junge/erfahrene Unternehmerinnen aus diversen Branchen, selbständig/abhängig beschäftigte Frauen).</p>
<b>Personen</b>	<p>Verhalten der Mitglieder, der Initiatorinnen und Promotorinnen; Solidarität und Vertrauen; vielfältige Erfahrungen der Promotorinnen.</p>
<b>Prozesse</b>	<p>Kommunikation innerhalb des Netzwerkes: Konsistentes Informationssystem, einfache und strikte Regelungen zur Weitergabe von Informationen.</p> <p>Konfliktmanagement: Regularien und Gremien zur Konfliktvermittlung.</p>
<b>Regionale Präsenz</b>	<p>Größere/mitgliedsstarke Netzwerke sind regional gut sichtbar; gute institutionelle Einbettung (verankert in anderen Organisationen, enge Zusammenarbeit mit Fördereinrichtungen).</p>

(Quelle: RWI und sfs, 2004)

### Schwächen von Unternehmerinnen-Netzwerken, aufgrund derer Unternehmensgründungen von Frauen eher weniger gefördert werden:

<b>Netzwerkstruktur</b>	<p>Organisation: Eher schwierige finanzielle Situation bzw. schmale Ressourcenbasis der Netzwerke, fehlende Konsolidierung der Organisationsstrukturen (bei älteren/großen und bei jungen/ländlichen Netzwerken).</p> <p>Netzwerkangebot: Bei älteren und mitgliedsstarken Netzwerken zu wenige spezielle Angebote für Gründerinnen.</p> <p>Zusammensetzung der Mitgliedschaft: Wenig komplementäre Kenntnisse der Mitgliedschaft</p>
<b>Personen</b>	<p>„Trittbrettverhalten“ vieler Mitglieder (insbes. bei großen/überregionalen/virtuellen Netzwerken), Unverbindlichkeit ehrenamtlicher Mitarbeit (insbes. bei virtuellen Netzwerken), Probleme mit Gremienarbeit aufgrund fehlender Teamarbeits- und Führungskompetenzen (bei Netzwerken mit vielen Solounternehmen).</p>
<b>Prozesse</b>	<p>Wissensmanagement: Organisationsinternes Wissen (Wissen der Mitglieder und der ehrenamtlich Tätigen) zu wenig bzw. zu unsystematisch erfasst und dokumentiert.</p>
<b>Vernetzung / bundesweite Präsenz</b>	<p>Noch zu wenig Erfahrungsaustausch zwischen den Netzwerken; auf Bundesebene generell schwächer vertreten.</p>

(Quelle: RWI und sfs, 2004)

## 4. „Ich-AG“

### **Bedeutung von „Ich-AGs“ für Gründerinnen**

Nach Untersuchungen des IfM Bonn und der G.I.B. (G.I.B. und IfM Bonn, 2004), die sich auf statistische Daten der Bundesagentur für Arbeit stützen, lag der Anteil von Frauen an allen Ich-AG-Gründern mit 47,9% deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt von ca. einem Drittel an allen Gründungen. Ein Grund für diese überproportionale Inanspruchnahme dieses Unterstützungsinstrumentes durch Frauen könnten insbesondere die im Durchschnitt wesentlich niedrigeren Ansprüche auf Lohnersatzleistungen von Frauen sein. Bezüglich des Überbrückungsgeldes konnte dagegen eine eher dem bundesweiten Durchschnitt entsprechende Nutzung durch Frauen festgestellt werden (25%). Aus diesem Grund erfolgte die Aufnahme des Themas „Ich-AG“ in den dritten Factsheet.

### **Statistische Daten zu Ich-AG-Gründern und -Gründerinnen**

Im Rahmen der genannten Untersuchung des IfM Bonn und der G.I.B. im Land Nordrhein-Westfalen wurden im Zeitraum von April 2003 bis Mai 2004 unter anderem folgende Merkmale bezüglich der Ich-AG-GründerInnen ermittelt:

- 47,9% der Ich-AG-Gründer waren Frauen.
  - Weibliche Ich-AG-Gründer haben signifikant häufiger einen mitverdienenden Partner (Frauen: 73,5%; Männer: 47,3%).
  - Das Alter der so geförderten GründerInnen liegt mit durchschnittlich ca. 40 Jahren über dem Durchschnitt aller Gründer in Deutschland, die ca. 35 Jahre alt sind.
  - Die betrachteten GründerInnen verfügen im Vergleich mit dem allgemeinen Gründungsgeschehen über ein hohes Bildungsniveau (21,8% mit Studienabschluss).
  - Die befragten Ich-AG-GründerInnen waren zum Zeitpunkt der Befragung durchschnittlich ca. 15 Monate arbeitslos.
  - Bei einer Bewertung von Gründungsmotiven auf einer Skala von 1=sehr wichtig bis 5=völlig unwichtig schnitten bei Ich-AG-GründerInnen die Gründungsmotive „Ausweg aus der Arbeitslosigkeit“ (mit einem Durchschnittswert von 1,59), „wirtschaftliche Unabhängigkeit“ (1,86), „Selbstverwirklichung“ (1,96), „bessere Verdienstmöglichkeiten“ (2,06) und „Bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ (2,35) besonders positiv ab.
  - Häufig fehlen wichtige Gründungsqualifikationen (Branchen- und Gründungserfahrung).
  - 60% der geförderten Gründungen aus der Arbeitslosigkeit erfolgen in den Dienstleistungsbranchen. Dabei werden besonders häufig personenbezogene Dienstleistungen als Ich-AG gegründet (Februar 2004: 14% der Ich-AGs aus diesem Bereich; Vergleich: 2002, bundesweit 8% aus diesem Zweig nach Zahlen des IfM Bonn).
  - 8% der Ich-AGs erwarten kein positives Betriebsergebnis zum Ende des ersten Geschäftsjahres.
  - Aufgrund der stärkeren Berufs- und Marktferne und der möglicherweise schlechteren Betriebsergebnisse, könnte diese Gründungsform mit einem erhöhten Risiko behaftet sein.
- 52,7% der Gründungen wäre, nach Angaben der Befragten, auch ohne Ich-AG-Unterstützung erfolgt.

## 5. Literatur

Galais, Nathalie (1999): Aufgeben oder Weitermachen? Geschlechtsspezifische Determinanten unternehmerischen Erfolgs. In: Moser, Klaus; Batinic, Bernad; Zempel, Jeannette (Hrsg.): Unternehmerisch erfolgreiches Handeln. Schriftenreihe Wirtschaftspsychologie. S. 193-205.

G.I.B. Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung mbH (Hrsg.) und IfM – Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2004): Ich-AG und Überbrückungsgeld. Eine empirische Analyse von Gründungen aus der Arbeitslosigkeit. Arbeitspapiere 12.

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

Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (RWI) und Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs) (Hrsg.) (2004): Die Bedeutung von Netzwerken bei Unternehmensgründungen von Frauen. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Endbericht.