

Gründerinnen und Unternehmerinnen in Deutschland – Daten und Fakten IV

Nr. 39 | 2015



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Quantitative Daten und Fakten	4
2.1 Anzahl und Entwicklung der beruflich selbstständigen Frauen	4
2.2 Verteilung der selbstständigen Frauen nach Bundesländern	6
2.3 Anzahl und Entwicklung der Unternehmensgründungen von Frauen	7
2.3.1 Gründungsaktivität von Frauen	9
2.3.2 Inanspruchnahme der Gründungsberatung von Frauen	9
2.4 Anzahl und Entwicklung der von Frauen geführten Unternehmen	10
2.5 Anzahl und Entwicklung der Gewerbeanmeldungen von Frauen	11
2.6 Anzahl und Entwicklung der Frauen in den Freien Berufen	12
3. Unternehmensbezogene Daten und Fakten	13
3.1 Struktur und Größe der Unternehmen	13
3.2 Branchenschwerpunkte – Stand und Entwicklungen	19
3.3 Freie Berufe – Stand und Entwicklungen	21
3.4 Innovationsgehalt der angebotenen Produkte und Dienstleistungen	22
3.5 Kapitalausstattung und Finanzierung der Unternehmen	22
3.6 Wachstum und Investitionsverhalten	24
4. Personenbezogene Daten und Fakten	25
4.1 Gesellschaftsbild und Gründungsklima	25
4.2 Alter der Gründerinnen	26
4.3 Herkunft der Gründerinnen	27
4.4 Bildung, Wissen und Kompetenzen	28
4.4.1 Berufsabschlüsse	28
4.4.2 Branchenkenntnisse	29
4.4.3 Entrepreneurial Skills	30
4.4.4 Betriebswirtschaftliche Kenntnisse	31
4.5 Gründungsmotivation	32
4.6 Risikobewusstsein	33
4.7 Netzwerke und Sozialkapital	34
5. Fazit	35
6. Literaturverzeichnis	37
7. Abbildungsverzeichnis	43
8. Tabellenverzeichnis	44
9. Glossar	45
9.1 Einleitung	45
9.2 Erhebungsverfahren und Datenquellen	45
9.3 Begriffliche Definitionen	47

1. Einleitung

Immer mehr Frauen entscheiden sich in Deutschland für eine Unternehmensgründung. Der steigende Trend der beruflichen Selbstständigkeit von Frauen verläuft parallel zur allgemeinen Verbesserung in der Ausbildung von Frauen. Auch die Erwerbstätigenquote von Frauen steigt kontinuierlich an und nähert sich zunehmend der Erwerbstätigenquote von Männern. Frauen bieten somit ein großes innovatives und wirtschaftliches Potenzial, das die zukünftige Unternehmenslandschaft sowie die gesamte Arbeitswelt weiter verändern wird. Insbesondere werden diejenigen Branchen davon profitieren, in denen Frauen bereits heute häufig tätig sind. Mit Blick auf den demografischen Wandel und die Notwendigkeit des lebenslangen Lernens ist es vordringlich, das bestehende Potenzial von Frauen noch besser zu heben und Wege aufzuzeigen, um adäquate Arbeitsmodelle für Frauen zu realisieren. Viele teilzeitbeschäftigte Frauen geben in wissenschaftlichen Befragungen an, dass sie gern ihre Arbeitszeit ausdehnen würden, wenn u. a. entsprechende Kinderbetreuungsangebote verfügbar wären.

In dieser Broschüre sind die relevanten Daten und Fakten über die berufliche Selbstständigkeit und das Unternehmertum von Frauen zusammengeführt. Es wird ein detaillierter Überblick über den Status quo sowie über die Entwicklung der letzten Dekade gegeben. Das Kapitel „*Quantitative Daten und Fakten*“ legt den Fokus auf die Darstellung der quantitativen Entwicklung zu Gründerinnen und Unternehmerinnen. Auf der Grundlage bestehender Statistiken wird die Entwicklung der unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen in Deutschland nachgezeichnet. Insgesamt ist zu beachten, dass die Informations- und Datenlage zum Themenfeld Gründerinnen und Unternehmerinnen sehr heterogen ist. Hinsichtlich der verwendeten Definitionen, Untersuchungsgruppen und bezüglich der jeweiligen Aussagekraft unterscheiden sich die Datenquellen zum Teil deutlich. Um Transparenz zu fördern und die Interpretation der Daten und Fakten zu erleichtern, sind im „*Glossar*“ Informationen zu den relevanten Datenquellen und Definitionen zusammengestellt. Das Kapitel „*Unternehmensbezogene Daten und Fakten*“ geht

detailliert auf die Unternehmenscharakteristika der von Frauen geführten Unternehmen ein und setzt diese in den Kontext aktueller Forschungsarbeiten. Das Kapitel gibt Aufschluss über die Branchenschwerpunkte, die strukturellen Charakteristika, Unternehmensstrategien und Zielsetzungen. Das abschließende Kapitel „*Personenbezogene Daten und Fakten*“ beschäftigt sich mit den Persönlichkeitsmerkmalen von Gründerinnen und Unternehmerinnen. Es gibt einen umfassenden Einblick in die Motive der Unternehmensgründung, demografische Merkmale der Gründerinnen, Fach- und Branchenwissen, betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Führungsstil sowie Netzwerke und Einstellungen zum unternehmerischen Risiko. Damit liefert diese Broschüre ein umfassendes Bild zum Forschungsstand zu Gründerinnen und Unternehmerinnen in Deutschland und dient Praxis, Politik und Wissenschaft als Ausgangspunkt für eine vertiefende Beschäftigung mit dem Thema.

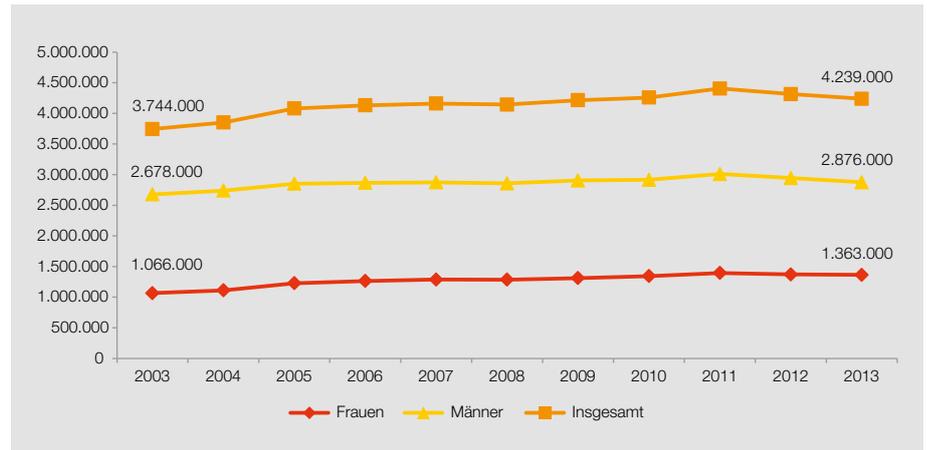
2. Quantitative Daten und Fakten

2.1 Anzahl und Entwicklung der beruflich selbstständigen Frauen

Die unternehmerische Selbstständigkeit hat in Deutschland im letzten Jahrzehnt einen Aufschwung erfahren. Nach Auswertung des *Mikrozensus*, der umfangreichsten Haushaltsbefragung Deutschlands mit circa 830.000 Befragten (siehe Glossar), ist allein zwischen 2003 und 2013 die Zahl der *Selbstständigen* in Deutschland um rund 18 Prozent gestiegen (vgl. Statistisches Bundesamt 2014a). Verantwortlich für diese Entwicklung ist u. a. die wachsende unternehmerische Selbstständigkeit von Frauen. In den letzten elf Jahren hat sich die Zahl der selbstständigen Frauen um 297.000 erhöht, das entspricht einem Anstieg um 27,9 Prozent (siehe Abbildung 1).

Ein Vergleich des Anteils an männlichen und weiblichen Selbstständigen an allen Selbstständigen zeigt, dass der Anteil der selbstständigen Männer an allen Selbstständigen von 2003 bis 2013 gesunken, der Anteil der selbstständigen Frauen dagegen um 3,7 Prozentpunkte gestiegen ist. Er liegt aktuell bei 32,2 Prozent. Der Anteil der Frauen an den Selbstständigen in Deutschland beträgt damit knapp ein Drittel.

Abbildung 1: Anzahl der selbstständigen Frauen und Männer von 2003 bis 2013 in Deutschland



In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014a); eigene Berechnung

Tabelle 1: Anteil selbstständiger Frauen an allen Selbstständigen von 2003 bis 2013 in Deutschland

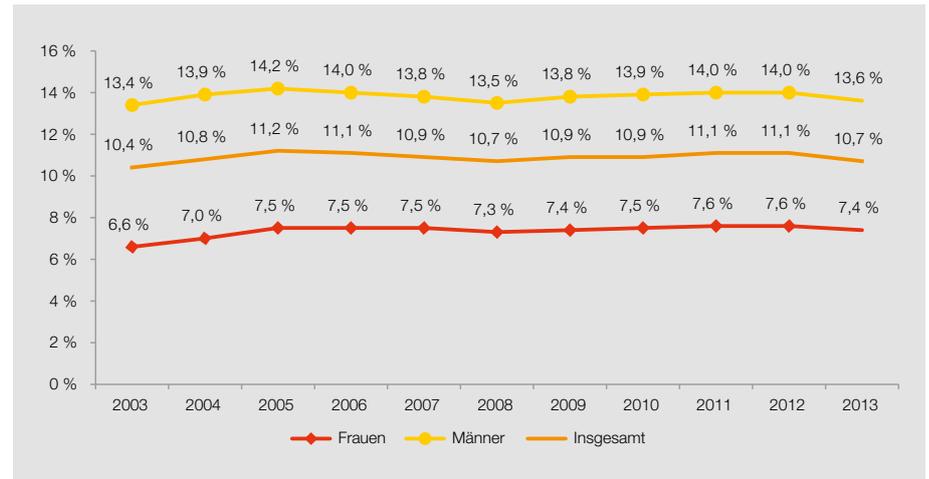
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
28,5 %	28,9 %	30,1 %	30,6 %	30,9 %	31,0 %	31,1 %	31,5 %	31,9 %	31,8 %	32,2 %

In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014a); eigene Berechnung

Auch die Selbständigenquote, die den Anteil der Selbständigen an allen Erwerbstätigen darstellt, spiegelt den Positivtrend der zunehmenden Anzahl selbständiger Frauen wider. So stieg die Selbständigenquote der Frauen zwischen 2003 und 2013 von 6,6 auf 7,4 Prozent an (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Selbständigenquote der Frauen und Männer von 2003 bis 2013 in Deutschland



In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014a); eigene Berechnung

2.2 Verteilung der selbstständigen Frauen nach Bundesländern

Vergleicht man den Anteil der selbstständigen Frauen an allen Selbstständigen auf Länderebene, fällt auf, dass neben einer Zunahme des Anteils zwischen den Ländern eine Harmonisierung stattgefunden hat (siehe Tabelle 2). Weiterhin ist zu erkennen, dass in den Stadtstaaten Berlin und Hamburg die Anzahl der selbstständigen Frauen über die Jahre stärker schwankt als in den Flächenländern. Im Jahr 2013 variierte der Anteil selbstständiger Frauen zwischen 30,1 Prozent in Rheinland-Pfalz und 35,5 Prozent in Bremen.

Tabelle 2: Anteil selbstständiger Frauen an allen Selbstständigen von 2003 bis 2013 nach Bundesland

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Baden-Württemberg	26,9%	26,8%	28,2%	29,6%	30,7%	29,9%	30,6%	30,8%	31,2%	30,9%	31,6%
Bayern	27,4%	28,3%	29,0%	29,5%	30,0%	30,2%	30,1%	30,8%	31,2%	31,2%	31,4%
Berlin	32,1%	33,7%	35,0%	34,5%	33,3%	34,3%	34,0%	34,5%	34,5%	34,4%	36,6%
Brandenburg	30,8%	31,8%	30,7%	32,0%	31,7%	33,3%	33,1%	31,4%	31,3%	32,1%	31,8%
Bremen	29,2%	26,9%	33,3%	28,6%	33,3%	32,1%	36,0%	33,3%	32,4%	31,4%	35,5%
Hamburg	32,4%	31,7%	34,3%	35,1%	38,7%	34,2%	35,5%	34,9%	36,5%	34,7%	37,2%
Hessen	29,6%	30,1%	31,2%	30,5%	30,4%	30,7%	31,5%	32,6%	32,8%	33,1%	32,8%
Mecklenburg-Vorp.	33,9%	30,9%	33,8%	34,7%	33,3%	35,5%	35,5%	35,6%	35,1%	33,8%	34,9%
Niedersachsen	27,4%	27,5%	29,1%	30,1%	29,5%	30,2%	30,4%	30,2%	30,8%	29,6%	30,4%
Nordrhein-Westfalen	27,7%	28,6%	29,4%	29,1%	29,7%	29,9%	30,1%	31,1%	31,9%	31,4%	31,3%
Rheinland-Pfalz	26,2%	28,3%	30,0%	29,5%	29,6%	30,0%	30,2%	30,6%	31,3%	31,5%	30,1%
Saarland	30,0%	32,5%	32,6%	35,7%	35,1%	34,2%	31,1%	30,0%	29,7%	27,8%	30,6%
Sachsen	30,2%	30,2%	31,6%	32,7%	33,0%	32,2%	31,4%	32,4%	33,2%	34,3%	34,1%
Sachsen-Anhalt	32,5%	31,4%	33,0%	31,6%	33,7%	33,0%	33,3%	34,5%	32,2%	32,6%	30,3%
Schleswig-Holstein	27,0%	26,6%	27,2%	30,4%	29,9%	30,7%	29,5%	28,9%	30,3%	31,4%	33,5%
Thüringen	30,4%	29,5%	30,3%	33,3%	33,9%	34,2%	31,5%	31,1%	30,9%	29,7%	30,8%
Deutschland	28,5%	28,9%	30,1%	30,6%	30,9%	31,0%	31,1%	31,5%	31,9%	31,8%	32,2%

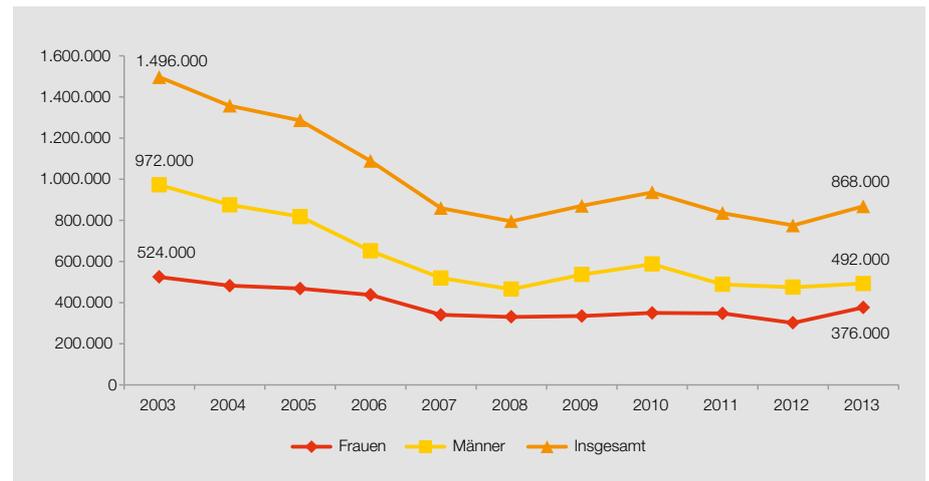
In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014a) und ältere Mikrozensus-Ausgaben; eigene Darstellung

2.3 Anzahl und Entwicklung der Unternehmensgründungen von Frauen

Der *KfW-Gründungsmonitor* liefert Informationen zu gewerblichen und freiberuflichen Gründungen sowie zu den gründenden Personen bzw. Gründungsinteressierten in Deutschland (siehe Glossar). Laut *KfW-Gründungsmonitor* ist die Gesamtzahl aller Gründungen seit 2003 deutlich zurückgegangen. Gründe für den Rückgang sieht die KfW u. a. in einer guten Arbeitsmarktlage, in der weniger Personen den Druck verspüren, in die Selbstständigkeit zu gehen. Weitere Gründe sind nachlassende gesamtwirtschaftliche Nachfrageentwicklungen, veränderte Förderbedingungen sowie auch Rezessionszeiten durch die Finanz- und Wirtschaftskrise. Zudem beeinflussen politische Rahmenbedingungen die Gründungsaktivitäten. Die hohe Zahl der Gründungen im Jahr 2003 kann auf das Inkrafttreten des arbeitsmarktpolitischen Instruments des Existenzgründungszuschusses („Ich-AG“) zurückgeführt werden (vgl. KfW Research 2009a). Durch dieses Instrument konnten Arbeitslose Existenzgründungszuschüsse für die Gründung des eigenen Unternehmens erhalten.

Abbildung 3: Anzahl der Gründungen von Frauen und Männern von 2003 bis 2013 in Deutschland



Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Darstellung

Insgesamt sank die Anzahl der *Unternehmensgründungen* im Zeitraum von 2003 bis 2013 um rund 42 Prozent (vgl. Abbildung 3). Der starke Rückgang ist vor dem Hintergrund eines sehr hohen Niveaus an Gründungszahlen im Jahr 2003 und in den Jahren zuvor zu bewerten, da es in

den Jahren vor der Dotcom-Blase zu einem temporären Anstieg der Gründungszahlen kam. Die Anzahl der Unternehmensgründungen durch Frauen sank im Vergleichszeitraum um 28 Prozent: von 524.000 Gründungen im Jahr 2003 auf 376.000 Gründungen im Jahr 2013.

Laut KfW-Gründungsmonitor betrug der Anteil der Gründungen durch Frauen rund 38 Prozent im Jahr 2003 (siehe Tabelle 3). Dieser Anteil steigerte sich auf rund 43 Prozent im Jahr 2013 (vgl. KfW Research, 2014). Dies ist der höchste bisher gemessene Anteil.

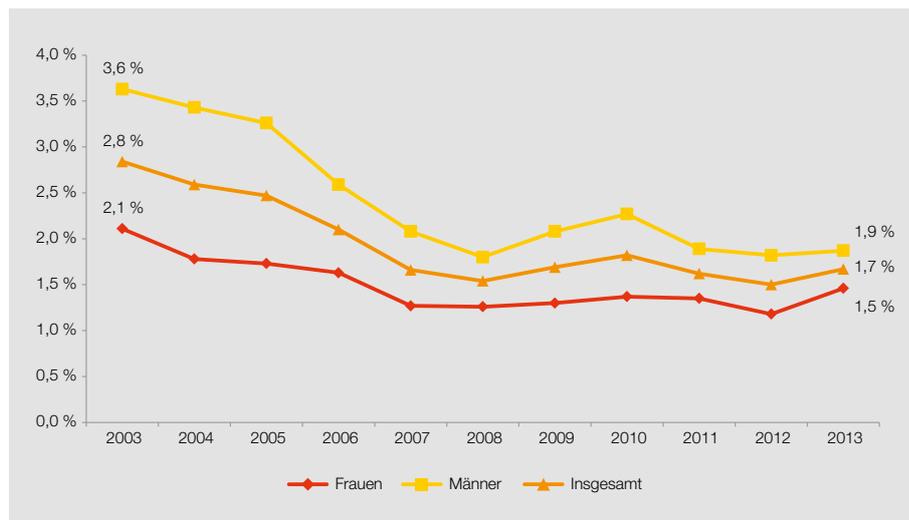
Die *Gründungsquote* gibt den Anteil der Gründungspersonen (Voll- und Neben-erwerb) an der Bevölkerung wieder. Es fällt auf, dass die Gründungsquote der Frauen ebenso wie jene der Männer ab 2003 deutlich rückläufig, jedoch – insbesondere seit dem Jahr 2007 – stabiler ist als die Gründungsquote der Männer (siehe Abbildung 4). Daraus lässt sich schließen, dass Frauen weniger auf Änderungen der Arbeitsmarktlage und Konjunktur reagieren.

Tabelle 3: Anteil der Gründungen von Frauen an allen Gründungen von 2003 bis 2013 in Deutschland

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
38,3 %	38,0 %	36,0 %	40,0 %	40,0 %	41,4 %	38,3 %	37,7 %	41,7 %	38,7 %	43,4 %

Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Darstellung

Abbildung 4: Gründungsquote der Frauen und Männer von 2003 bis 2013 in Deutschland

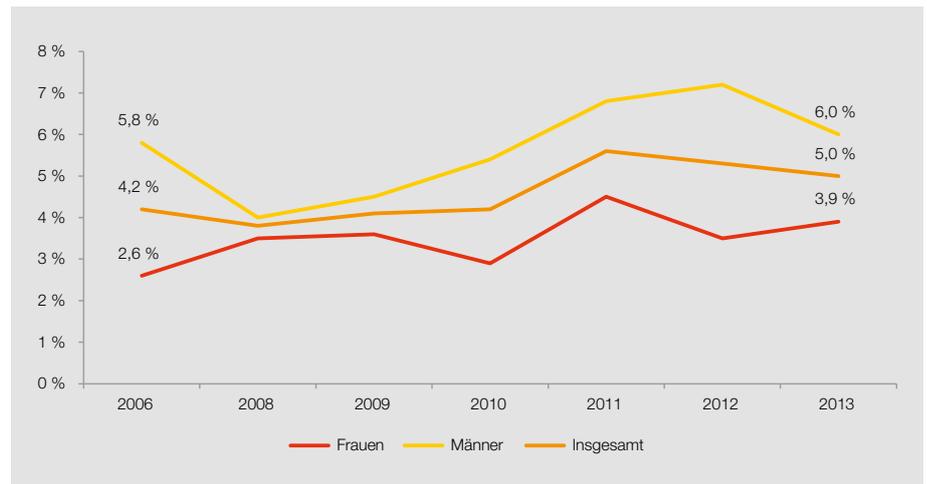


Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Darstellung

2.3.1 Gründungsaktivität von Frauen

Der positive Trend im Hinblick auf Unternehmensgründungen von Frauen zeigt sich auch im Global Entrepreneurship Monitor (GEM), der auf jeweils mindestens 2.000 Interviews und der Einbeziehung von Expertinnen und Experten in jedem der 70 teilnehmenden Länder basiert (siehe Glossar). In dem GEM Global Report 2013 lässt sich eine ansteigende *TEA-Quote* (Total-Early-Stage Entrepreneurial Activity) von Frauen feststellen. Diese Quote stellt den Anteil von Neugründerinnen und Neugrüdern sowie Personen in der ersten Phase einer Unternehmensgründung dar. Aus der folgenden Abbildung wird ersichtlich, dass diese Quote seit 2006 grundsätzlich gestiegen ist (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: TEA-Quote der Frauen und Männer von 2006 bis 2013 in Deutschland



Eine Aufschlüsselung nach Geschlechtern liegt erst ab dem Jahr 2006 vor.

Quelle: Global Entrepreneurship Monitor (2013); eigene Darstellung

2.3.2 Inanspruchnahme der Gründungsberatung von Frauen

Ein weiteres Indiz für ein zunehmendes Interesse von Frauen an Unternehmensgründungen findet sich im *Gründerreport* 2013 des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) (siehe Glossar). Der Anteil der Teilnehmerinnen an der Gründungsberatung stieg von 33 Prozent im Jahr 2003 auf 43 Prozent im Jahr 2013 kontinuierlich und deutlich an (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4: Anteil der Teilnehmerinnen an der DIHK-Gründungsberatung an allen Teilnehmenden von 2003 bis 2013 in Deutschland

Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Anteil (%)	33 %	32 %	37 %	38 %	39 %	39 %	39 %	40 %	40 %	42 %	43 %

Quelle: DIHK (2014); eigene Darstellung

2.4 Anzahl und Entwicklung der von Frauen geführten Unternehmen

Niedriger als der Selbstständigen- und Gründerinnenanteil liegt laut KfW-Mittelstandspanel (2014) der Frauenanteil unter den Unternehmensinhabern. Hier wird ausschließlich der Hauptinhaber bzw. die Hauptinhaberin eines Unternehmens erfasst. Der Grund für den geringeren Frauenanteil unter den Unternehmensinhaberinnen und -inhabern ist laut KfW-Mittelstandspanel, dass Frauen im Vergleich zu Männern seltener Alleininhaberinnen von Unternehmen sind. Jede siebte Gründung ist eine Teamgründung (KfW Research, 2009a). Obwohl der Anteil der von Frauen geführten Unternehmen also weit unter dem bereits aufgeführten Selbstständigenanteil

Tabelle 5: Unternehmerinnenanteil (Hauptinhaberin) von 2003 bis 2013 in Deutschland

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
14,4 %	15,3 %	19,0 %	16,3 %	16,5 %	17,7 %	19,4 %	16,0 %	17,6 %	16,8 %	19,4 %

Quelle: KfW-Mittelstandspanel (2014) und ältere Ausgaben; eigene Darstellung

der Frauen liegt, lässt sich auch im Hinblick auf die Unternehmensinhaberschaft eine positive Tendenz feststellen. Der Anteil der Unternehmerinnen hat sich in den letzten zehn Jahren insgesamt erhöht: Im Jahr 2013 lag dieser bei rund 19,4 Prozent (siehe Tabelle 5). Nach Analyse der KfW-Unternehmensdaten bedeutet dies, dass

fast jedes fünfte Unternehmen im deutschen Mittelstand von einer Frau geführt wird – das heißt, circa 730.000 Unternehmen haben eine Frau an der Spitze. Der Unternehmerinnenanteil ist stark abhängig von Kontextfaktoren wie der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung sowie der Entwicklung einzelner Branchen.

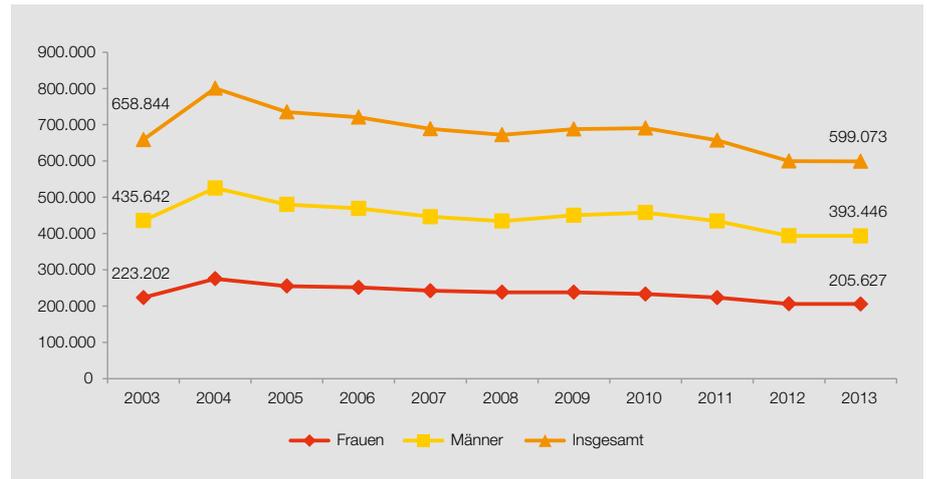
2.5 Anzahl und Entwicklung der Gewerbeanmeldungen von Frauen

Das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn veröffentlicht eine jährliche Fortschreibung zum Gründungsgeschehen in Deutschland. Diese basiert auf den Daten des Statistischen Bundesamts zu den Gewerbeanmeldungen und erfasst damit einen spezifischen Bereich des gewerblichen Gründungsgeschehens (siehe Glossar).

Die Gewerbeanmeldungen umfassen neu gegründete sowie übernommene Unternehmen (vgl. Günterberg, 2011). Ihre Anzahl verläuft über den Betrachtungszeitraum etwas rückläufig (vgl. Abbildung 6). So sank diese zwischen den Jahren 2003 und 2013 um rund 10 Prozent. Dabei ist die Anzahl der Gewerbeanmeldungen durch Frauen im betrachteten Zeitraum weniger stark zurückgegangen (etwa 9 Prozent) als die der Männer (fast 11 Prozent). Einzig im Jahr 2004 ist aufgrund der im Jahr 2003 erfolgten Einführung des Existenzgründungszuschusses („Ich-AG“) ein einmaliger Anstieg der Zahl zu beobachten.

Die Zahl der *Unternehmensgründungen* ist ebenfalls rückläufig. Als Unternehmensgründung erfasst das IfM Bonn die Betriebsgründung einer Hauptniederlassung sowie eine „echte“ Kleingewerbegründung¹. Tabelle 6 zeigt die Entwicklung des Anteils von *Unternehmensgründungen* von Frauen. Es wird deutlich, dass der Anteil der Frauen an den gewerblichen Unternehmensgründungen leicht zurückgeht – von 2003 bis 2013 sank der Anteil der gewerblichen Unternehmensgründungen durch Frauen an allen gewerblichen Unternehmensgründungen um 4,8 Prozentpunkte.

Abbildung 6: Anzahl der Gewerbeanmeldungen von Einzelunternehmen von Frauen und Männern, 2003 bis 2013 in Deutschland



Quelle: IfM Bonn Gründungsstatistik (2014a); eigene Darstellung

Tabelle 6: Anteil der gewerblichen Unternehmensgründungen von Frauen an allen gewerblichen Unternehmensgründungen in Deutschland 2003 bis 2013

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
32,2 %	32,4 %	32,2 %	32,1 %	32,3 %	32,7 %	31,6 %	30,3 %	29,6 %	28,6 %	27,4 %

Quelle: IfM Bonn Gründungsstatistik (2014b); eigene Darstellung

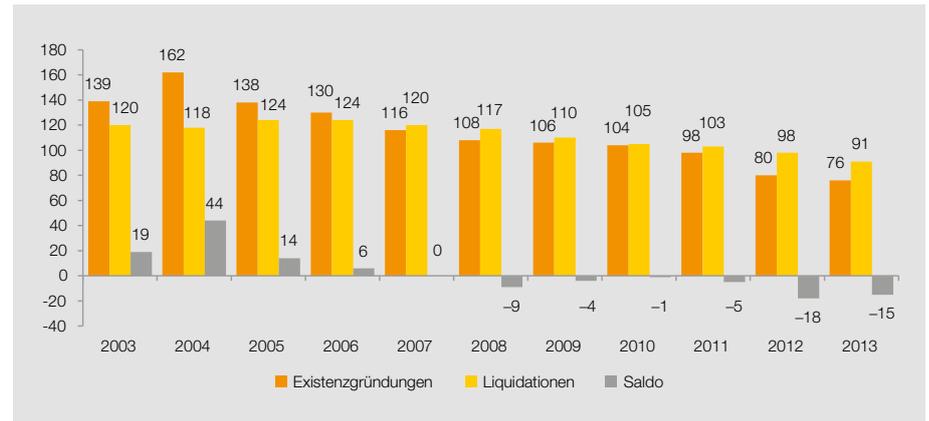
¹ Im Gegensatz zu „echten“ Gründungen handelt es sich bei „unechten Gründungen“ um Scheingründungen. Bei „unechten Gründungen“ steht hinter der Gewerbeanmeldung nicht primär die Absicht, das angemeldete Unternehmen auch angemessen zu betreiben, sondern vielmehr von möglichen Vorteilen zu profitieren wie bspw. dem Erhalt eines vergünstigten Metroscheins oder dem Besuch von nur einem Fachpublikum zugänglichen Messen und Ausstellungen. Zu den „unechten Gründungen“ zählen damit auch die Gründungen, bei denen es nach Aufgeben der Gewerbeanzeige letztendlich nicht zu einer aktiven Aufnahme der angemeldeten Tätigkeit kommt.

Ebenfalls auf Basis der Gewerbeanzeigenstatistik ermittelt das IfM Bonn die *Existenzgründungen* in Deutschland. Zu den Existenzgründungen werden neben den oben skizzierten Unternehmensgründungen auch Unternehmensübernahmen durch Erbfolge, Kauf und Pacht gezählt². In diesem Zusammenhang gibt das IfM Bonn ebenfalls Auskunft über die Liquidationen. In Abbildung 7 wird deutlich, dass sowohl die Zahl der Existenzgründungen von Frauen als auch die der Liquidationen rückläufig ist. Mit rund 120.000 Existenzgründungen von Frauen im Jahr 2007 lagen die Liquidationen erstmals über den Gründungen und führten zu einem negativen Gründungssaldo (vgl. Günterberg, 2011). Hintergrund dieses Ergebnisses dürften die Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise sein.

2.6 Anzahl und Entwicklung der Frauen in den Freien Berufen

Insgesamt betrug die Zahl der *Selbstständigen in den Freien Berufen* im Jahr 2014 circa 1.265.000. Davon entfielen 30,8 Prozent auf die Freien Heilberufe, 27,2 Prozent auf die Freien rechts-, wirtschafts- und steuerberatenden Berufe, 23,6 Prozent auf die Freien Kulturberufe und 18,4 Prozent auf die Freien technisch-naturwissenschaftlichen Berufe (vgl. Institut für Freie Berufe, 2014a). Die Zahl der Selbstständigen in den Freien Berufen steigt somit weiter an. Im Jahr 2008 konnte bundesweit erstmals die

Abbildung 7: Existenzgründungen und Liquidationen von frauengeführten Einzelunternehmen, 2003 bis 2013 in Deutschland in 1.000



Quelle: IfM Bonn Gründungsstatistik (2014c); eigene Darstellung

Eine-Million-Marke durchbrochen werden (vgl. Institut für Freie Berufe, 2014b).

Das Institut für Freie Berufe (IFB) in Nürnberg gibt einen detaillierteren Einblick in die Entwicklung der Freien Berufe in Deutschland (siehe Glossar). Laut IFB konnte in fast allen Freien Berufen zwischen 1996 und 2014 eine Zunahme selbstständiger Frauen verzeichnet werden (vgl. Institut für Freie Berufe, 2014c). Eine genaue Aufzählung der Freien Berufe und Wirtschaftszweige erfolgt im folgenden Kapitel 3, „*Unternehmensbezogene Daten und Fakten*“.

² Die Berechnungsmethode des IfM Bonn beruht auf einer Bereinigung der Zahl der Gründungen und Liquidationen aus der Gewerbeanzeigenstatistik des Statistischen Bundesamtes. Hierfür werden die vom Statistischen Bundesamt ausgewiesenen Zahlen von Gewerbe- und -abmeldungen in Deutschland um nicht gründungs- bzw. liquidationsrelevante Komponenten wie Unternehmensverlagerungen, Umwandlungen oder Rechtsformwechsel bereinigt. Überdies werden Nebenerwerbsgründungen und -aufgaben (geschätzt) sowie die „unechten“ Unternehmensgründungen (geschätzt als 10 Prozent aller Gründungen) nicht in der Gründungs- und Liquidationsstatistik berücksichtigt. (vgl. Günterberg, 2011).

3. Unternehmensbezogene Daten und Fakten

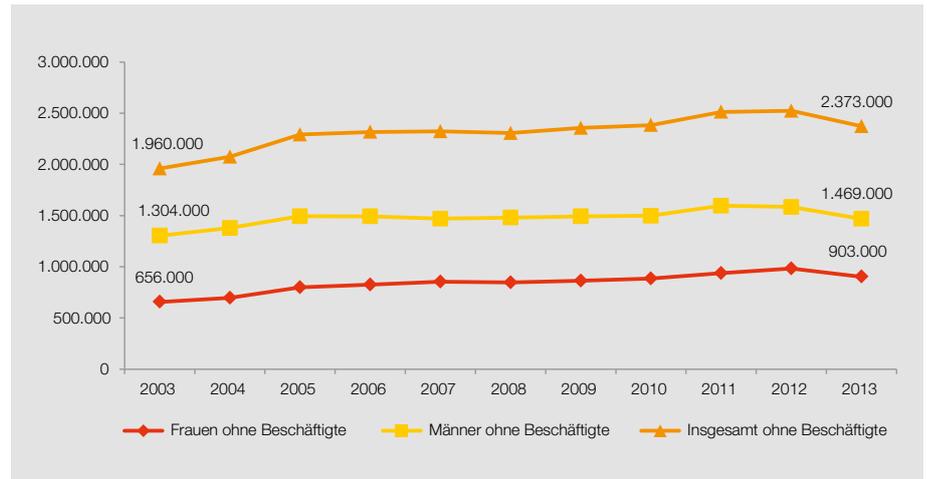
In Bezug auf die Strukturmerkmale von Unternehmen werden in erster Linie wirtschaftliche Kennzahlen wie Unternehmensgröße, Wachstum, Investitionsverhalten, Finanzierungsbedarf und -zusammensetzung sowie Innovationstätigkeit betrachtet. Aber auch die Wahl der Branche spielt bei der Charakterisierung eine bedeutsame Rolle. Nachfolgend werden die wesentlichen Merkmale der von Frauen gegründeten und geführten Unternehmen herausgearbeitet und vor dem Hintergrund möglicher Potenziale diskutiert.

3.1 Struktur und Größe der Unternehmen

Unternehmerische Selbstständigkeit und Gründungen können generell in unterschiedlichem Umfang hinsichtlich des Beitrags der Inhaberin bzw. des Inhabers erfolgen. Laut Leicht und Philipp (2007) ist eine der markantesten strukturellen Veränderungen im Gründungsgeschehen der letzten Jahre die starke Zunahme an Soloselbstständigen, die insgesamt betrachtet allein seit 2003 um 21,1 Prozent und somit um 413.000 Personen gestiegen ist (siehe Abbildung 8). Für diese Entwicklung spielt die Soloselbstständigkeit von Frauen eine besondere Rolle. Allein zwischen 2003 und 2013 stieg die Anzahl der soloselbstständigen Frauen um 37,7 Prozent an.

Die nachfolgende Tabelle 7 stellt dar, wie sich der Anteil der soloselbstständigen Frauen im Zeitverlauf der letzten Dekade verändert hat. Hierbei wird deutlich, dass der Frauenanteil zwischen 2003 und 2007 kontinuierlich angestiegen ist und seitdem auf konstant hohem Niveau verharrt.

Abbildung 8: Anzahl der selbstständigen Frauen und Männer ohne Beschäftigte von 2003 bis 2013 in Deutschland



In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014b) und ältere Ausgaben des Mikrozensus; eigene Darstellung

Tabelle 7: Anteil selbstständiger Frauen ohne Beschäftigte an allen Selbstständigen ohne Beschäftigte von 2003 bis 2013 in Deutschland

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
33,4 %	33,6 %	34,8 %	35,6 %	36,7 %	36,7 %	36,6 %	37,1 %	37,3 %	39,0 %	38,1 %

In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

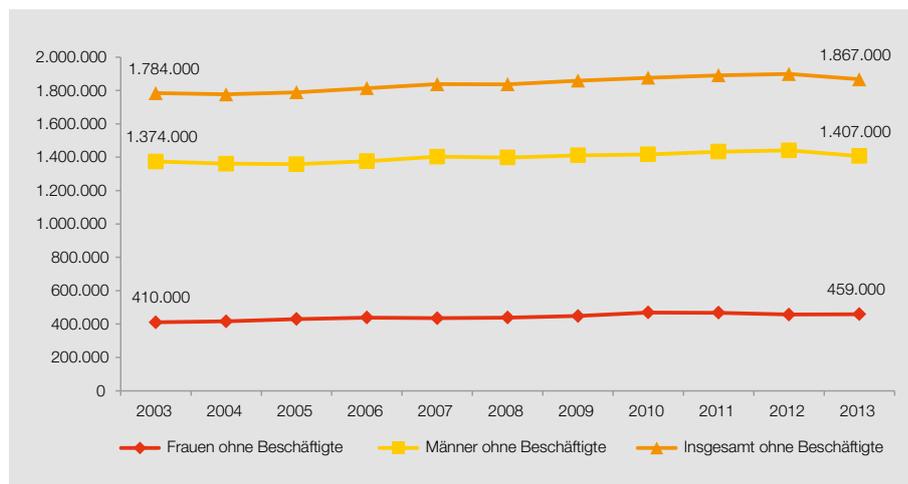
Quelle: Statistisches Bundesamt (2014b) und ältere Ausgaben des Mikrozensus; eigene Berechnung

Zudem ist die Anzahl der Selbstständigen mit Beschäftigten um 4,7 Prozent und somit um 93.000 Personen gestiegen (vgl. Abbildung 9). Während die unternehmerisch selbstständigen Frauen mit Beschäftigten im Gesamtzeitraum einen Zuwachs von 12 Prozent verzeichneten (von 410.000 auf 459.000), steigerte sich der Anteil der selbstständigen Männer mit Beschäftigten im gleichen Zeitraum um 2,4 Prozent (von 1.374.000 auf 1.407.000).

Somit entwickelte sich der Anteil der selbstständigen Frauen an allen Selbstständigen mit Beschäftigten weniger dynamisch im Vergleich zu den Soloselbstständigen. Bis zum Jahr 2004 lag ihr Anteil bei 23 Prozent und erhöhte sich dann für die Folgejahre bis auf 24,6 Prozent im Jahr 2013.

Die starke Zunahme der Soloselbstständigkeit bei Frauen führen Leicht und Philipp (2007) auf die wachsende Nachfrage nach personenbezogenen Dienstleistungen, wie beispielsweise im Gesundheits- und Pflegebereich oder den wissensintensiven Dienstleistungen zurück. Als weitere Erklärung gilt neben dem sozialen und gesellschaftlichen Wandel die Flexibilisierung von Beschäftigung und organisatorischen Strukturen. So kommen Bögenhold und Fachinger (2013) zu dem Ergebnis, dass die Zunahme der Selbstständigkeit hauptsächlich von einem Anstieg der Mikrofirmen getragen wird.

Abbildung 9: Anzahl der selbstständigen Frauen und Männer mit Beschäftigten von 2003 bis 2013 in Deutschland



In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014b) und ältere Ausgaben des Mikrozensus; eigene Darstellung

Tabelle 8: Anteil selbstständiger Frauen mit Beschäftigten an allen Selbstständigen mit Beschäftigten von 2003 bis 2013 in Deutschland

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
23,0 %	23,4 %	24,0 %	24,2 %	23,7 %	23,9 %	24,1 %	25,0 %	24,8 %	24,1 %	24,6 %

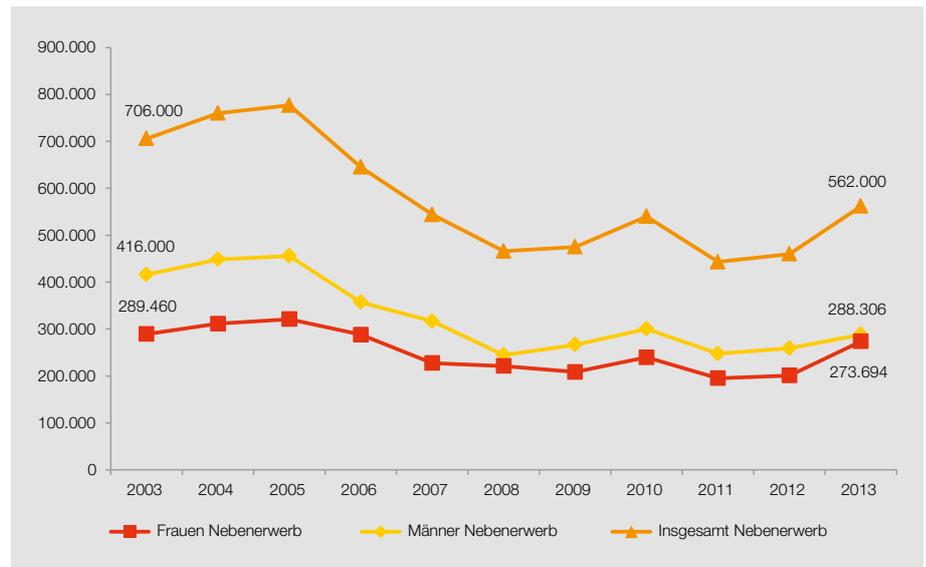
In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

Quelle: Statistisches Bundesamt (2014b) und ältere Ausgaben des Mikrozensus; eigene Berechnung

Weiterhin wird zwischen Nebenerwerbs- und Haupterwerbsgründungen unterschieden. Frauen beginnen ihre Selbstständigkeit zu zwei Dritteln als Nebenerwerbstätigkeit (66 Prozent im Durchschnitt des Betrachtungszeitraums, vgl. KfW Research, 2011a). Abbildung 10 stellt die Entwicklung der Nebenerwerbsgründungen in der letzten Dekade dar. Auch hier wird deutlich, wie in Kapitel 2 dargestellt, dass die allgemeine Gründungstätigkeit im Neben- und Haupterwerb (siehe Glossar) laut KfW-Gründungsmonitor rückgängig ist.

Im Jahr 2013 erreichte der Anteil der Gründungsaktivitäten von Frauen im Nebenerwerb an allen Gründungen im Nebenerwerb mit 48,7 Prozent einen neuen Höchstwert (siehe Tabelle 9). Die Gründe dafür, dass Frauen häufig im Nebenerwerb gründen, liegen in der Branchenwahl, den zeitlichen Restriktionen und der Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und familiären Verpflichtungen (vgl. Furdas et al., 2009; KfW Research, 2011a).

Abbildung 10: Anzahl der Gründungen im Nebenerwerb von Frauen und Männern, 2003 bis 2013 in Deutschland



Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Berechnung

Tabelle 9: Frauenanteil an den Nebenerwerbsgründungen von 2003 bis 2013 in Deutschland

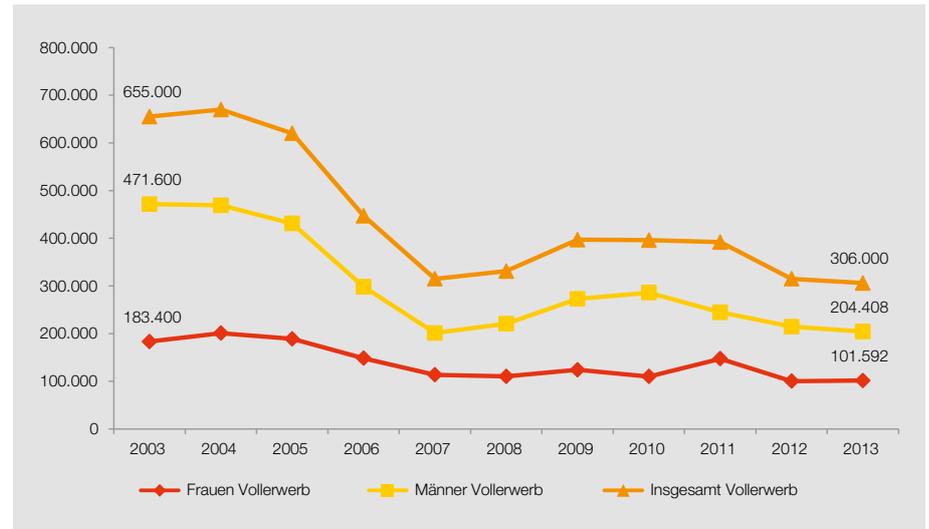
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
41,0 %	41,0 %	41,3 %	44,7 %	41,8 %	47,5 %	43,9 %	44,4 %	44,1 %	43,7 %	48,7 %

Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Berechnung

Abbildung 11 stellt die Entwicklung der Gründungsaktivitäten im Haupterwerb dar. Hier zeigt sich, dass es nach einem Hoch in den Jahren 2003–2004 zu einem Einbruch der Gründungsaktivitäten in den Folgejahren kam. Dieser fällt stärker aus als bei den Nebenerwerbsgründungen und muss im Zusammenhang mit dem Wegfall des Existenzgründungszuschusses („Ich-AG“) gesehen werden.

Der Frauenanteil an allen Gründungen im Vollerwerb beträgt im Verlauf der letzten Dekade etwa ein Drittel (vgl. Tabelle 10). Die teilweise erheblichen Schwankungen lassen sich auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung, die Entwicklung einzelner Branchen sowie spezifische Gründungsförderprogramme zurückführen.

Abbildung 11: Anzahl der Gründungen von Frauen und Männern im Vollerwerb von 2003 bis 2013 in Deutschland



Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Berechnung

Tabelle 10: Frauenanteil an den Vollerwerbsgründungen von 2003 bis 2013 in Deutschland

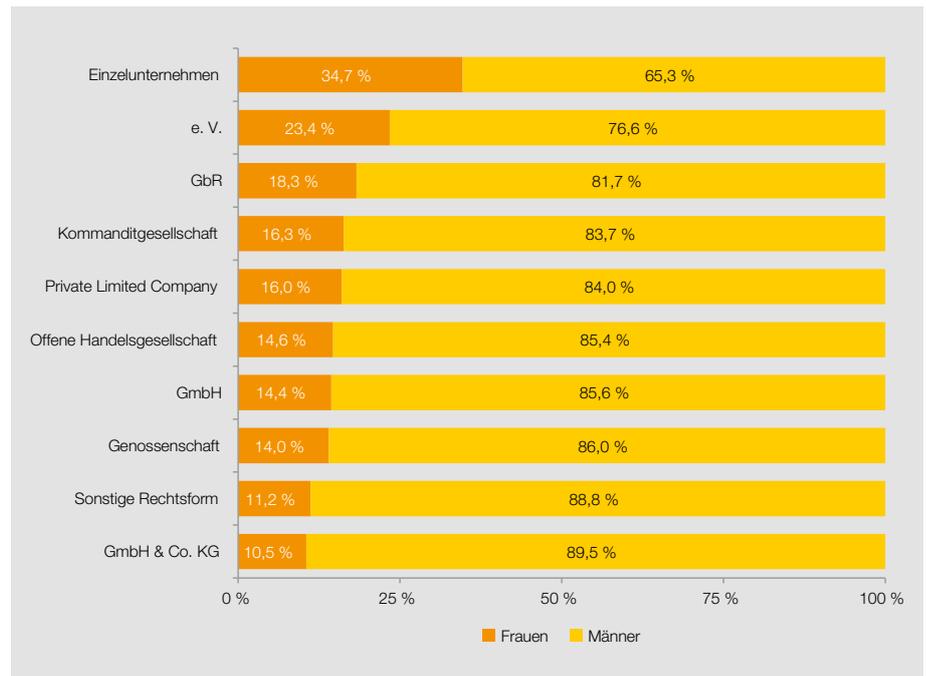
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
28,0%	30,0%	30,5%	33,2%	36,1%	33,3%	31,3%	27,8%	37,6%	31,9%	33,2%

Quelle: KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors; eigene Berechnung

Einhergehend mit dem Befund der zunehmenden Soloselbstständigkeit und vermehrter Nebenerwerbsgründungen von Frauen, lässt sich die Tendenz zu kleineren Unternehmenseinheiten feststellen. Ein erster Hinweis für kleinere Unternehmensstrukturen ist die Rechtsform, in welcher von Frauen geführte Unternehmen vorwiegend gegründet werden. In Abbildung 12 sind die für die Gründung am häufigsten gewählten Rechtsformen von Unternehmerinnen aus der Gewerbeanzeigenstatistik³ des Statistischen Bundesamts für das Jahr 2013 aufgeführt. Es wird deutlich, dass rund jedes dritte Einzelunternehmen von Frauen gegründet wird. Bei Kapitalgesellschaften liegt der Anteil der Gründerinnen bei deutlich unter 20 Prozent.

Sowohl Frauen als auch Männer gründen zum großen Teil ihr Unternehmen allein. Bei Frauen ist dies etwas ausgeprägter als bei Männern (vgl. KfW-Gründungsmonitor, 2011). So sind 81 Prozent der Gründerinnen alleinige Gründer und 19 Prozent der Gründerinnen gründen im Team.

Abbildung 12: Gewerbebegründungen von Frauen und Männern nach Rechtsform im Jahr 2013 in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt (2014c); eigene Darstellung

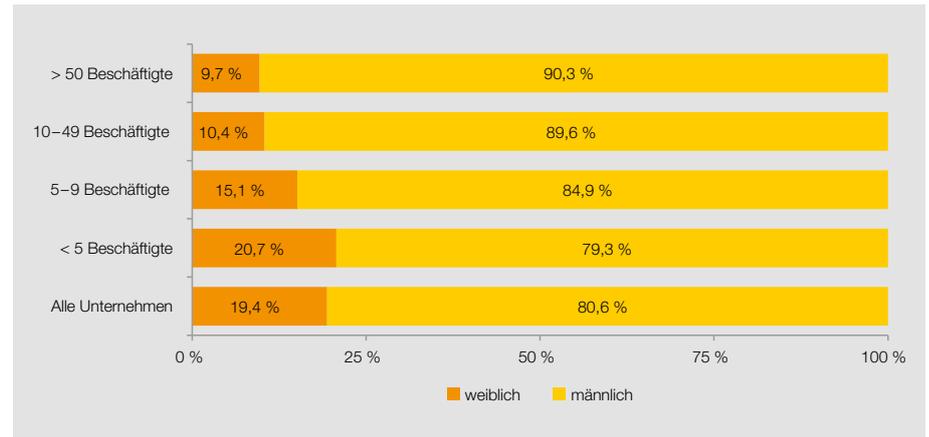
³ Die Gewerbeanzeigenstatistik beinhaltet keine Auskünfte über Freie Berufe sowie Automatenaufsteller und das Reisegewerbe.

Hinsichtlich der Anzahl der Beschäftigten, die in einem von Frauen geführten Unternehmen beschäftigt werden, zeigt sich, dass Frauen im Vergleich zu Männern weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigen. Die Anzahl der vollzeitäquivalenten Stellen liegt bei den von Frauen geführten Unternehmen durchschnittlich bei 1,9 Stellen, bei von Männern geführten Unternehmen bei 3,0 Stellen (vgl. KfW Research, 2011a). Mit zunehmenden Beschäftigtenzahlen sinkt der prozentuale Anteil der von Frauen geführten Unternehmen. Somit liegt der Anteil der von Frauen geführten Unternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten bei 20,7 Prozent, bei Unternehmen mit über 50 Angestellten dagegen bei 9,7 Prozent (siehe Abbildung 13).

Da die von Frauen geführten Unternehmen eher kleinere Beschäftigtengrößenklassen zuzuordnen sind, generieren diese tendenziell auch einen geringeren Umsatz. Die meisten von Frauen geführten Unternehmen sind mit rund 20,5 Prozent daher in der Umsatzgrößenklasse bis 1 Mio. Euro angesiedelt. Mit ansteigender Umsatzgrößenklasse verringert sich der Anteil der von Frauen geführten Unternehmen (siehe Abbildung 14).

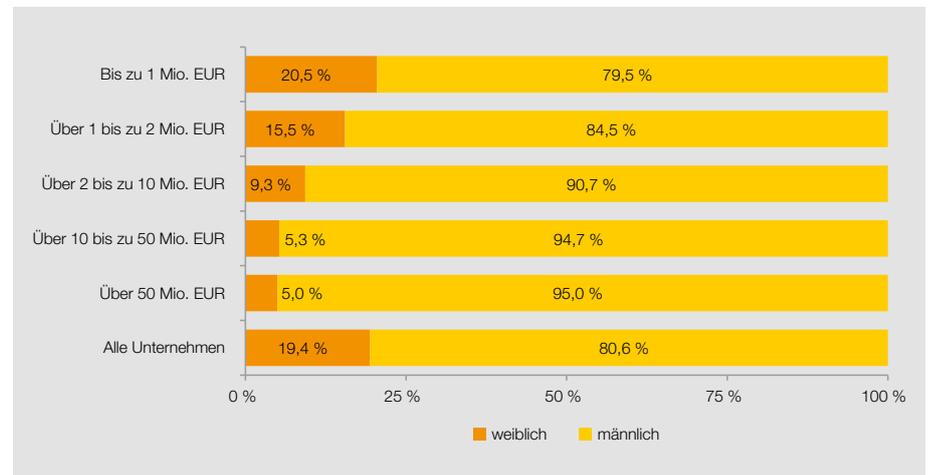
Der hohe Anteil an Nebenerwerbsgründungen und die gewählten Branchenschwerpunkte der Gründerinnen erklären die geringere Unternehmensgröße der von Frauen geführten Unternehmen. Als weiterer in der Literatur diskutierter Grund für die kleineren Umsatz- und Beschäftigtengrößen der von Frauen geführten Unternehmen gilt das risikobewusstere Verhalten der selbstständigen Frauen (vgl. Dautzenberg et al.,

Abbildung 13: Unternehmensführung von Frauen und Männern nach Beschäftigtengrößenklassen im Jahr 2013



Quelle: KfW-Mittelstandspanel (2014); eigene Darstellung

Abbildung 14: Unternehmensführung von Frauen und Männern nach Umsatzgrößenklassen im Jahr 2013



Quelle: KfW-Mittelstandspanel (2014); eigene Darstellung

2013). Die Beschäftigung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfordert finanzielle Rücklagen oder die Inkaufnahme eines finanziellen Wagnisses. Bei unsicheren Ent-

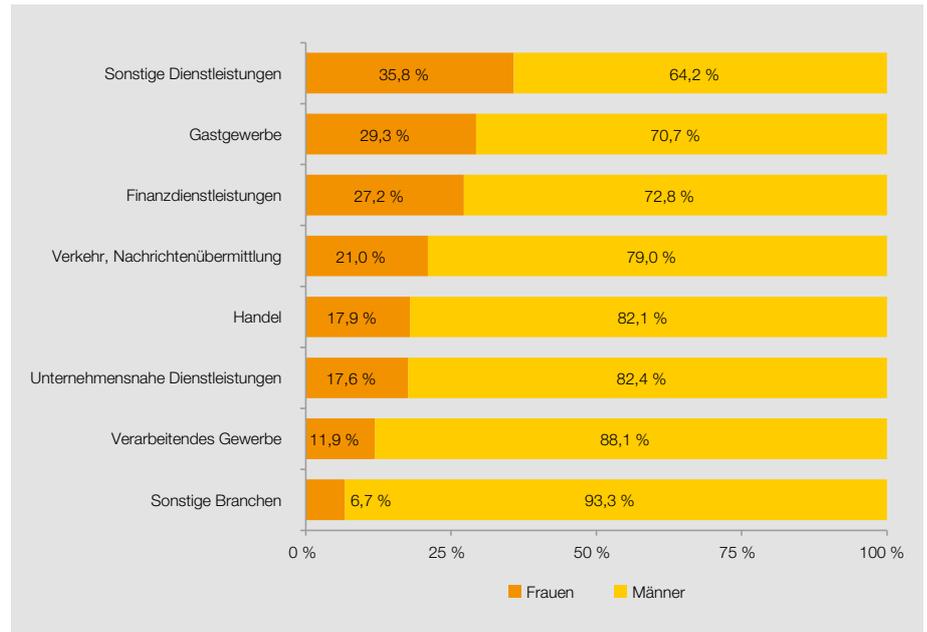
wicklungen des Geschäftsumfelds und des Gründungserfolgs sehen Frauen zugunsten der Stabilität ihres Unternehmens zunächst eher von einer Neueinstellung ab.

3.2 Branchenschwerpunkte – Stand und Entwicklungen

In Deutschland sind im vergangenen Jahrzehnt ein fortschreitender sozioökonomischer Strukturwandel und ein verstärktes Gründungsgeschehen im Dienstleistungsbereich zu beobachten. Diese Entwicklung ist insbesondere auch auf die Gründungsaktivität von Frauen zurückzuführen. So gründen rund 43 Prozent der Frauen ihr Unternehmen im Bereich der Persönlichen Dienstleistungen, etwa 32 Prozent im Bereich der Wirtschaftlichen Dienstleistungen sowie 17 Prozent im Handel. Demgegenüber gründen nur knapp 20 Prozent der Männer ihr Unternehmen im Bereich der Persönlichen Dienstleistungen – größerer Beliebtheit erfreuen sich Gründungen im Bereich der Wirtschaftlichen Dienstleistungen (39 Prozent). Größere Unterschiede sind u. a. in der Bauwirtschaft auszumachen, auf die 10 Prozent aller Gründungen von Männern, jedoch nur 2 Prozent aller Gründungen von Frauen entfallen (vgl. KfW Research (2014) und ältere Ausgaben des KfW-Gründungsmonitors).

Auch die Auswertungen des KfW-Mittelstandspanels (2014) bestätigen, dass Frauen eher in den Dienstleistungsbranchen unternehmerisch tätig sind. Im Bereich der „Sonstigen Dienstleistungen“ wird mehr als jedes dritte Unternehmen von einer Frau geführt. Auf den Plätzen zwei und drei fol-

Abbildung 15: Unternehmensführung von Frauen und Männern nach Branche im Jahr 2013 in Deutschland



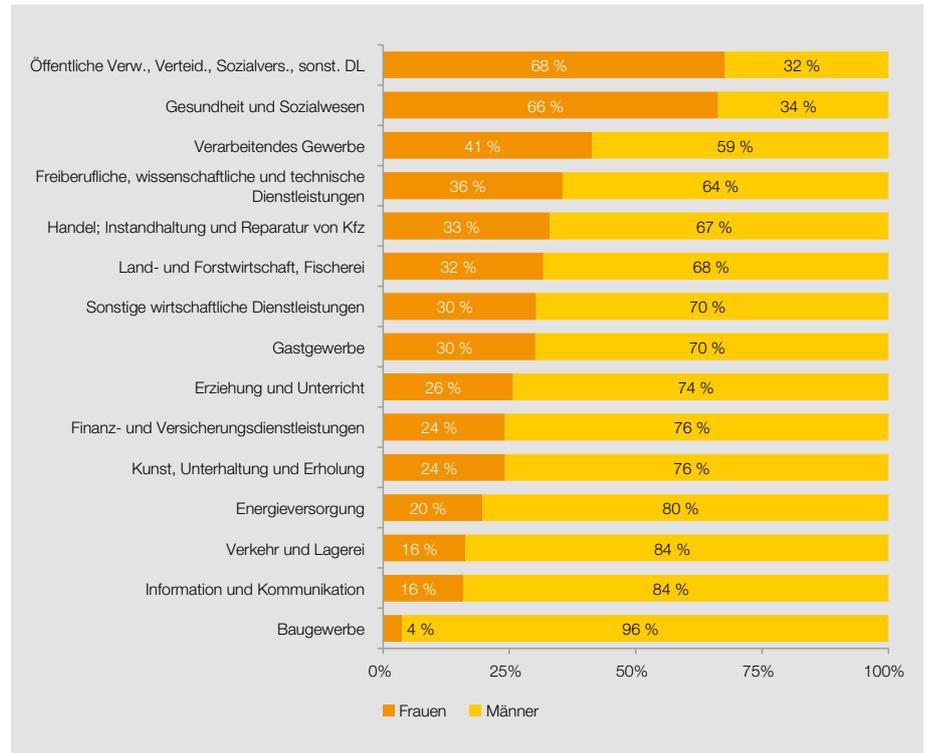
Quelle: KfW-Mittelstandspanel (2014); eigene Darstellung

gen das Gastgewerbe (29,3 Prozent) sowie die Branche der Finanzdienstleistungen (27,2 Prozent). Wie aus Abbildung 15 hervorgeht, ermittelte das KfW-Mittelstandspanel für das Jahr 2013 die geringsten Anteile im „Verarbeitenden Gewerbe“ (11,9 Prozent) sowie in sonstigen Branchen (6,7 Prozent).

Die Branchen Dienstleistung und Handel werden auch aktuell vermehrt von Frauen bei der Neugründung gewählt. In der folgenden Abbildung 16 ist der Anteil der Gewerbeanmeldungen von Frauen im Jahr 2013 nach Branchen dargestellt. Aufgeführt werden nur diejenigen Branchen, in denen Frauen mindestens 20 Prozent der Gewerbeanmeldungen stellen. Auch hier wird deutlich, dass Frauen insbesondere im Gesundheits- und Sozialwesen, in den Bereichen öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherungen und sonstige Dienstleistungen und im Bereich Erziehung und Unterricht gründen.

Insbesondere in den zuvor in Abbildung 15 und 16 aufgeführten Branchen hat ein Großteil der Frauen eine Ausbildung absolviert und berufliche Erfahrungen gesammelt (siehe hierzu nähere Informationen im Kapitel 4). Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels werden in Zukunft besonders der Pflege- und Gesundheitsbereich, aber auch weitere Dienstleistungsbereiche wie Bildung und Erziehung nachgefragt werden – Bereiche, in denen Frauen bereits heute unternehmerisch tätig sind. Weiterhin werden laut einer Studie des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK, 2010). Diese Bedarfe treffen, wie im Kapitel 4 dargestellt, auf zunehmend hoch qualifizierte Frauen mit passendem Ausbildungsprofil und einem in den letzten Jahren gesteigerten Interesse an eigener Unternehmensgründung. Dieses Potenzial gilt es in den kommenden Jahren zu nutzen. Eine Untersuchung, die nur die Entwicklung der Technologiebranchen in Deutschland

Abbildung 16: Anteil der Gewerbeanmeldungen von Frauen und Männern nach Branchen im Jahr 2013 in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt (2014c); eigene Darstellung

einbezog, konnte nachweisen, dass sich die strukturellen Besonderheiten der von Frauen gegründeten Unternehmen auch in diesen Branchen zeigten (vgl. Dautzenberg und Müller-Seitz, 2011). Im Ergebnis lassen sich bei den Gründerinnen eine geringere Anzahl an Neugründungen sowie signifikante Unterschiede hinsichtlich der Unternehmenscharakteristika erkennen.

Weiterhin zeigte die vorliegende Studie im Gegensatz zu bisherigen Beiträgen auf, dass der Unternehmenserfolg nicht davon abhängig ist, ob ein Unternehmen von einer Frau oder einem Mann gegründet wurde. Auch konnte nicht gezeigt werden, dass die von Frauen gegründeten Unternehmen über eine höhere oder geringere Eigenkapitalquote verfügten.

3.3 Freie Berufe – Stand und Entwicklungen

Die Freien Berufe (siehe Glossar) haben im letzten Jahrzehnt durch einen massiven Anstieg stetig an Bedeutung gewonnen. Allein von 2004 bis zum Jahr 2014 konnte in den Freien Berufen ein Anstieg von 54,8 Prozent (von 817.000 auf 1.265.000) verzeichnet werden (vgl. IFB, 2014b). Hier ist besonders die Rolle der Frauen zu unterstreichen, da der Frauenanteil in den Freien Berufen relativ hoch liegt.

Trotz der hohen Bedeutung der Freien Berufe für die Volkswirtschaft in Deutschland existiert bislang noch keine Datenbasis oder berufsübergreifende, empirisch fundierte Studie zum Gründungsverhalten von Männern und Frauen in den Freien Berufen (vgl. Paic, 2006). Dennoch kann, u. a. aufgrund des hohen Frauenanteils im Dienstleistungssektor, davon ausgegangen werden, dass der Frauenanteil bei den Selbstständigen in den Freien Berufen erheblich höher liegt als im Durchschnitt aller Selbstständigen (vgl. Hohlheimer, 2008). Bei der Betrachtung der Veränderung des Frauenanteils unter den unternehmerisch

Selbstständigen in ausgewählten Freien Berufen in Deutschland ist ohne Ausnahme ein langfristig positiver Trend festzustellen (vgl. IFB, 2014c). Bei denjenigen Freien Berufen, bei denen Daten zu Selbstständigen für das Jahr 2014 vorliegen, zeigt sich, dass der Frauenanteil bei den Freien Heil- und Kulturberufen besonders hoch liegt (vgl. Tabelle 11). Besonders hoch lag der Frauenanteil beispielsweise bei den Psychotherapeuten mit 71,2 Prozent (vgl. IFB, 2014c). Hohe Steigerungsraten zwischen 1988 und 2014 können bei den Musikerinnen (30,8 Prozentpunkte) und Tierärztinnen (27,7 Prozentpunkte) verzeichnet werden.

Tabelle 11: Anteil der Frauen an den Selbstständigen in Freien Berufen in Deutschland in den Jahren 1988, 2001 und 2014

	Freie Berufe	Frauenanteile			Veränderung des Frauenanteils zwischen 1988 und 2014
		1988	2001	2014	in Prozentpunkten
Heilberufe	Ärztinnen	21,0%	33,2%	37,9%	16,9
	Zahnärztinnen	20,0%	34,0%	36,9%	16,9
	Tierärztinnen	19,0%	30,7%	46,7%	27,7
	Psychotherapeutinnen	k. A.	k. A.	71,2%	k. A.
Kulturberufe	Bildende Künstlerinnen	33,0%	42,7%	49,1%	16,1
	Darstellende Künstlerinnen	51,0%	48,7%	52,9%	1,9
	Musikerinnen	9,0%	33,5%	39,8%	30,8
	Publizistinnen	36,0%	45,8%	52,5%	16,5
Technische und naturwissenschaftliche Berufe	Apothekerinnen	35,0%	42,3%	46,4%	11,4
	Architektinnen	k. A.	16,4%	23,7%	k. A.
	Beratende Ingenieurinnen	k. A.	9,0%	k. A.	k. A.
Rechts-, wirtschafts- und steuerberatende Berufe	Rechtsanwältinnen	11,0%	25,3%	33,3%	22,2
	Patentanwältinnen	5,0%	8,3%	13,4%	8,4
	Nur Notarinnen	1,0%	18,5%	19,6%	18,6
	Steuerberaterinnen/-bevollmächtigte	17,0%	26,3%	31,5%	14,5
	Wirtschaftsprüferinnen	k. A.	7,9%	11,2%	k. A.
	Vereidigte Buchprüferinnen	10,0%	13,1%	13,5%	3,5

Quelle: IFB (2014c); eigene Darstellung

Zusammenfassend zeigt sich, dass im Betrachtungszeitraum in fast allen Freien Berufen eine Zunahme des Frauenanteils bei den Selbstständigen zu verzeichnen ist. Vor allem die personenbezogenen und wissensintensiven Dienstleistungen sind für Frauen besonders attraktiv. Wie bereits angeführt, sind es diese Branchen, die aufgrund des demografischen Wandels zukünftig vermehrt nachgefragt werden.

3.4 Innovationsgehalt der angebotenen Produkte und Dienstleistungen

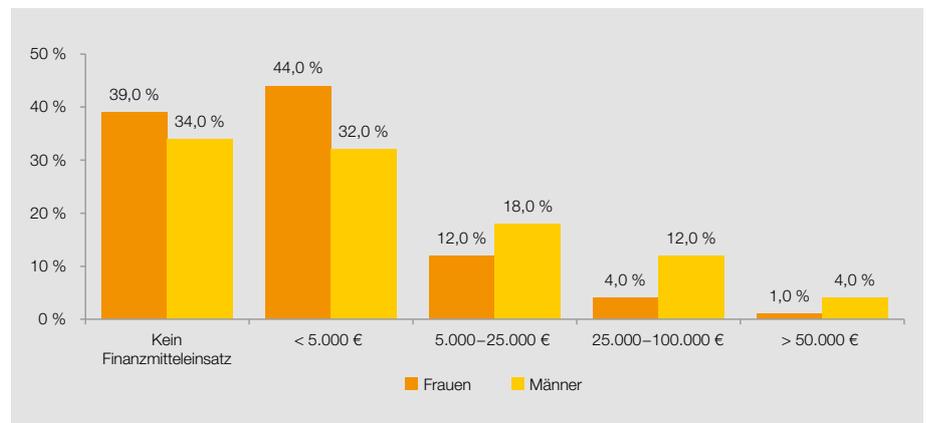
Obwohl Frauen und Männer unterschiedliche Branchen wählen, fand eine Studie von KfW-Research über Gründerinnen heraus, dass sich ihre Unternehmensvorhaben hinsichtlich des Innovationsgehalts nicht voneinander unterscheiden. Laut einer Befragung bietet ein Großteil der Gründerinnen und Gründer (jeweils 86 Prozent) nach eigenen Einschätzungen Produkte oder Dienstleistungen an, die keine Marktneuheiten darstellen (vgl. KfW-Research, 2010). Nur rund jede bzw. jeder Zehnte startet mit einer Innovation und Neuheit für den regionalen Markt. Hier liegen Frauen mit zehn Prozent etwas höher als Männer mit neun Prozent. Die Einführung innovativer Dienstleistungen und Produkte in den nationalen oder internationalen Markt ist noch seltener. Hier gaben vier Prozent der Gründerinnen und fünf Prozent der Gründer an, dass es sich bei der Einführung ihrer Produkte und Dienstleistungen um Innovationen handelt.

3.5 Kapitalausstattung und Finanzierung der Unternehmen

Die größte Herausforderung sowohl für Unternehmerinnen als auch für Unternehmer ist es, eine ausreichende Finanzierung für die Gründung ihres Unternehmens sicherzustellen (vgl. Hill et al., 2006). Eine Vielzahl von Studien kommt zu dem Ergebnis, dass von Frauen geführte Unternehmen zum Gründungszeitpunkt über eine geringe (Eigen-)Kapitalausstattung verfügen und

weniger Fremdfinanzierung beanspruchen als von Männern gegründete Unternehmen (vgl. Greene et al., 2001). Es fällt weiterhin auf, dass Gründerinnen weniger Kapital für die Gründung des eigenen Unternehmens benötigen als Männer. Der Großteil der Gründerinnen (83 Prozent) und Gründer (66 Prozent) gab an, keine finanziellen Mittel oder nur Finanzmittel bis zu einer Höhe von max. 5.000 Euro in Anspruch genommen zu haben.

Abbildung 17: Finanzmittelhöhe bei Gründung im Jahr 2013

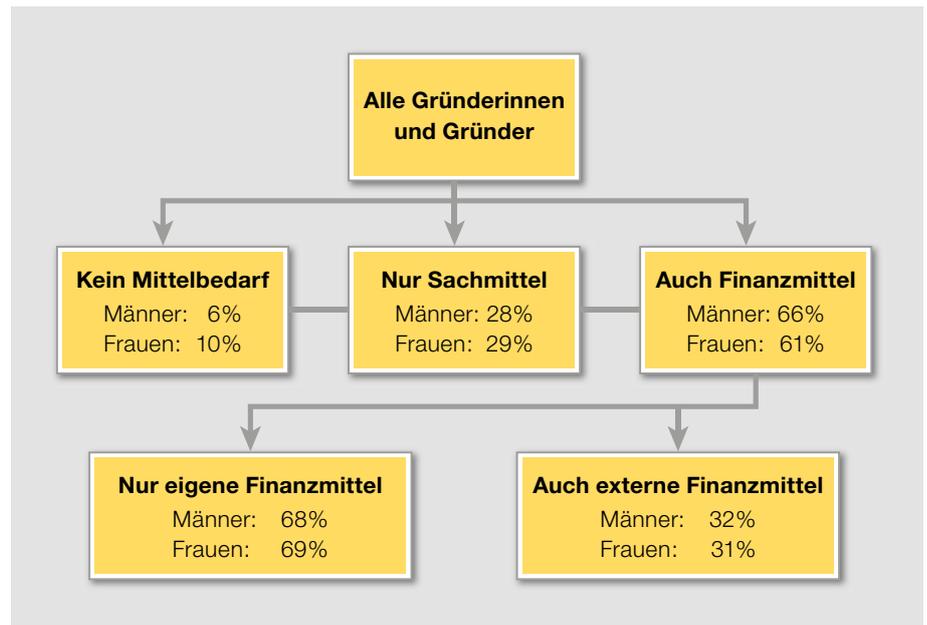


Quelle: KfW-Mittelstandspanel (2014); eigene Darstellung

Hinsichtlich der Kapitalstruktur zeigt sich, dass Unternehmerinnen verstärkt auf eigene finanzielle Mittel zurückgreifen, wie Ersparnisse, private Darlehen oder eigenes Einkommen aus dem Unternehmen bzw. Umsatz (vgl. Metzger et al., 2008). Eine besondere Rolle besitzt in diesem Kontext die finanzielle Unterstützung durch die Familie und den Freundeskreis (vgl. Haynes und Helms, 2000). Unternehmer greifen tendenziell eher auf Finanzierungsmöglichkeiten wie Überziehungskredite, Darlehen und Lieferantenkredite zurück (vgl. Carter und Weeks, 2002). Unternehmerinnen gelten im Zusammenhang mit der eigenen Unternehmensfinanzierung als risikobewusster. Im Vergleich zu Männern nehmen sie seltener Kredite auf, und wenn, mit geringerem Finanzvolumen (vgl. Treichel und Scott, 2006). Abbildung 18 verdeutlicht den unterschiedlichen Finanzmitteleinsatz der durch KfW-Research 2013 befragten Gründerinnen und Gründer. Hiernach gaben 94 Prozent der Gründer und 90 Prozent der Gründerinnen an, einen Bedarf an Sach- oder Finanzmitteln zu haben.

Weiterhin gaben aus dieser Gruppe 69 Prozent der Gründerinnen an, nur auf eigene Finanzmittel zurückgegriffen zu haben. Bei den befragten Gründern war der Bedarf an externen Finanzmitteln mit 32 Prozent knapp höher als bei den Gründerinnen. Die Volumina der eingesetzten Finanzmittel bei Existenzgründungen unterscheiden sich merklich zwischen den Geschlechtern – werden Finanzmittel im Zuge der Gründung eingesetzt, so betragen diese im Jahr 2013 im Durchschnitt 27.500 Euro bei Männern, während die Durchschnittssumme bei Frauen bei rund 6.500 Euro lag (vgl. KfW Research, 2014b).

Abbildung 18: Finanzmitteleinsatz von Gründerinnen und Gründern im Jahr 2013 in Deutschland



Quelle: KfW Research (2014); eigene Darstellung

Ein wesentlicher Grund für den geringeren Finanzierungsbedarf der Gründerinnen leitet sich aus der unterschiedlichen Branchenwahl her. Wie bereits dargestellt, gründen Frauen vermehrt im Dienstleistungssektor. Anders als in der Bauwirtschaft und im verarbeitenden Gewerbe sind hier zumeist keine hohen Anfangsinvestitionen nötig. Das wichtigste Kapital ist hier vor allem das Wissen und die Ausbildung.

Studien zu Female Entrepreneurship beschäftigten sich im Zusammenhang mit den geringeren externen Finanzmitteln bei den von Frauen gegründeten Unter-

nehmen mit dem Zugang zu Fremdkapital. Als Ablehnungsgrund seitens der Kapitalgebenden gelten u. a. die tendenziell häufiger unterbrochene berufliche Vita der Frauen und damit einhergehend geringere Vermögenswerte, die als Sicherheiten für Fremdkapital gelten (vgl. Lauxen-Ulbrich und Leicht, 2004). Zudem sind für kleinere Unternehmen die Hürden für einen Kredit nach wie vor höher. Da Frauen im Durchschnitt kleinere Unternehmen gründen und somit kleinere Finanzvolumina nachfragen, sind sie von schlechteren Konditionen betroffen. Auch sind die Branchen, in denen Frauen vermehrt ein Unternehmen gründen,

für Kreditgeber unattraktiver, da mit niedrigen Eintrittsbarrieren versehen und mit hohem Wettbewerb konfrontiert. Allerdings konnte auch festgestellt werden, dass es eher die kleineren Unternehmen sind, die im Kreditrahmen bleiben und ihre Verbindlichkeiten im Hinblick auf das in Anspruch genommene Fremdkapital erfüllen.

3.6 Wachstum und Investitionsverhalten

Im KfW-Mittelstandspanel (2010) wurde untersucht, wie sich die Investitionstätigkeit der von Frauen geführten Unternehmen zwischen 2006 und 2009 verhielt. Bei der Untersuchung fiel auf, dass die Wachstumsraten der von Frauen geführten Unternehmen stets um ein bis zwei Prozentpunkte unter denen von Männern geführten Unternehmen lagen. Im Krisenjahr 2009 wiesen sowohl die von Frauen als auch die von Männern geführten Unternehmen negative Wachstumsraten auf. Allerdings verzeichneten die Unternehmen der Frauen einen deutlich geringeren Umsatzeinbruch. Dies lässt den Rückschluss zu, dass die von Frauen geführten Unternehmen zwar langsames, dafür jedoch stabileres Wachstum generieren. Es konnte gezeigt werden,

dass von Frauen geführte Unternehmen in Konjunkturzeiten weniger stark wachsen, die Umsätze in Krisenzeiten jedoch weniger stark einbrechen.

Ähnliches lässt sich bei dem Investitionsverhalten von Unternehmerinnen feststellen. Im KfW-Mittelstandspanel werden regelmäßig die getätigten Investitionen von Unternehmerinnen und Unternehmern untersucht. Dabei wird deutlich, dass der Anteil der investierenden Unternehmen, die von Frauen geführt werden, geringer ist als der der männlichen Unternehmer. Weiterhin konnte festgestellt werden, dass Frauen das Investitionsverhalten schneller an Rezessionen anpassen als Männer, dafür aber bei einer positiven Konjunktur zu einem späteren Zeitpunkt Investitionen tätigen (siehe Tabelle 12).

Tabelle 12: Investitionstätigkeit im Mittelstand nach Geschlecht, Deutschland 2003–2013

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Investorinnen	33,4 %	34,3 %	33,4 %	39,4 %	45,3 %	39,3 %	29,9 %	39,1 %	32,6 %	30,0 %	38,7 %
Investoren	47,9 %	45,4 %	40,3 %	52,6 %	53,4 %	53,9 %	44,5 %	47,3 %	44,5 %	42,9 %	44,1 %

Quelle: KfW-Mittelstandspanel (2014); eigene Darstellung

4. Personenbezogene Daten und Fakten

Die Betrachtung der auf das Individuum bezogenen Merkmale stellt einen zweiten zentralen Forschungsbereich des Female Entrepreneurship dar. So erklären die Gründungsmotivation, das vorhandene Wissen und die Fähigkeiten, das Risikoverhalten, der Aufbau und Umgang mit Netzwerken, aber auch die gesellschaftliche Verankerung des Unternehmerinnenbildes die beschriebenen Eigenschaften der von Frauen geführten Unternehmen. Nachfolgend wird auf die genannten Eigenschaften detailliert eingegangen, die vor dem Hintergrund möglicher Potenziale diskutiert werden.

4.1 Gesellschaftsbild und Gründungsklima

Das gesellschaftliche Bild der Unternehmerin hat nicht unmittelbar Einfluss auf eine Unternehmensgründung von Frauen. Mittelbar trägt es dennoch dazu bei, ob und wie Gründerinnen und Unternehmerinnen sich mit ihren Unternehmen in der Unternehmenslandschaft etablieren. Eine Studie von Kay et al. (2006) stellte hierzu fest, dass die Gründung nicht durch Einstellungen oder Leitbilder beeinflusst wird, sondern die Gründungsabsicht und die Geschäftsidee maßgeblich für die Entscheidung sind. Allerdings konnte ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Identifikationsfähigkeit potenzieller Gründerinnen und Gründer mit dem Unternehmertum und der Gründungsneigung gefunden werden (vgl. Kay und Werner, 2006). Für die Identifikation mit dem Unternehmertum spielen wiederum das Gesellschaftsbild und Leitbilder eine entscheidende Rolle. Frauen gründen und führen mit höherer Wahrscheinlichkeit ein Unternehmen, wenn

sie innerhalb der Gesellschaft wahrnehmen, dass ihnen die Möglichkeit für Unternehmertum offensteht. Laut einiger Studien werden „unternehmerische Eigenschaften“ in Deutschland tendenziell nach wie vor mit typisch männlichen Merkmalen assoziiert (vgl. Holst, 2002). Dies kann sich sowohl auf die Gründungsneigung als auch auf die Wachstumsorientierung von Unternehmerinnen auswirken, wenn Frauen das Unternehmertum für sich selbst als sanktioniert wahrnehmen.

In einer Studie von Welter und Achtenhagen (2006) zu Unternehmerinnenbild und -identität wurde deutlich, dass Unternehmerinnen nach wie vor eine Abweichung zur vorgegebenen gesellschaftlichen Norm – dem bis heute männlich geprägten Unternehmertum – darstellen. Sie gelten demnach als Ausnahme und werden als etwas Besonderes wahrgenommen (vgl. Welter und Achtenhagen, 2006). Dies hat zur Folge, dass Frauen sich im geringeren Umfang mit dem nach wie vor männlich geprägten Unternehmerbild identifizieren können (vgl. Bührmann et al., 2006).

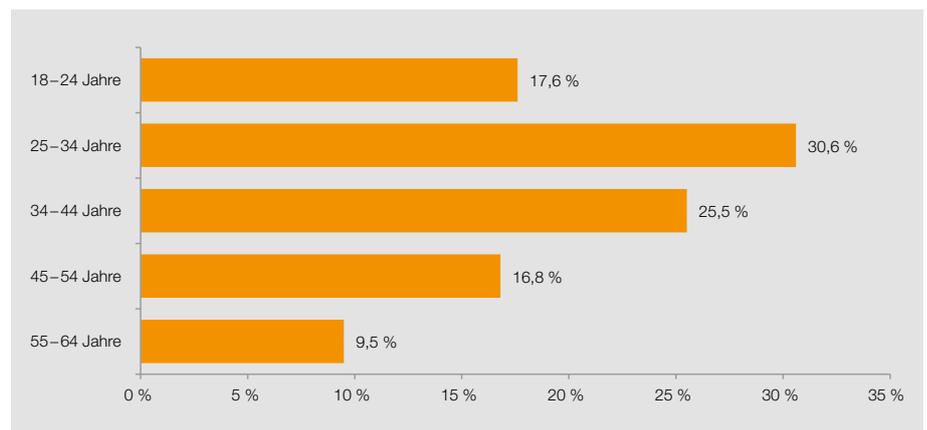
Da Medien einen entscheidenden Einfluss auf das Bild und die Identität einer Unternehmerin haben und eine sogenannte „Gatekeeper-Funktion“ bei der Vermittlung von Normen, Werten und Meinungen einnehmen, wurden diese intensiver untersucht. Welter und Achtenhagen (2011) analysierten, wie Unternehmerinnen in den deutschen Medien präsentiert werden. Das Ergebnis der Studie ist, dass die deutsche Presse bis heute nur sehr wenige Artikel über Unternehmerinnen veröffentlicht. Die wenigen Artikel, die das Thema des Unternehmertums von Frauen aufnahmen,

spiegelten meist ein stereotypisiertes Bild einer Unternehmerin wider (vgl. Welter und Achtenhagen, 2011). Dabei werden meist zwei unterschiedliche Unternehmerinnenbilder dargestellt. Zum einen thematisieren deutsche Zeitungen in Bezug auf Unternehmerinnen vor allem die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und die Unterstützung des (Ehe-)Partners. Dabei wird die Rolle der Unternehmerin als Mutter und Ehefrau besonders betont. Zum anderen geben die Medien insbesondere von erfolgreichen Unternehmerinnen ein männlich geprägtes Bild wieder. Unternehmerinnen sind dabei hart arbeitende Powerfrauen, die sich mit Härte und Energie in einem männerdominierten Bereich „behaupten“ können. Zuletzt zeigte die Auswertung von Welter und Achtenhagen (2011), dass die unternehmerischen Vorhaben und Leistungen der Unternehmerinnen in den Medien nicht im vergleichbaren Maße anerkannt werden. So erscheinen die meisten Artikel über Unternehmerinnen nicht im Wirtschafts- und Finanzteil der Zeitungen, sondern eher in gesellschaftlich und kulturell orientierten Teilen wie dem Feuilleton. Die Vielfalt der Unternehmerinnenbilder sowie die Wege zu Gründung und Selbstständigkeit werden in den Medien nach wie vor vernachlässigt.

Unter der Annahme, dass die Medien nicht nur die Gesellschaft prägen, sondern auch von dieser geprägt werden, hat die fehlende Repräsentanz eines Unternehmerinnenbildes in den Medien einen Einfluss auf die Akzeptanz in der Gesellschaft und die Bereitschaft einer Frau, die Selbstständigkeit als eine Karrieremöglichkeit in Betracht zu ziehen.

Bereits in den 1990er-Jahren wurde durch die Forschung belegt, dass Vorbilder für das Unternehmertum von besonderer Wichtigkeit sind (vgl. Wright und Baxter, 2000). Weiterhin stellten Studien fest, dass Vorbilder und Mentoring für Frauen eine große Rolle spielen. Laut der Studien erhöht sich die Gründungsneigung der Frauen, wenn Personen innerhalb der Familie, im Freundeskreis oder die Partner unternehmerisch selbstständig sind. Weiterhin wurde festgestellt, dass Unternehmerinnen und Unternehmer öfter aus Familien kommen, in denen die Eltern bereits selbstständig waren (vgl. Ramm, 2001). Die Rolle von Vorbildern ist demnach sowohl für Frauen als auch für Männer von besonderer Wichtigkeit. Allerdings haben Frauen nach wie vor weniger weibliche Vorbilder außerhalb des Familien- und Bekanntenkreises, da „Unternehmerbild“ und „Unternehmererfolge“ nach wie vor männlich geprägt sind.

Abbildung 19: Relative Altersverteilung der Gründerinnen im Jahr 2013



Quelle: KfW Research (2014a); eigene Darstellung

4.2 Alter der Gründerinnen

Fast ein Drittel der Gründerinnen ist im Alter zwischen 25 bis 34 Jahre, wenn sie ihr Unternehmen gründen (siehe Abbildung 19). Rund ein Viertel der Gründungen entfällt auf Frauen in der Altersklasse zwischen 34 und 44 Jahren (vgl. KfW Research, 2014a).

Da besonders viele Frauen im Alter zwischen 25 und 44 Jahren ein Unternehmen gründen, kann davon ausgegangen werden, dass Frauen bei der Gründung bereits über erste relevante Berufs- und Branchenerfahrung verfügen. Zudem hat fast die Hälfte der Gründerinnen bereits mindestens ein Kind (vgl. Abel-Koch, 2014). Mehrere Studien haben festgestellt, dass selbstständige Frauen generell häufiger mit Kindern im Haushalt leben als abhängig beschäftigte Frauen (vgl. Blanchflower und Shadforth,

2007; Gather et al., 2008; Noseleit, 2014). Weitere Ergebnisse zeigen, dass Kinder den Schritt in die Selbstständigkeit positiv beeinflussen. Laut einer Untersuchung von Gerlach und Schneider (2010) bestärken insbesondere sehr junge Kinder die Selbstständigkeitsneigung von Frauen. Für dieses Phänomen werden zwei Gründe angeführt. Zum einen können selbstständige Frauen durch die flexiblere Arbeitszeitgestaltung die Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit autonom gestalten. Zum anderen ist der Schritt in die Selbstständigkeit nach einer familienbedingten Erwerbsunterbrechung oftmals die einzige oder aber attraktivere Möglichkeit, wieder in das Berufsleben einzusteigen (vgl. Gerlach und Schneider, 2010).

4.3 Herkunft der Gründerinnen

In Deutschland lebten im Jahr 2013 rund 15,9 Millionen Personen mit Migrationshintergrund (davon rund je 7,9 Millionen Männer und Frauen) (vgl. Statistisches Bundesamt, 2014a)⁴. Davon sind insgesamt 708.000 selbstständig tätig. Frauen mit nicht deutscher Staatsangehörigkeit verfolgen überproportional häufig eine berufliche Selbstständigkeit. Ihre Selbstständigkeitsquote liegt mit 8,9 Prozent über der entsprechenden Quote von Frauen mit deutscher Staatsangehörigkeit (7,3 Prozent) (vgl. Neuffer, 2015).

Die Gründungsaktivität von Frauen mit Migrationshintergrund steigt kontinuierlich. Die Ergebnisse von Lauxen-Ulbrich und Leicht (2006) zeigen zudem, dass sich die Anzahl selbstständiger Frauen mit Migrationshintergrund seit den 1990er-Jahren anteilig nicht nur stärker als die der deutschen Frauen, sondern auch stärker als die der Männer mit Migrationshintergrund erhöht hat. Dabei ist ein besonderer Anstieg der osteuropäischen Herkunftsgruppen im Gründungsgeschehen der letzten Jahre zu verzeichnen (vgl. Kohn und Spengler, 2007).

Weiterhin kann im Hinblick auf unternehmerisch selbstständige Migrantinnen⁵ festgestellt werden, dass sie zum großen Teil eine sehr gute Ausbildung aufweisen. Ihre Qualifikation ist besser als die der selbstständigen männlichen Migranten. So weisen laut einer Migrantinnen- und Migranten-

befragung 45 Prozent der unternehmerisch selbstständigen Migrantinnen einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss auf, während unter den Männern nur jeder Dritte ein Studium absolviert hat (vgl. Evers & Jung, 2008). Auch der Anteil der Personen, die angaben, einen Beruf ohne Abschluss erlernt zu haben, liegt bei den Frauen mit acht Prozent niedriger als bei den Männern mit elf Prozent. Das hohe Bildungsniveau unter den Befragten entspricht den Befunden anderer Studien zu den Charakteristika von Gründerinnen und Gründern mit Migrationshintergrund in Deutschland. So ermittelte beispielsweise das IfM Mannheim in einer Studie zur ethnischen Ökonomie in Deutschland auf Basis von Zahlen des Mikrozensus (siehe Glossar) einen verhältnismäßig hohen Anteil akademisch gebildeter Gründerinnen mit Migrationshintergrund (vgl. Leicht, 2005). Allerdings wird in den Studien auf Unterschiede zwischen den einzelnen Ethnien der selbstständigen Migrantinnen hingewiesen. Der größte Anteil unternehmerisch selbstständiger Frauen mit Migrationshintergrund ist osteuropäischer Herkunft (rund 63 Prozent). Demgegenüber dominieren Migrantinnen türkischer Herkunft ohne formalen Berufsabschluss (50 Prozent) (vgl. Evers und Jung, 2008).

Neben der ansteigenden Anzahl selbstständiger Frauen mit Migrationshintergrund konnte zudem eine Veränderung der Branchenschwerpunkte festgestellt werden. Demnach verliert die traditionelle Gastronomie-Orientierung an Bedeutung (vgl. Kohn und Spengler, 2007). So wird deutlich, dass

Unternehmerinnen heute, gleich welcher Herkunft, vor allem im Dienstleistungsbereich tätig sind. Selbstständige Frauen aus Polen und Russland bieten zu einem höheren Anteil wissensintensive Dienstleistungen an, vor allem im Gesundheitswesen (Ärztinnen, Pflege- und Heilberufe) (vgl. Leicht, 2010). Insgesamt ist das Spektrum der Branchen gestiegen, in denen Frauen gründen. Das wachsende Interesse von Frauen mit Migrationshintergrund an der Selbstständigkeit in unterschiedlichen Branchen führt Franken (2007) auf drei mögliche Gründe zurück. Einerseits steigt die Anzahl der Migrantinnen mit einem akademischen Abschluss oder höherer Berufsqualifizierung. Das könnte zu Gründungen in Branchen führen, in denen Frauen mit Migrationshintergrund bisher eher selten gegründet haben. Andererseits können auch drohende Arbeitslosigkeit sowie ein Mangel an Erwerbsalternativen Erklärung für steigende Gründungszahlen sein. Zuletzt verfügen Frauen mit Migrationshintergrund aufgrund ihrer Multikulturalität über besondere Kompetenzen und Eigenschaften, die eine Selbstständigkeit fördern (vgl. Franken, 2007). Dabei bringen Frauen mit Migrationshintergrund auch neue Geschäftsideen und Märkte aus ihren Herkunftsländern mit, die sie in Deutschland schließlich umsetzen.

4 Das Statistische Bundesamt (2014a) greift in der Fachserie: „Bevölkerung und Erwerbstätigkeit“ auf Daten des Mikrozensus (siehe Glossar) zurück, um die Erwerbstätigkeit der Personen mit Migrationshintergrund darzustellen. Hierbei wird folgende amtliche Definition verwendet: Zu den Menschen mit Migrationshintergrund zählen „alle nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderten sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil“.

5 Siehe Definition des Statistischen Bundesamts zu Personen mit Migrationshintergrund.

4.4 Bildung, Wissen und Kompetenzen

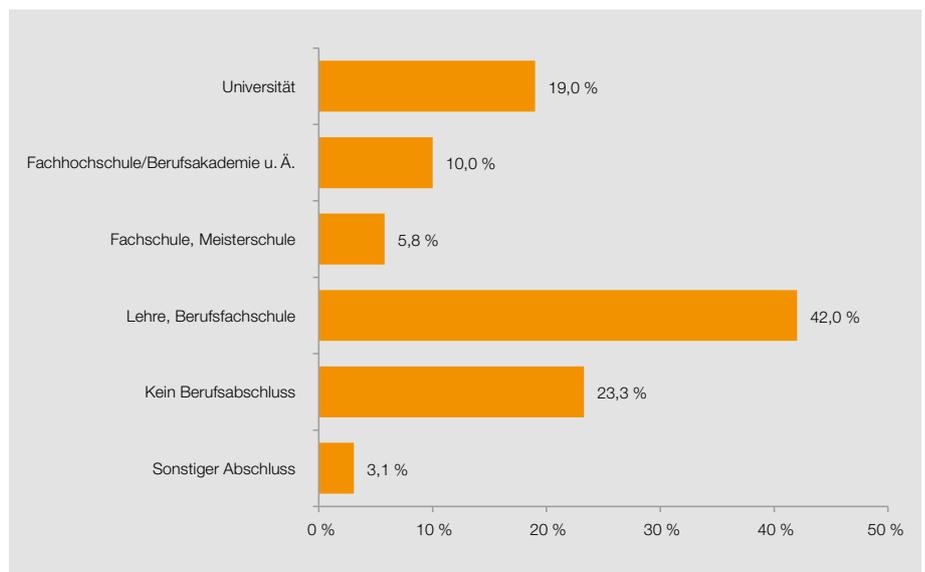
Dem Wissen und den Kompetenzen von Gründerinnen wird in vielen Studien des Female Entrepreneurship Aufmerksamkeit geschenkt, da Ausbildung und Berufserfahrung als wichtige Erfolgsfaktoren für das Unternehmertum gelten. Das Erlernen spezifischen Wissens und die Qualität des Humankapitals sind individuell beeinflussbar. Dies bedeutet im Rückschluss, dass sich jede Person sowohl das Wissen als auch die Kompetenzen, die für eine Unternehmensgründung und -führung benötigt werden, aneignen kann (vgl. Matlay und Carey, 2007).

Im Folgenden wird auf Kenntnisse, die durch Ausbildung erworben werden, Branchen- und Marktkenntnisse, notwendiges Gründungswissen, betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Fähigkeiten zur Unternehmensführung detailliert eingegangen.

4.4.1 Berufsabschlüsse

Bisherige Studien zeigen, dass gut ausgebildete und hoch qualifizierte Personen eher bereit sind, ein Unternehmen zu gründen. Untersuchungen zeigen in diesem Zusammenhang, dass durch einen höheren Ausbildungsgrad die Wahrscheinlichkeit steigt, dass Personen sich selbstständig machen (vgl. KfW Research, 2011b). Im Vergleich zeigt sich, dass Frauen mit einem Fach- oder Hochschulabschluss öfter unternehmerisch tätig werden (vgl. Matlay und Carey, 2007). Dies bestätigen auch die Mikrozensus-Daten, aus denen hervorgeht, dass der Qualifikationsgrad einer selbstständigen Frau im Durchschnitt höher liegt

Abbildung 20: Berufsabschlüsse von Gründerinnen im Jahr 2013



Quelle: KfW Research (2014a); eigene Darstellung

als bei einer Frau im Angestelltenverhältnis (vgl. Statistisches Bundesamt, 2014b). Frauen haben gegenüber Männern in den letzten Jahren im Hinblick auf die Ausbildung stark aufgeholt. So verfügt heute schon mehr als jede zweite junge Frau über die allgemeine oder die Fachhochschulreife. Die Studienberechtigtenquote der Frauen liegt inzwischen über der der Männer (53,3 Prozent im Gegensatz zu 45 Prozent) (vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung, 2012). Dies hat zur Folge, dass fast die Hälfte der Studienanfänger Frauen (46 Prozent) sind (vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung, 2012). Bei der Fächerwahl lassen sich zwischen Frauen und Männern Unterschiede feststellen: Werden die Bereiche der Geisteswissenschaften und Künste klar von Frauen dominiert,

verhält es sich in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) andersherum.

Selbstständige Frauen verfügen heute über höhere Bildungsabschlüsse als Männer, und es gibt unter ihnen mehr selbstständige Akademikerinnen als unter den Männern (vgl. Bührmann und Pongratz, 2010). Diese Tendenz bestätigen auch die Ergebnisse der Sonderauswertung des KfW-Gründungsmonitors 2009, der insgesamt einen besseren Ausbildungsstand von Gründerinnen gegenüber Gründern, gemessen an ihren erreichten Abschlüssen, feststellt (vgl. KfW Research, 2009b). Insgesamt zeigt sich, dass ein Großteil der Gründerinnen über einen „Lehr- oder Berufsfachabschluss“ verfügt (vgl. KfW Research, 2014a).

Vergleicht man die Qualifikationen unternehmerisch selbstständiger Frauen und abhängig beschäftigter Frauen, zeigt sich, dass selbstständige Frauen höher qualifiziert sind. Sowohl Soloselbstständige als auch Unternehmerinnen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weisen ein durchschnittlich höheres Qualifikationsniveau auf als Frauen im Angestelltenverhältnis (vgl. Eurostat, 2012). Damit geht einher, dass Frauen in der Selbstständigkeit ein höheres Einkommen generieren als Frauen in der abhängigen Beschäftigung (vgl. Gather et al., 2010). Trotz dieser höheren Verdienststrukturen stellt die Studie weiterhin fest, dass ein Gender Pay Gap zwischen Frauen und Männern sowohl in der abhängigen Beschäftigung als auch in der Selbstständigkeit besteht (vgl. Gather et al., 2010). Allerdings verringert sich dieser zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern bei steigendem Einkommen (vgl. Eilsberger und Zwick, 2011).

4.4.2 Branchenkenntnisse

Neben dem Ausbildungsniveau legen zahlreiche empirische Arbeiten ihren Fokus auf die Berufserfahrung und somit die Branchen- und Marktkenntnisse von Unternehmerinnen und Unternehmern. Die Ergebnisse zeigen, dass Branchenkenntnisse und Erfahrungen mit dem Markt einen positiven Einfluss auf den Erfolg und das Überleben des Unternehmens haben (vgl. Klandt, 1990). Verheul et al. (2002) befragten 1.158 Gründerinnen und Gründer und kamen zu dem Ergebnis, dass ein Großteil der Gründerinnen über weniger Branchenkenntnisse verfügte als ihre männlichen Kollegen. Laut der Studie von Ettl (2010) müssen dabei allerdings die unterschiedlichen Einflussmöglichkeiten der Familien- und Lebensplanung berücksichtigt werden. Wenn die Biografien der Frauen keine familiär bedingten Unterbrechungszeiten aufweisen, verfügen sie über nahezu identische Erfahrungen und gleiche Branchen-

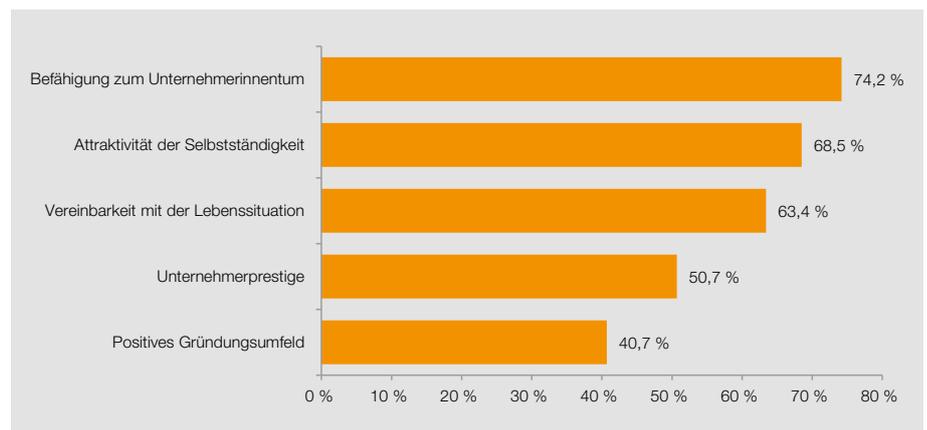
kenntnisse. Frauen mit Kindern weisen zum Teil weniger Jahre an Berufserfahrung auf als Frauen ohne Kinder, was auf familienbedingte Erwerbsunterbrechungen zurückzuführen ist. Allerdings verfügen Frauen mit Kindern meist über andere Kompetenzen – wie beispielsweise die Befähigung zur autonomen und flexiblen Arbeitseinteilung und die Fähigkeit zum Erstellen kurz- und langfristiger Planungen. Zudem sind sie in der Lage, Prioritäten zu setzen, Kalkulationen aufzustellen und besitzen arbeitsorganisatorische Fähigkeiten (vgl. Ettl, 2010).

4.4.3 Entrepreneurial Skills

Unter den sogenannten „Entrepreneurial Skills“ versteht man Fähigkeiten, die eine Unternehmensgründung positiv begünstigen. Im Rahmen bisheriger Studien wurden fünf Fähigkeiten identifiziert, die besondere Bedeutung für die Gründungsphase und das Unternehmertum zeigen: Extraversion, emotionale Stabilität, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit (vgl. Furdas und Kohn, 2010). Untersuchungen zeigen, dass sich Männer und Frauen hinsichtlich der genannten Attribute unterscheiden. So wurde festgestellt, dass Frauen oftmals Risiken bewusster wahrnehmen und ihre eigenen Kompetenzen kritischer einschätzen. Zudem agieren Frauen gewissenhafter und besorgter (vgl. Tchouvakhina, 2004). Die folgende Abbildung 21 verdeutlicht, dass sich der Großteil der Gründerinnen (74 Prozent) zur Unternehmerin befähigt sieht. 69 Prozent bezeichnen die unternehmerische Selbstständigkeit als attraktiv. Dahingegen nehmen nur verhältnismäßig wenige Gründerinnen (41 Prozent) ihr Gründungsumfeld als positiv wahr.

Der Anteil von Frauen in Führungspositionen stellt seit Jahren eines der wichtigsten Themen der arbeitsmarkt- und gleichstellungspolitischen Diskussionen dar (vgl. Günther und Körner, 2011). Obwohl ihr Anteil laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2012 mit 28,6 Prozent einen Höchststand erreichte, zeigt diese Zahl die nach wie vor bestehende Segregation im Hinblick auf Frauen in Führungspositionen in Deutschland (vgl. Statistisches Bundesamt, 2013b). Als Konsequenz hieraus verfügen

Abbildung 21: Einstellungen zum Unternehmertum von Gründerinnen⁶



Quelle: KfW Research (2009b); eigene Darstellung

Frauen zum Zeitpunkt der Gründung des eigenen Unternehmens über weniger Führungserfahrung.

Weitere Arbeiten befassen sich mit dem Führungsstil von Unternehmerinnen. In einigen Studien konnte gezeigt werden, dass der Führungsstil von Frauen eher demokratisch und partizipativ ist, wobei sie es bevorzugen, innerhalb des Teams Konsensentscheidungen zu treffen (vgl. Verheul et al., 2002). Dadurch ist die Organisationsstruktur der von Frauen gegründeter Unternehmen von Beginn an in der Tendenz eher dezentral und informell aufgebaut (vgl. Verheul et al., 2002).

In einer Studie von Dej et al. (2010) wurden Unternehmerinnen und Unternehmer im Hinblick auf ihre Charaktereigenschaften

untersucht. In Bezug auf die Leitung des Unternehmens wurde bei Frauen „kooperatives Verhalten“ und „Rücksichtnahme und soziales Verhalten“ am häufigsten beobachtet. Es konnte gezeigt werden, dass Frauen ein kooperatives Vorgehen bei der Strukturierung und Lösung von Problemen sowie Offenheit und Empathie im Umgang mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufweisen. Zudem bestätigte sich der personenorientierte und partizipative Führungsstil der Frauen. Dies schließt die Offenheit für Ratschläge und aktives Suchen nach Unterstützung bei Problemen mit ein, was Ausdruck proaktiven Handelns ist (vgl. Frese und Fay, 2010). Im Rückschluss bedeutet dies transparente Firmenentscheidungen sowie Mitarbeiterbindung an das Unternehmen durch eine wertschätzende Arbeitsatmosphäre.

4.4.4 Betriebswirtschaftliche Kenntnisse

Um die Anforderungen in der Gründungsphase und die Führung des Geschäftsbetriebs bewältigen zu können, sollte der Unternehmer oder die Unternehmerin über betriebswirtschaftliche Fähigkeiten, die sogenannten „Business Skills“, verfügen. Inwieweit es Unterschiede in den betriebswirtschaftlichen Kenntnissen von Frauen und Männern gibt, wird in der Literatur nicht einheitlich beantwortet. In älteren Studien wird darauf hingewiesen, dass Frauen tendenziell weniger Managementenerfahrungen aufweisen, insbesondere in den Bereichen der Finanzplanung, im Aufbau einer Unternehmensorganisation, der Marketingplanung und dem Rechnungswesen (vgl. Allen und Truman, 1993). Einige Autoren stellten

in diesem Zusammenhang jedoch auch fest, dass Frauen nicht über weniger „Business Skills“ verfügen, sondern von Beginn an eine andere Unternehmensplanung und -struktur verfolgten (vgl. Moore und Buttner, 1997). In neueren Studien hingegen wird betont, dass Frauen durchaus über mindestens gleichwertige betriebswirtschaftliche Kompetenzen wie ihre männlichen Pendanten verfügen (vgl. Walker und Webster, 2006). Der Anteil der Frauen, die ein Studium in wirtschaftswissenschaftlichen Fächern erfolgreich abgeschlossen haben, ist in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich gestiegen.

In einer Studie über spezifische Unterschiede zwischen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern stellten Meyer und Harabi (2000) fest, dass sich Frauen mit fast allen Teilbereichen eines Businessplans intensiver beschäftigten als Männer. Besonders deutlich werden diese Unterschiede in den Bereichen der innerbetrieblichen Fragen, wie der Entwicklung der Geschäftsidee, des Produkts, der Dienstleistung und des Verfahrens. Besonders intensiv setzen sich Frauen mit der Analyse der Kundenbedürfnisse auseinander. Frauen überlegen stärker, welche genauen Bedürfnisse ihre potenziellen Kundinnen und Kunden haben könnten (vgl. Meyer und Harabi, 2000). Weniger Beachtung finden Aspekte der Kundenakquisition sowie die Analyse der Markt- und Konkurrenzentwicklung.

4.5 Gründungsmotivation

In den letzten Jahren ist das Forschungsinteresse an den Beweggründen für eine Unternehmensgründung stetig gestiegen. Wissenschaftliche Studien verweisen darauf, dass die persönlichen Beweggründe für eine Gründung ausschlaggebende Faktoren für den unternehmerischen Erfolg darstellen (vgl. Timmons und Spinelli, 2003). Die Literatur verweist auf sogenannte „Push“- und „Pull“-Faktoren als Motive für eine Unternehmensgründung (vgl. Orhan und Scott, 2001). Die „Push“-Faktoren bezeichnen Faktoren, die Frauen und Männer aus der Notwendigkeit heraus zur Selbstständigkeit motivieren. Dies können Frustration in einem Beschäftigungsverhältnis, Arbeitslosigkeit, die Notwendigkeit eines höheren Einkommens oder der Bedarf höherer zeitlicher Flexibilität sein (vgl. Alstete, 2003). Unter den „Pull“-Faktoren werden Aspekte wie Passion für das Unternehmertum oder Umsetzung von Ideen, Streben nach Unabhängigkeit und Autonomie und höhere Zufriedenheit verstanden (vgl. Alstete, 2003). Die Entscheidung für eine Gründung ist oftmals ein langer und wohlüberlegter Weg, und daher vermischen sich in der Realität beide Arten von Motivlagen und führen somit erst in der Summe zu der Entscheidung, ein Unternehmen zu gründen. Für selbstständige Frauen in Deutschland sind die „Durchsetzung eigener Ideen“, „Verwirklichung der eigenen Produkt- und Geschäftsidee“ und „Übernahme von Verantwortung“ die wichtigsten Gründungsmotive (vgl. BMBF, 2011). Faktoren wie „schlechte Chancen auf dem Arbeitsmarkt“

und „Unzufriedenheit mit dem derzeitigen Job“ spielen eine untergeordnete Rolle (BMBF, 2011). Auch Macht und ein hohes Einkommen spielen eine geringere Rolle in der Gründungsmotivation von Frauen.

Ein weiterer Grund, insbesondere für Frauen, den Weg in das Unternehmertum zu suchen, ist der bereits in den 1990er-Jahren von Welsh (1998) beschriebene Effekt der „gläsernen Decke“. Dabei realisieren Frauen, dass sie, auf einer bestimmten Karrierestufe angekommen, gehindert werden, weiter aufzusteigen und eine Führungsposition zu übernehmen (vgl. Welsh, 1998). Ein Grund dafür ist, dass in vielen Unternehmen und Institutionen weiterhin eine von „alten Herren“ geprägte Kultur überwiegt (vgl. Estrin und Mickiewicz, 2011). Dieser Effekt der „gläsernen Decke“ oder auch „gläsernen Wand“ zwischen innerbetrieblichen Abteilungen wurde erneut in einer Studie des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (vgl. BMFSFJ, 2011) konstatiert. Die Studie zeigte weiterhin, dass die Durchdringung dieser „gläsernen Decke“ trotz großer Anstrengungen der Frauen höchst selten gelingt (vgl. BMFSFJ, 2011). Der Wunsch, diese „gläserne Decke“ zu überwinden, kann daher ein Motiv für die eigene Unternehmensgründung darstellen.

Untersuchungen zu Gründungsmotiven stellen weiterhin fest, dass Frauen auch dann motiviert werden, ein Unternehmen zu gründen, wenn mit der Gründung und Umsetzung ihrer Geschäftsidee ein Beitrag für die Gesellschaft geleistet werden kann

(vgl. Orhan und Scott, 2001). So gründen Frauen auch ein Unternehmen mit dem Ziel, „einen Unterschied zu machen“ und „eine Veränderung zu bewirken“. Aus diesem Grund richten Gründerinnen ihre Aktivitäten meist kunden- und sozialorientiert aus. Der Beitrag für die Gesellschaft wird als gleichwertiges Ziel neben wirtschaftlichem Erfolg gesehen. Laut einer Sonderauswertung, die im Rahmen der Studie „Corporate Social Responsibility im deutschen Mittelstand“ im Jahr 2011 durchgeführt wurde, engagieren Unternehmerinnen sich häufiger als Unternehmer über die gesetzlichen Anforderungen hinaus in kulturellen, sozialen und anderen gesellschaftlichen Projekten und zeigen sich dem Thema Corporate Social Responsibility gegenüber aufgeschlossener.

Zuletzt ist auch der Erwerbsstatus ein entscheidender Faktor für eine Unternehmensgründung. Wie aus der Abbildung 22 deutlich wird, entscheidet sich fast die Hälfte der Frauen aus einer abhängigen Beschäftigung für die Selbstständigkeit. Demnach gründen nur sehr wenige Frauen direkt nach Abschluss ihrer Ausbildung ihr Unternehmen. Sie sammeln zunächst einige Jahre Berufserfahrung (vgl. Josten et al., 2008). In einer Studie des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) des Jahres 2011 wird zudem die Tendenz beschrieben, dass zunehmend Frauen über 50 Jahre gründen. Erfolgreiche Managerinnen suchen in diesem Alter mit einem eigenen Unternehmen neue Wege, um ihre Interessen, Überzeugungen und Erfahrungen umzusetzen.

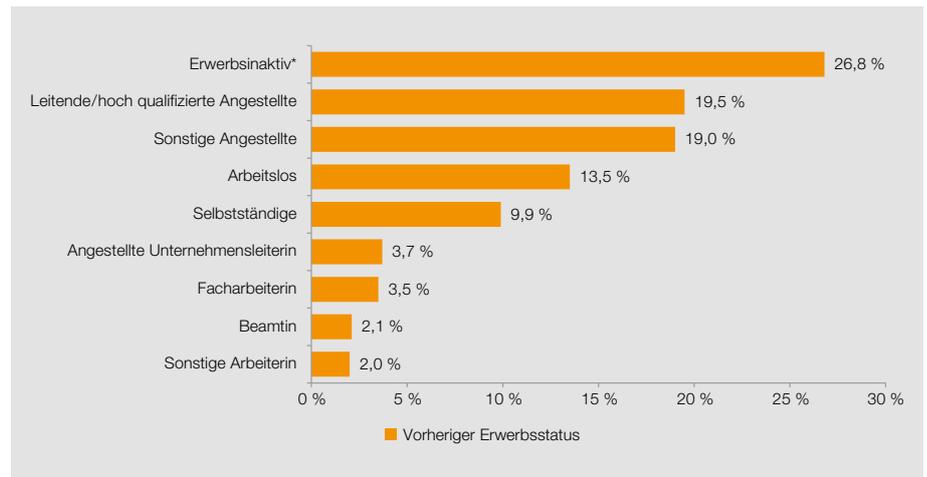
Mehr als ein Viertel der Gründungen von Frauen wird hingegen aus der Nicht-erwerbstätigkeit heraus vorgenommen. Weitere 13,5 Prozent der Gründerinnen waren vor der Gründung arbeitslos. Fast jede zehnte selbstständige Frau begann aus vorheriger Selbstständigkeit eine Unternehmensgründung. Dies lässt den Schluss zu, dass diese selbstständigen Frauen als Restarter oder als Seriengründerinnen ein neues Unternehmen gründen oder von einer Nebenerwerbsgründung zu einer Vollerwerbsgründung übergegangen sind (vgl. KfW-Research, 2010).

4.6 Risikobewusstsein

Zahlreiche Studien verweisen auf einen Zusammenhang zwischen Risikoverhalten und Unternehmertum. Der Wille, bewusst ein Wagnis einzugehen, wird hierbei als wichtiger Faktor gesehen bei der Entscheidung, ein Unternehmen zu gründen und unternehmerisch tätig zu sein (vgl. Caliendo et al., 2011). In wissenschaftlichen Studien konnte festgestellt werden, dass Unternehmerinnen und Unternehmer im Vergleich zu Angestellten eine höhere Risikopräferenz besitzen (vgl. Shane, 2003).

Auch wurde festgestellt, dass Unternehmerinnen im Vergleich zu Unternehmern oftmals eine unterschiedliche Herangehensweise im Hinblick auf Risiken aufweisen (vgl. Shane, 2003). Die Unterschiede fanden sich insbesondere im Hinblick auf den Umgang mit finanziellen Risiken. Roper und Scott (2009) stellten in ihrer Studie fest, dass der

Abbildung 22: Erwerbsstatus von Gründerinnen vor Beginn des aktuellen Gründungsvorhabens im Jahr 2013



*Erwerbsinaktiv bedeutet: weder arbeitslos noch erwerbstätig (Nichterwerbsperson)

Quelle: KfW Research (2014a); eigene Darstellung

bewusste Umgang der Frauen mit Risiken (z. B. Insolvenzrisiko) dazu führt, dass sie geringere Investitionen tätigen. Auch Wagner (2004) bestätigt, dass Frauen seltener die Gefahr finanzieller Verluste eingehen (vgl. auch Kay und Werner, 2006). Dies zeigt auch eine aktuelle Studie des Small Business Economics (2012), in der durch eine Befragung verdeutlicht wird, dass Frauen weniger finanzielle Risiken eingehen und ein geringeres Konkurrenzdenken aufweisen.

Dieses risikobewusste Verhalten der Gründerinnen und Unternehmerinnen führt schließlich dazu, dass ein stabiles und

kontinuierliches Wachstum des eigenen Unternehmens erfolgt. Dies zeigte beispielsweise eine Untersuchung des KfW-Mittelstandspanels (vgl. KfW Research, 2010), in der deutlich wurde, dass Unternehmerinnen in Konjunkturzeiten zwar weniger finanzielle Mittel investierten als Unternehmer, dafür jedoch auch in Krisenzeiten geringere Umsatzeinbrüche verzeichneten (siehe nähere Informationen im Kapitel 3 „Unternehmensbezogene Daten und Fakten“) und demnach ihr Unternehmen stabiler durch Krisenzeiten führten. Tendenziell führen Unternehmerinnen stabil wachsende, kleinere Unternehmen (siehe nähere Informationen zur Unternehmensstruktur in Kapitel 3).

4.7 Netzwerke und Sozialkapital

Netzwerke spielen für den Erfolg einer Gründung und die unternehmerischen Tätigkeiten eine wesentliche Rolle. Netzwerktheorien vermuten, dass Unternehmerinnen und Unternehmer vor allem professionelle Ratschläge und die Unterstützung des sogenannten „professional support“-Netzwerks benötigen, um Zugriff auf materielle und immaterielle Ressourcen zu erhalten, ihre Aktivitäten zu kanalisieren und zu vereinfachen, aber auch, um diese zu beschränken und infrage zu stellen (vgl. Jacobsen, 2003). Innerhalb eines Netzwerks werden demnach Erfahrungen über den Markt und die Branche ausgetauscht sowie Kontakte zu potenziellen Kundinnen und Kunden, Geschäftspartnerinnen und -partnern sowie Zulieferern geknüpft. Unabhängig vom Geschlecht konnte festgestellt werden, dass diejenigen Unternehmen eine höhere Innovations- und Wachstumsrate aufweisen, die ein großes und aus vielfältigen Geschäftsakteuren bestehendes Netzwerk besitzen.

Netzwerkansätze erklären Unternehmertum vor dem Hintergrund der allgemeinen sozialen Beziehungen (vgl. Jacobson, 2003). Hierbei werden die Einflüsse von Beziehungen zu internen und externen Akteuren hinsichtlich ihrer Auswirkung auf den Entrepreneur und sein Unternehmen untersucht. Birley (1985) unterschied erstmals zwischen formellen (z. B. Buchhaltung, Banken, Handelskammern, Rechtsanwältinnen

und Rechtsanwälte, Verbänden, Kunden) und informellen (z. B. Familie, Freunde, bekannte Unternehmerinnen und Unternehmer) Netzwerken. Durch die Einbeziehung der Akteure und die Nutzung der formellen sowie informellen Netzwerke generieren Unternehmerinnen und Unternehmer Sozialkapital.

Sowohl Unternehmerinnen als auch Unternehmer nutzen Kontakte in beruflichen Netzwerken. Allerdings bestehen Unterschiede im Hinblick auf die Größe und Zusammensetzung der Netzwerke. Zum einen sind die Netzwerke der Unternehmerinnen tendenziell kleiner. Gründerinnen suchen im Durchschnitt, insbesondere in der Gründungsphase, kleinere Netzwerke, anstatt sich Unternehmensverbänden, Interessensvertretungen oder größeren Netzwerken anzuschließen (vgl. Brindley et al., 2005). Die typischen männerdominierten Netzwerke fehlen häufig im Netzwerkumfeld einer Unternehmerin (vgl. Gamba und Kleiner, 2001; Knouse und Webb, 2001). Einer der Gründe hierfür ist, dass Frauen eher eine Beziehung mit Personen aufbauen, denen sie Vertrauen und Sympathie entgegenbringen (vgl. Colemann, 2000). Zudem schätzen Frauen persönliche Netzwerke zu anderen Unternehmerinnen als wertvoller ein als klassische Unternehmensnetzwerke (vgl. Bogren et al., 2013). Die Studie von Funken (BMBF, 2008) kommt zu dem Ergebnis, dass Frauen gerade informelle Netzwerke nach wie vor verwehrt bleiben. Die Mitgliedschaft in diesen

Netzwerken setzt gemeinsame Erfahrung, Interpretation und Regeln voraus. Da diese nicht durch formale Kriterien, sondern vor allem durch Vertrauen und Zugehörigkeit einer Gruppe hergestellt werden, bedürfen sie eines besonders sensiblen Auswahlverfahrens (vgl. Funken, BMBF, 2008). Dabei fallen Frauen als „anders“ oftmals unter das sogenannte Differenztabu (vgl. Heintz, 1997). Dies bedeutet, dass sich der Effekt der „gläsernen Decke“ auch im Hinblick auf die informellen sozialen Beziehungen und somit der Möglichkeit des Zugangs und der Nutzung von Netzwerken zeigt (vgl. Allmendinger und Hinz, 2000). Ein Grund dafür, dass sich Unternehmerinnen gezielter für Netzwerke entscheiden, ist der bedachtere Umgang mit den eigenen zeitlichen und finanziellen Ressourcen. Auch dadurch bedingt, dass viele Frauen neben ihren beruflichen ebenfalls familiären Verpflichtungen nachkommen müssen, werden die Netzwerke bewusster ausgewählt. Es zeigt sich auch, dass Frauen bei der Auswahl der Netzwerke den Nutzen für die Unternehmensführung stärker hinterfragen und dementsprechend genauer auswählen (vgl. Dautzenberg et al., 2013). Dies führt dazu, dass Unternehmerinnen oftmals in weniger, dafür jedoch in branchenspezifischen Netzwerken agieren, von denen sie sich den größten Nutzen versprechen.

5. Fazit

Frauen nehmen eine immer bedeutendere Rolle im Gründungsgeschehen und im Unternehmertum in Deutschland ein. Die verschiedenen statistischen Quellen zeigen eine zunehmende Gründungsaktivität von Frauen in der letzten Dekade in Deutschland.

So ist in der vergangenen Dekade eine Entwicklung hin zu mehr beruflicher Selbstständigkeit und Unternehmertum von Frauen zu erkennen, begleitet von einem höheren Bildungsniveau und der Möglichkeit, höhere Einkommen zu erzielen sowie flexiblere Arbeitszeitmodelle zu ermöglichen. Das Unternehmerintum bietet ein hohes wirtschaftliches Potenzial für Frauen. Damit ist die unternehmerische Selbstständigkeit sicherlich kein alleiniger Weg für Frauen, bietet jedoch eine attraktive Alternative zu abhängiger Beschäftigung.

Auf der Grundlage der dargestellten Spezifika der von Frauen gegründeten und geführten Unternehmen lassen sich Potenziale herleiten, die für die volkswirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in Deutschland von Bedeutung sind. Das Gründungsgeschehen in denjenigen Branchen, die vor den Herausforderungen des demografischen Wandels Bedeutung erlangen werden, gewinnt vonseiten der Frauen zunehmend an Dynamik.

In den Dienstleistungsbereichen wie Gesundheits- und Sozialwesen, Bildung und Erziehung, den Heilberufen, aber auch den Bereichen der unternehmensnahen Dienstleistungen lassen sich in den vergangenen Jahren zunehmend Gründungen von Frauen feststellen. Dazu konform handelt

es sich um diejenigen Branchen, in denen Frauen ausgebildet sind und oftmals zuvor Berufserfahrungen gesammelt haben. Ein Großteil der von Frauen gegründeten und geführten Unternehmen wird im Nebenerwerb oder als Soloselbstständigkeit gegründet. Dieses spiegelt sich in der bevorzugten Unternehmensgröße wider. So handelt es sich bei den Unternehmen eher um kleinere Unternehmen mit wenigen Beschäftigten. Branchenwahl und Unternehmensgröße gelten als zwei Gründe dafür, dass auch unter den Selbstständigen merkliche geschlechtsspezifische Einkommensunterschiede existieren.

Sowohl die Kapitalstruktur als auch das Finanzierungs- und Investitionsverhalten tragen der Branchen- und Größenstruktur der von Frauen gegründeten Unternehmen Rechnung. So lässt sich feststellen, dass Frauen weniger Kapital investieren und ein langsames Wachstum bevorzugen. Im Sinne einer verstärkten Diversifizierung der Unternehmenslandschaft in Deutschland kann die aufgezeigte Entwicklung der Gründungsaktivitäten (vgl. Kapitel 2) im Zusammenhang mit den Unternehmenscharakteristika als Chance für die Wirtschaft verstanden werden.

Die Analyse der Personencharakteristika zeigte, dass insbesondere Frauen mit einigen Jahren Berufserfahrung und mit einer guten Qualifikation ein eigenes Unternehmen gründen. Dies weist auf ein großes Potenzial für die deutsche Wirtschaft hin, welches es weiterhin auszuschöpfen gilt. Viele, insbesondere ältere Studien über die Personencharakteristika von Unternehmerinnen fokussieren sich auf einen

Vergleich zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern und verweisen dabei auf „defizitäre“ Merkmale einer „typischen“ Frau, die schließlich dazu führen, dass Frauen kleinere Unternehmen mit weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern führen oder ihre Unternehmen in Branchen mit einer niedrigen Eintrittsbarriere gründen. Dabei werden die Potenziale der Gründungen von Frauen und der von Frauen geführten Unternehmen weniger thematisiert. Dies zeigt sich beispielsweise im Diskurs über die in den Studien festgestellte geringere Risikoneigung der Gründerinnen und Unternehmerinnen. Aktuellere Studien konnten belegen, dass es sich dabei nicht um eine Risikoaversion, sondern vielmehr um ein Risikobewusstsein handelt. Das risikobewusste Handeln der Gründerinnen und Unternehmerinnen führt dazu, dass von Frauen geführte Unternehmen zwar während des konjunkturellen Booms branchenweit geringere Wachstumsraten aufweisen als von Männern geführte Unternehmen, dafür jedoch auch in Rezessionszeiten weniger Umsatzeinbrüche verzeichnen und demnach krisenbeständiger sind. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, das Verhalten der Gründerinnen und Unternehmerinnen nicht ausschließlich mit dem Verhalten der Gründer und Unternehmer zu vergleichen und zu bewerten. Gleiches gilt für die Bedeutung der Mitarbeiterzufriedenheit für Gründerinnen und Unternehmerinnen. Auch hier wird in einigen Studien der partizipative und kommunikative Entscheidungsfindungsprozess in einem von Frauen geführten Unternehmen kritischer bewertet. Dabei werden die Auswirkungen dessen, wie Mitarbeiterzufriedenheit und demnach geringere Fluktuation sowie transparentere

Entscheidungen, weniger thematisiert. Zuletzt wird in einigen Studien auch die Tatsache, dass Frauen weniger in Netzwerken aktiv sind, als Defizit dargestellt. In diesen Studien wird allerdings weniger erforscht, warum Frauen eher in kleineren und dafür thematisch ausgerichteten Netzwerken aktiv sind. Aktuellere Studien zeigen, dass Gründerinnen und Unternehmerinnen ressourcenbedacht genau die Netzwerke auswählen, von denen sie sich bei der Unternehmensführung den größten Mehrwert versprechen. Dies führt zwar dazu,

dass Gründerinnen und Unternehmerinnen in weniger Netzwerken agieren, diese oftmals jedoch kleiner und branchenspezifischer ausgerichtet sind.

Das in den Studien nachgewiesene nach wie vor männlich geprägte Bild eines „Unternehmers“ in Deutschland sowie das „Erfolgsbild“, in welchem insbesondere Umsatz und Unternehmensgröße als Indikatoren hinterlegt sind, zeigen, dass die Potenziale und Auswirkungen auf die deutsche Wirtschaft, die von den von Frauen

gegründeten und geführten Unternehmen ausgehen, nach wie vor unterschätzt werden. Zukünftig gilt es, den Begriff des „Unternehmers“ sowie den Erfolgsbegriff um die von Unternehmerinnen entwickelten Komponenten zu erweitern und als eine Chance für größere Diversität in der deutschen Unternehmenslandschaft zu verstehen. Zudem könnte dies dazu verhelfen, dass sich mehr Frauen mit dem Unternehmerintum identifizieren und den Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit nicht mehr als große Hürde wahrnehmen.

6. Literaturverzeichnis

Alle Internetquellen wurden zum 15. Februar 2015 verifiziert.

Abel-Koch, Jennifer (2014): Gründerinnen holen auf – Selbstständigkeit als Weg in die Erwerbstätigkeit. KfW Economic Research, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 71, 15. September 2014. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-Nr.-71-September-2014.pdf>.

Allen, Sheila/Truman, Carole (1993): Women and men entrepreneurs, life strategies, business strategies. In: Sheila Allen and Carole Truman: Women in Business: Perspectives on Women Entrepreneurs, London: Routledge.

Allmendinger, Jutta/Hinz, Thomas (2000): Die Integration von Frauen in Organisationen im zeitlichen Verlauf. Zusammenfassung von Ergebnissen. Ludwig-Maximilian-Universität München. Institut für Soziologie. <http://www.lrz.de/~Segregation/zusfas.pdf>.

Alstete, Jeffrey W. (2003): On becoming an entrepreneur: an evolving typology. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. Vol. 8, No. 4, S. 222–234.

Autorengruppe Bildungsbericht-erstellung (2012): Bildung in Deutschland 2012 – Ein Indikatorgestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebensverlauf. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Bildungsstand/BildungDeutschland5210001129004.pdf?_blob=publicationFile.

Birley, Susan (1985): Raising Finance from Banks: A Comparative Study of the Experiences of Male and Female Business Owners. In: Bygrave, W.D., S. Birley, N.C. Churchill, E. Gatewood, F. Hoy, R.H. Kelley, W.E. Wetzell (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Boston, MA: Babson College, S. 361–372.

Blanchflower, David G./Shadforth, Chris (2007): Entrepreneurship in the UK. IZA Discussion Paper No. 2818, Mannheim.

Bögenhold, Dieter/Fachinger, Uwe (2013): Weibliche Solo-Selbstständigkeit zwischen Notwendigkeit und Innovationsherausforderung: Beobachtungen über Geschlecht und Unternehmertum in Deutschland. IfS Discussion Paper 01/2013. Institut für Soziologie, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. http://mpra.ub.uni-muenchen.de/51460/1/IfS_DP_01_2013_Weibliche_Solo_Selbststaendigkeit_BoFa_FINA.pdf

Bogren, Maria, et al. (2013): Networking Women Entrepreneurs: Fruitful for Business Growth? International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2013, Vol. 5 (1), S. 60–77.

Brindley, Carol (2005): Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women and Risk. International Journal of Entrepreneurial Behavior. Vol. 2, S. 144–161.

Bührmann, Andrea D./Hansen, Kathrin/Schmeink, Martina/Schöttelndreier, Aira (2006): Das Unternehmerinnenbild in Deutschland – Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand, Hamburg.

Bührmann, Andrea D./Pongratz, Hans J. (2010): Prekäres Unternehmertum – Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. 2010, VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2011): Frauen gründen Nano – Gründerinnenpotenzialstudie. http://www.nano-4-women.de/fileadmin/nano-4-women/dateien/gruenderinnenpotenzialstudie_2010.pdf.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2008): Netzwerke als Förderinstrument für Existenzgründerinnen. Funken, Christiane. Technische Universität Berlin.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2011): Managerinnen 50Plus – Karrierekorrekturen beruflich erfolgreicher Frauen in der Lebensmittele. Hrsg.: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berlin. <http://www.bmfsfj.de/Redaktion/BMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Managerinnen-50-plus.property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>.

Busenitz, Lowell/Barney, Jay B. (1997): Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-Making. Journal of Business Venturing. Jg. 12 (1), S. 9–30.

Caliendo, Marco/Fossen, Frank/Kritikos, Alexander (2011): Selbstständige sind anders: Persönlichkeit beeinflusst unternehmerisches Handeln. Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 11/2011.

- Carter, Sara/Weeks, Julie** (2002): Special Issue: Gender and Business Ownership: International Perspective on Theory and Practice. *Entrepreneurship and Innovation*. Vol. 3, No. 2, S. 81–82. <http://core.ac.uk/download/pdf/6473701.pdf>.
- Coleman, Susan** (2000): Access to Capital and Terms of Credit: A Comparison of Men- and Women-Owned Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 38 (3), 2000.
- Cromie, Stanley** (1987): Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*. Jg. 8 (2), S. 251–261.
- Dautzenberg, Kirsti/Müller-Seitz, Gordon** (2011): Technologieorientierte Unternehmensgründungen als Männerdomäne? Eine genderspezifische Untersuchung der Unternehmenscharakteristiken, Die Unternehmung – *Swiss Journal of Business Research and Practice*.
- Dautzenberg, Kirsti/Steinbrück, Alice/Brenning, Luise/Zinke, Guido** (2013): Wachstumspotenziale inhaberinnengeführter Unternehmen – Wo steht Deutschland im EU-Vergleich?, Endbericht, Forschungsstudie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.
- Dej, Dominika/Sztuba, Joanna/Stephan, Ute** (2010): Geschlechtsspezifische Unterschiede in der Bewertung von Unternehmenserfolg. Hrsg.: Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V., Berlin.
- Deutsche Industrie und Handelskammer** (2012): Existenzgründung im Wandel – DIHK Gründerreport 2012. Berlin. <http://www.dihk.de/ressourcen/downloads/gruenderreport-2012>.
- Deutsche Industrie- und Handelskammer** (2014): Pioniergründer bringen frische Brise – DIHK Gründerreport 2014. Berlin. <http://www.dihk.de/ressourcen/downloads/dihk-gruenderreport-2014>.
- Eilsberger, Patricia/Zwick, Markus** (2011): Geschlechterspezifische Einkommensunterschiede bei Selbstständigen als Freiberufler und Gewerbetreibende im Vergleich zu abhängig Beschäftigten – Ein empirischer Vergleich auf der Grundlage steuerstatistischer Mikrodaten, FFB-Diskussionspapier Nr. 93.
- Estrin, Saul/Mickiewicz, Tomasz** (2011): Institutions and Female Entrepreneurship (Summary), *Frontiers of Entrepreneurship Research*: Vol. 31: Iss. 8, Article 5. <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol31/iss8/5>.
- Ettl, Kerstin** (2010): Unternehmerinnen und Erfolg aus individueller und kontextueller Perspektive. *KMU Forschung*, Siegen. Welter, Friederike/Pinkwart, Andreas (Hrsg.)
- Eurostat** (2012): Bildungsabschluss im Sekundarbereich II oder im Tertiärbereich, Altersgruppe der 25–64-Jährigen nach Geschlecht. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/printTable.do?tab=table&plugin=1&language=de&pcode=tps00065&printPreview=true>.
- Evers und Jung GmbH** (2008): Gründungspotenziale und -hemmnisse von Migrantinnen in der Region Hannover – Eine Studie im Auftrag der hannoverimpuls GmbH. Dagmar Hayen, Michael Unterberg: EVERS & JUNG.
- Franken, Svetlana** (2007): Unternehmerinnen mit Migrationshintergrund. Arbeitsbericht einer Expertise im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Köln.
- Frese, Michael/Fay, Doris** (2010): Entwicklung von Eigeninitiative: Neue Herausforderung für Mitarbeiter und Manager. In: M. K. Welge, K. Häring & A. Voss (Hrsg.), *Management Development* (S. 2–16), Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Furdas, Marina/Kohn, Karsten/Ullrich, Katrin** (2009): Gründungsaktivität von Frauen und Männern in Deutschland – Gleiche Voraussetzungen, andere Einstellungen?! *Wirtschafts-Observer online* Nr. 48, KfW-Bankengruppe, Frankfurt.
- Furdas, Marina/Kohn, Karsten** (2010): What's the Difference?! Gender, Personality, and the Propensity to Start a Business, IZA Discussion Paper 4778.
- Gamba, Michelle/Kleiner, Brian H.** (2001): The Old Boy's Network Today. *International Journal of Sociology and Social Policy*, Jg. 21 (8–9), S. 101–107.

- Gather, Claudia/Schmidt, Tanja/Schulze, Eva/Wascher, Eva** (2008): Selbstständige Frauen in Berlin – Erste Ergebnisse aus verschiedenen Datenquellen im Vergleich. Studie gefördert von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen und vom Europäischen Sozialfonds, Berlin.
- Gather, Claudia/Schmidt, Tanja/Ulbricht, Susan** (2010): Der Gender Income Gap bei den Selbstständigen – Empirische Befunde. In: Hans Pongratz und Andrea Bührmann (Hrsg.): Prekäres Unternehmertum, Wiesbaden: VS, S. 85–110.
- Gerlach, Irene/Schneider, Helmut** (2010): Berufliche Selbstständigkeit als Strategie zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie? Forschungszentrum Familienbewusste Personalpolitik, Arbeitspapier Nr. 6.
- Global Entrepreneurship Monitor** (2013): Global Entrepreneurship Monitor 2013, Länderbericht Deutschland 2013. http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2013/gem2013.pdf.
- Greene, Patricia G./Brush, Candida G./Hart, Myra/Saparito, Patrick** (2001): Patterns of Venture Capital Funding: Is Gender a Factor? *Venture Capital*, Jg. 3 (1), S. 63–83.
- Günterberg, Brigitte** (2011): Berechnungsmethode der Gründungs- und Liquidationsstatistik des IfM Bonn. IfM Bonn.
- Günther, Lisa/Körner, Thomas** (2011): Frauen in Führungspositionen. <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Querschnittsveroeffentlichungen/WirtschaftStatistik/Arbeitsmarkt/FrauenFuehrungspositionen 52011,property=file.pdf>.
- Haynes, Paula J./Helms, Marilyn M.** (2000): When Bank Loans Launch New Ventures: A Profile of the Growing Female Entrepreneur Segment. *Bank Marketing*, Jg. 32 (5), S. 28–36.
- Heintz, Bettina** (1997): Ungleich unter Gleichen. Studien zur geschlechtsspezifischen Segregation des Arbeitsmarktes, Frankfurt/Main: Campus-Verlag.
- Hill, Frances M./Leitch, Claire M./Harrison, Richard T.** (2006): Desperately Seeking finance? The Demand for Finance by Women-Owned and -Led Businesses. *Venture Capital*, Jg. 8 (2), S. 159–182.
- Hohlheimer, Irene** (2008): Frauen in Freien Berufen. *der freie beruf* 4/2008, S. 10–12.
- Holst, Elke** (2002): Institutionelle Determinanten der Erwerbsarbeit. In: F. Maier und A. Fiedler Hrsg.: *Gender Matters: Feministische Analysen zur Wirtschaft- und Sozialpolitik*. Fhw Forschung, 42/43. Berlin: Edition Sigma. S. 89–109.
- IfM Bonn** (2014a): Gewerbemeldungen von Einzelunternehmen nach Geschlecht. http://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/dokumente/Anm_Abm_MF_2003-2013.pdf.
- IfM Bonn** (2014b): Gewerbliche Unternehmensgründungen und -liquidationen von Einzelunternehmen nach Geschlecht. http://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/dokumente/UntGr_UntLi_MF_2003-2013.pdf.
- IfM Bonn** (2014c): Gewerbliche Existenzgründungen und Liquidationen von Einzelunternehmen nach Geschlecht. http://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/dokumente/ExGr_Li_MF_2003-2013.pdf.
- Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung** (2011): IAB-Kurzbericht – Viele Frauen würden gerne länger arbeiten. IAB (9/2011).
- Institut für Freie Berufe** (2012): Frauen in Freien Berufen. Institut für Freie Berufe, Nürnberg.
- Institut für Freie Berufe** (2014a): Berufsgruppen in Freien Berufen in Deutschland zum 1.1.2014. http://www.freie-berufe.de/fileadmin/bfb/1_Ueber%20die%20Freien%20Berufe/3_Daten-und-Fakten/PDFs/2014/Berufsgruppen_in_Freien_Berufen_in_Deutschland_zum_1.1.2014.pdf.
- Institut für Freie Berufe** (2014b): Entwicklung der Zahl der Selbstständigen in Freien Berufen in Deutschland 1950–2014 (in Tsd.). http://www.freie-berufe.de/fileadmin/bfb/1_Ueber%20die%20Freien%20Berufe/3_Daten-und-Fakten/PDFs/2014/Entwicklung_der_Zahl_der_Selbst%C3%A4ndigen_in_Freien_Berufen_in_Deutschland_1950_-_2014.pdf.

- Institut für Freie Berufe** (2014c): Anteil der Frauen unter den Selbstständigen in Freien Berufen in Deutschland (in % 1988, 2001 und 2014 (jeweils zum 1.1.)). http://www.freie-berufe.de/fileadmin/bfb/1_Ueber%20die%20Freien%20Berufe/3_Daten-und-Fakten/PDFs/2014/anteil_selb_frauen_BRD_fb-1988-2001-2014.pdf.
- Jacobsen, Kirsten** (2003): Bestimmungsfaktoren für Erfolg im Entrepreneurship. www.studienforum-berlin.de/entrepreneurship.pdf (Download am 05.07.2012).
- Josten, Martina et al.** (2008): Gründungspotenziale bei Studierenden. Zentrale Ergebnisse der Studierendenbefragung an 37 deutschen Hochschulen. Bonn.
- Kay, Rosemarie/Werner, Arndt** (2006): Entrepreneurial Image, Gender, and the Formation of New Ventures. *Die Betriebswirtschaft (DBW)*. Jg. 66 (5), S. 497–521.
- KfW Research** (2009a): Gründungsmonitor 2009 – Abwärtsdynamik im Gründungsgeschehen gebremst – weiterhin wenige innovative Projekte. <https://www.kfw.de/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/Gr%C3%BCndungsmonitor-2009-lang.pdf>.
- KfW Research** (2009b): Gründungsaktivität von Frauen und Männern in Deutschland – Gleiche Voraussetzungen, andere Einstellungen?! <https://www.kfw.de/Download-Center/Konzernthemen/Research/WirtschaftsObserver-online/2009/WOB-Juni-2009.pdf>.
- KfW Research** (2010): Chefinnen im Mittelstand: Unternehmerische Tätigkeit von Frauen. Nr. 8, Juni 2010.
- KfW Research** (2011a): Gründungsmonitor 2011 – Dynamisches Gründungsgeschehen im Konjunkturaufschwung. <https://www.kfw.de/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/Gr%C3%BCndungsmonitor-2011-Lang.pdf>.
- KfW Research** (2011b): Sonderauswertung im Rahmen der Studie „Corporate Social Responsibility im deutschen Mittelstand: Umfang und Bereiche des gesellschaftlichen Engagements“, Standpunkt Nr. 7, Januar 2011.
- KfW Research** (2012): KfW-Gründungsmonitor 2012 – Boom auf dem Arbeitsmarkt dämpft Gründungsaktivität. Frankfurt am Main, April 2012, S. 112.
- KfW Research** (2013): Gründungsmonitor 2013 – Gründungsgeschehen auf dem Tiefpunkt – kein Anstieg in Sicht. <https://www.kfw.de/Presse-Newsroom/Pressetermine/Dokumente-2013/Gr%C3%BCndungsmonitor-2013/Bericht-Gr%C3%BCndungsmonitor-2013.pdf>.
- KfW Research** (2014a): KfW-Gründungsmonitor 2014 – Gründungstätigkeit wiederbelebt – Impuls aus dem Nebenerwerb. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2014.pdf>.
- KfW Research** (2014b): Mittelstandspanel 2014.
- Klandt, Heinz** (1990): Das Leistungsmotiv und verwandte Konzepte als wichtige Einflußfaktoren der unternehmerischen Aktivität. In: Szyperski, N., P. Roth (Hrsg.): *Entrepreneurship – Innovative Unternehmensgründung als Aufgabe*. Poeschel Verlag, Stuttgart, S. 88–96.
- Knouse, Susan/Webb, Simon** (2001): *Virtual Networking for Women and Minorities*. Career Development International. Vol. 6, No. 4, S. 226–229.
- Kohn, Karsten/Spengler, Hannes** (2007): Unternehmensgründungen von Personen mit Migrationshintergrund, *WirtschaftsObserver online*, Nr. 27, KfW-Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Lauxen-Ulbrich, Maria/Leicht, René** (2004): Wirtschaftliche und berufliche Orientierung von selbstständigen Frauen. In: Leicht, R., F. Welter (Hrsg.): *Gründerinnen und selbstständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland*. Loeper-Literaturverlag, Karlsruhe, S. 72–96.
- Lauxen-Ulbrich, Maria/Leicht, René** (2006): *Wie Frauen gründen und was sie unternehmen: Nationaler Report Deutschland, Teilprojekt: Statistiken über Gründerinnen und selbstständige Frauen*, Mannheim.
- Leicht, René** (2005): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland: Push- und Pull-Faktoren für Unternehmensgründungen ausländischer und ausländischstämmiger Mitbürger, Mannheim.

- Leicht, René** (2010): Selbstständig integriert? Studie zum Gründungsverhalten von Frauen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen. Institut für Mittelstandsforschung Mannheim.
- Leicht, René/Philipp, Ralf** (2007): Allein mit Wissen? Triebkräfte und Charakteristika der Entwicklung von Solo-Selbstständigkeit in Deutschland. *Wirtschaftspolitische Blätter* 3/2007. S. 493–506.
- Matlay, Harry/Carey, Charlotte** (2007): Entrepreneurship Education in the UK: a Longitudinal perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Jg. 14 (2), S. 252–263.
- Metzger, Georg/Niefert, Michael/Licht, Georg** (2008): High-Tech-Gründungen in Deutschland: Trends, Strukturen, Potenziale. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) GmbH, Mannheim.
- Meyer, Rolf/Harabi, Najib** (2000): Women-Power under the Microscope: Gender-Specific Differences Among Young Entrepreneurs. An Empirical Analysis. Munich Personal RePEc Archive.
- Moore, Dorothy P./Buttner, Holly E.** (1997): *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. SAGE Publications, Thousand Oaks, ZIRKA.
- Neuffer, Stefanie** (2015): Unternehmerische Selbstständigkeit als Karriereoption für Frauen. *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg* 3/2015.
- Noseleit, Florian** (2014): Female Self-Employment and Children. *Small Business Economics*, 2014, Vol. 43 (3), S. 549–569.
- Orhan, Muriel/Scott, Dan** (2001): Why Women Enter into Entrepreneurship: an Explorative Model. *Women in Management Review*. Jg. 16 (5), S. 232–247.
- Paic, Peter** (2006): Informationelle Zugänge für die empirische Untersuchung freiberuflicher Existenzgründungen? Forschungsinstitut Freie Berufe (FFB).
- Ramm, Michael** (2001): Studentinnen in männerdominierten Studienfächern. *Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung* 34. Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Konstanz.
- Roper, Stephen/Scott, Jonathan M.** (2009): Perceived Financial Barriers and the Start-up Decision: an Econometric Analysis of Gender Differences Using GEM Data. *International Small Business Journal*, Vol. 27 No. 2, S. 149–172.
- Shane, Susan** (2003): *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Small Business Economics** (2012): A Comparison of New Firm Financing by Gender: Evidence from the Kauffman Survey Data. *Small Business Economics*, Jg. 33 (4), S. 397–411.
- Statistisches Bundesamt** (2012): Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2011. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/MigrationIntegration/Migrationshintergrund2010220117004.pdf?_blob=publicationFile.
- Statistisches Bundesamt** (2013a): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/MigrationIntegration/Migrationshintergrund2010220137004.pdf?_blob=publicationFile.
- Statistisches Bundesamt** (2013b): Frauen in Führungspositionen. https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/QualitaetArbeit/Dimension1/1_4_FrauenFuehrungspositionen.html.
- Statistisches Bundesamt** (2014a): Mikrozensus 2013 – Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Stand und Entwicklung der Erwerbstätigkeit in Deutschland. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Arbeitsmarkt/Erwerbstaetige/StandEntwicklungErwerbstaetigkeit2010411137004.pdf?_blob=publicationFile.
- Statistisches Bundesamt** (2014b): Mikrozensus, Fachserie 1, Reihe 4.1.1, 2.4. Erwerbstätige nach Wirtschaftsunterbereichen und Stellung im Beruf und ältere Ausgaben des Mikrozensus.

- Statistisches Bundesamt** (2014c): Unternehmen und Arbeitsstätten – Gewerbeanzeigen. Fachserie 2 Reihe 5. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/UnternehmenHandwerk/Gewerbeanzeigen/Gewerbeanzeigen2020500131124.pdf?_blob=publicationFile.
- Tchouvakhina, Margarita** (2004): Gründungsbesonderheiten von Frauen – Ergebnisse einer explorativen Studie. In: KfW-Bankengruppe (Hrsg.): Chefinnensache – Frauen in der unternehmerischen Praxis, Physica, Heidelberg, S. 83–108.
- Tchouvakhina, Margarita** (2011): Chefinnen im Mittelstand: Unternehmerische Tätigkeit von Frauen. KfW Research. <https://www.kfw.de/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Standpunkt/Standpunkt-Nr.-8-Juni-2011.pdf>.
- Tchouvakhina, Margarita** (2013): Wirtschaftsfaktor Chefinnen. KfW Economic Research, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 31, 9. Dezember 2013. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Volkswirtschaft-Kompakt/VK-Nr.-31-Dezember-2013.pdf>.
- Timmons, Jeffrey A./Spinelli, Stephen** (2003): New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, 6th ed., McGraw-Hill, Singapore.
- Treichel, Monica/Scott, Jonathan A.** (2006): Women-Owned Business and Access to Bank Credit: Evidence from Three Surveys since 1987. Venture Capital, Jg. 8 (1), S. 51–67.
- Verheul, Ingrid/Risseeuw, Peter/Bartelse, Gaby** (2002): Gender Differences in Strategy and Human Resource Management: The Case of the Dutch Real Estate Brokerage. International Small Business Journal, Jg. 20 (4), S. 443–476.
- Wagner, Joachim** (2004): What a Difference a Y Makes – Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. IZA Discussion Paper No. 1134, Mai 2014. Lüneburg und Bonn.
- Walker, Elizabeth/Webster, Beverley** (2006): Management Competencies of Women Business Owners. The International Entrepreneurship and Management Journal. December 2006, Volume 2, Issue 4, pp 495-508.
- Welter, Friedericke/Achtenhagen, Leona** (2011): Surfing on the Ironing Board – the Representation of Women’s Entrepreneurship in German Newspapers. Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal. Jönköping International Business School, Jönköping University.
- Welter, Friedericke/Achtenhagen, Leona** (2006): Unternehmerinnenbild und Unternehmerinnenidentität. In A. Bührmann, K. Hansen, M. Schmeink & A. Schöttelndreier (eds), Das Unternehmerinnenbild in Deutschland. Ein Beitrag zum gegenwärtigen Forschungsstand. Münster: Lit Verlag
- Welsh, Mary** (1998): The Corporate Enigma: Women Business Owners in New Zealand, GP Books, Wellington.
- Wright, Erik Olin/Baxter, Janeen** (2000): The Glass Ceiling Hypothesis – A comparative Study of the United States, Sweden and Australia. Gender and Society, Jg. 14 (2).

7. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl der selbstständigen Frauen und Männer von 2003 bis 2013 in Deutschland	4
Abbildung 2: Selbstständigquote der Frauen und Männer von 2003 bis 2013 in Deutschland.....	5
Abbildung 3: Anzahl der Gründungen von Frauen und Männern von 2003 bis 2013 in Deutschland	7
Abbildung 4: Gründungsquote der Frauen und Männer von 2003 bis 2013 in Deutschland	8
Abbildung 5: TEA-Quote der Frauen und Männer von 2006 bis 2013 in Deutschland	9
Abbildung 6: Anzahl der Gewerbeanmeldungen von Einzelunternehmen von Frauen und Männern, 2003 bis 2013 in Deutschland	11
Abbildung 7: Existenzgründungen und Liquidationen von frauengeführten Einzelunternehmen, 2003 bis 2013 in Deutschland in 1.000	12
Abbildung 8: Anzahl der selbstständigen Frauen und Männer ohne Beschäftigte von 2003 bis 2013 in Deutschland	13
Abbildung 9: Anzahl der selbstständigen Frauen und Männer mit Beschäftigten von 2003 bis 2013 in Deutschland	14
Abbildung 10: Anzahl der Gründungen im Nebenerwerb von Frauen und Männern, 2003 bis 2013 in Deutschland.....	15
Abbildung 11: Anzahl der Gründungen von Frauen und Männern im Vollerwerb von 2003 bis 2013 in Deutschland	16
Abbildung 12: Gewerbeergründungen von Frauen und Männern nach Rechtsform im Jahr 2013 in Deutschland.....	17
Abbildung 13: Unternehmensführung von Frauen und Männern nach Beschäftigtengrößenklassen im Jahr 2013	18
Abbildung 14: Unternehmensführung von Frauen und Männern nach Umsatzgrößenklassen im Jahr 2013.....	18
Abbildung 15: Unternehmensführung von Frauen und Männern nach Branche im Jahr 2013 in Deutschland.....	19
Abbildung 16: Anteil der Gewerbeanmeldungen von Frauen und Männern nach Branchen im Jahr 2013 in Deutschland	20
Abbildung 17: Finanzmittelhöhe bei Gründung im Jahr 2013.....	22
Abbildung 18: Finanzmitteleinsatz von Gründerinnen und Gründern im Jahr 2013 in Deutschland	23
Abbildung 19: Relative Altersverteilung der Gründerinnen im Jahr 2013	26
Abbildung 20: Berufsabschlüsse von Gründerinnen im Jahr 2013.....	28
Abbildung 21: Einstellungen zum Unternehmertum von Gründerinnen.....	30
Abbildung 22: Erwerbsstatus von Gründerinnen vor Beginn des aktuellen Gründungsvorhabens im Jahr 2013.....	33

8. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Anteil selbstständiger Frauen an allen Selbstständigen von 2003 bis 2013 in Deutschland	4
Tabelle 2:	Anteil selbstständiger Frauen an allen Selbstständigen von 2003 bis 2013 nach Bundesland	6
Tabelle 3:	Anteil der Gründungen von Frauen an allen Gründungen von 2003 bis 2013 in Deutschland	8
Tabelle 4:	Anteil der Teilnehmerinnen an der DIHK-Gründungsberatung an allen Teilnehmenden von 2003 bis 2013 in Deutschland.....	9
Tabelle 5:	Unternehmerinnenanteil (Hauptinhaberin) von 2003 bis 2013 in Deutschland	10
Tabelle 6:	Anteil der gewerblichen Unternehmensgründungen von Frauen an allen gewerblichen Unternehmensgründungen in Deutschland 2003-2013	11
Tabelle 7:	Anteil selbstständiger Frauen ohne Beschäftigte an allen Selbstständigen ohne Beschäftigte von 2003 bis 2013 in Deutschland.....	13
Tabelle 8:	Anteil selbstständiger Frauen mit Beschäftigten an allen Selbstständigen mit Beschäftigten von 2003 bis 2013 in Deutschland.....	14
Tabelle 9:	Frauenanteil an den Nebenerwerbsgründungen von 2003 bis 2013 in Deutschland.....	15
Tabelle 10:	Frauenanteil an den Vollerwerbsgründungen von 2003 bis 2013 in Deutschland.....	16
Tabelle 11:	Anteil der Frauen an den Selbstständigen in Freien Berufen in Deutschland in den Jahren 1988, 2001 und 2014.....	21
Tabelle 12:	Investitionstätigkeit im Mittelstand nach Geschlecht, Deutschland 2003-2013.....	24

9. Glossar

9.1 Einleitung

In Deutschland gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Berichtswesen, die regelmäßige Daten zu Gründungen erheben. Wenige Untersuchungen bilden die unternehmerische Selbstständigkeit ab. Die Berichtswesen verwenden bei der Untersuchung unterschiedliche Erhebungsverfahren und Erhebungsquellen, haben einen unterschiedlichen Erhebungsumfang und erfassen unterschiedliche Erhebungszeiträume. Auch im Hinblick auf Definitionen von Selbstständigen und Unternehmerinnen und Unternehmern bzw. Existenzgründungen unterscheiden sich die Datenquellen oftmals. Bei der Interpretation der Zahlen muss aus diesem Grund genau berücksichtigt werden, welche Erhebungsverfahren, Datenquellen und Definitionen verwendet werden. Dies führt dazu, dass die Ergebnisse unterschiedlicher Datenquellen häufig variieren. Darüber hinaus wird die jeweils zugrunde liegende Methodik der Datenquellen in unregelmäßigen Zeitpunkten modifiziert, sodass die zeitliche Vergleichbarkeit der Daten teilweise eingeschränkt ist. Im Folgenden sind die unterschiedlichen Erhebungsverfahren und Datenquellen sowie die Definitionen, die im vorliegenden Dokument angewendet wurden, aufgeführt und genauer erläutert.

9.2 Erhebungsverfahren und Datenquellen

Mikrozensus

Der Mikrozensus ist eine repräsentative Haushaltsbefragung der amtlichen Statistik in Deutschland, die jährlich durchgeführt wird. Rund 830.000 Personen in etwa 370.000 privaten Haushalten und Gemeinschaftsunterkünften werden stellvertretend für die gesamte Bevölkerung zu ihren Lebensbedingungen befragt. Dies sind rund ein Prozent der Bevölkerung, die nach einem festgelegten statistischen Zufallsverfahren ausgewählt werden. Neben dem Erwerbsstatus werden zusätzlich noch eine Reihe unterschiedlicher demografischer und sozioökonomischer Merkmale sowie branchen- und erwerbsspezifische und regionale Informationen abgefragt. Der Mikrozensus liefert demnach umfassende Daten über selbstständige Erwerbstätigkeit im Haupt- und Nebenerwerb. Diese Daten sind auch geschlechtsspezifisch verfügbar. Die Angaben können aufgrund des Befragungsumfangs zuverlässig auf die Gesamtbevölkerung hochgerechnet werden. In den Jahren 2005 sowie 2011 wurden Modifikationen an der Methodik des Mikrozensus vorgenommen. Die Hochrechnung der Ergebnisse erfolgt ab dem Jahr 2011 auf der Basis der Bevölkerungszahlen nach dem Zensus 2011. Die angegebenen Werte sind daher zeitlich nur eingeschränkt mit den Jahresergebnissen der Vorjahre vergleichbar.

KfW-Gründungsmonitor

Der KfW-Gründungsmonitor beruht auf einer jährlich durchgeführten Befragung. Seit dem Jahr 2008 werden jährlich rund 50.000 Personen befragt. Das Ziel des KfW-Gründungsmonitors ist es, Informationen über das Gründungsgeschehen in Deutschland zu generieren. Dafür werden die Befragten nach einer gewerblichen oder freiberuflichen Selbstständigkeit befragt. Darüber hinaus werden auch Personen mit einer bis zu 36 Monaten zurückliegenden Gründung sowie auch diejenigen Gründer erfasst, die ihre unternehmerische Selbstständigkeit wieder aufgegeben haben. Der KfW-Gründungsmonitor bietet Informationen über die Art der Gründung, Beschäftigte, Finanzierung und Fortbestehen der Gründung sowie demografische Informationen der Gründerin oder des Gründers. Nicht alle Informationen liegen auch geschlechtsspezifisch vor.

Global Entrepreneurship Monitor

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) basiert auf einer jährlich durchgeführten telefonischen bzw. persönlichen Befragung, die im Jahr 2013 weltweit in inzwischen 70 Ländern erfolgte. In Deutschland wurden rund 6.000 Personen befragt, weltweit mehr als 234.000. Zusätzlich wird die Befragung noch durch Interviews mit Expertinnen und Experten ergänzt. In Deutschland wurden hierzu im Jahr 2013 rund 50 Expertinnen und Experten befragt.

Gründerreport des Deutschen Industrie- und Handelskammertages e. V. (DIHK)

Der DIHK-Gründerreport wird jährlich veröffentlicht und basiert auf einer Einschätzung der Industrie- und Handelskammern (IHK) zum Gründungsgeschehen in Industrie, Handel und den Dienstleistungsbranchen in Deutschland. Grundlage für die Aussagen im DIHK-Report sind Erfahrungsberichte der IHK-Existenzgründungsberaterinnen und -berater aus den 80 IHKs sowie eine statistische Auswertung zum IHK-Gründerservice. Insgesamt fußt der DIHK-Gründerreport 2014 auf über 320.000 Kontakten von IHK-Existenzgründungsberaterinnen und -beratern mit angehenden Unternehmerinnen und Unternehmern. Somit dient der DIHK-Gründerreport als Indikator für Gründungsinteressierte des genannten Wirtschaftssegments in Deutschland.

KfW-Mittelstandspanel

Das KfW-Mittelstandspanel stellt einen repräsentativen Längsschnittdatensatz für alle mittelständischen Unternehmen in Deutschland dar. Die Daten werden mittels einer schriftlichen Wiederholungsbefragung der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland mit einem Umsatz von bis zu 500 Mio. Euro pro Jahr erhoben. Nach der ersten Befragung im Jahr 2003 wird die Befragung im jährlichen Rhythmus wiederholt. Um die Stichprobe über die Jahre hinweg konstant zu halten, wurden in den Jahren 2005, 2007, 2009 und 2011 neue

Unternehmen angeschrieben. Inzwischen werden zwischen 9.000 und 15.000 Unternehmen befragt und ausgewertet. Knapp 700 Unternehmen haben bislang an allen zehn Wellen teilgenommen. Mithilfe des KfW-Mittelstandspanels können Veränderungen in der Struktur des Mittelstands sowie besondere Entwicklungen und Probleme identifiziert werden. Dafür werden Informationen zur Unternehmensentwicklung, Investitionstätigkeit und Finanzierungsstruktur abgefragt. Die Daten werden nicht geschlechtsspezifisch wiedergegeben. Hierfür können Sonderauswertungen genutzt werden.

Gewerbeanzeigenstatistik

Die Basis der Gewerbeanzeigenstatistik beruht auf den obligatorischen Gewerbeanmeldungen bei den Gewerbeamleedämtern. Dabei sind die Informationen zur Person der Gründerin und des Gründers sowie dem betreffenden Gewerbe jedoch sehr gering. Auswertungen über den Bestand an Selbstständigen liegen nicht vor. Da Gewerbe teilweise angemeldet werden, schließlich jedoch nicht ausgeübt werden, sowie nicht meldepflichtige Wirtschaftsbereiche wie etwa die Freien Berufe unberücksichtigt bleiben, geben die Daten kein vollumfängliches Bild wieder.

Gründungsstatistik des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn

Die Gründungsstatistik des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn fundiert auf der Gewerbeanzeigenstatistik. Die Erhebungsmethode des IfM Bonn beruht auf einer Bereinigung der Zahl der ausgewiesenen Gewerbeanmeldungen bzw. -abmeldungen in Deutschland um nicht gründungs- und liquidationsrelevante Komponenten, wie beispielsweise Unternehmensverlagerungen, Umwandlungen, Rechtsformwechsel und Nebenerwerbsgründungen aus der Gewerbeanzeigenstatistik.

Um die Anzahl der jährlichen *Unternehmensgründungen* darzustellen, bereinigt das IfM Bonn die Daten der Gewerbeanzeigenstatistik zunächst im Hinblick auf Zweigniederlassungen und unselbstständige Zweigstellen. Zudem werden Zuzüge als Folge von Standortverlagerungen sowie die Übernahmen von Unternehmen und Nebenerwerbsgründungen selektiert. Nach dem Verständnis des IfM Bonn zählen Letztere nicht zu den Unternehmens- und Existenzgründungen, da die selbstständige Tätigkeit nicht den Mittelpunkt der ökonomischen Aktivität darstellt. Zuletzt werden auch „unechte Gründungen“ abgezogen. Unter „unechten Gründungen“ werden Scheingründungen verstanden, die nicht mit der Absicht durchgeführt wurden, ein Gewerbe zu führen.

Zu den *Existenzgründungen* zählt das IfM Bonn die oben aufgeführten Unternehmensgründungen zuzüglich der Übernahme von Unternehmen durch Erbfolge, Kauf und Pacht. Aus diesem Grund fallen die Zahlen der Existenzgründungen höher aus als die der Unternehmensgründungen.

9.3 Begriffliche Definitionen

Selbstständigkeit

Die Definition der unternehmerischen Selbstständigkeit kann aus dem Sozialgesetzbuch entnommen werden. Im Unterschied zu einer abhängigen Beschäftigung ist der oder die unternehmerisch Selbstständige frei in der Bestimmung von Arbeitszeit, Arbeitsort, Arbeitsdauer und Art der Arbeit. Die unternehmerisch selbstständige Frau oder der selbstständige Mann unterliegt keinem Weisungsrecht von einem Arbeitgeber. Die berufliche Tätigkeit ist durch das eigene Unternehmerrisiko und die freie Verfügung über die eigene Arbeitskraft geprägt.

Selbstständigenquote

Laut Definition des Statistischen Bundesamtes ist die Selbstständigenquote der Anteil der Selbstständigen an den Erwerbstätigen. Dabei kann der Anteil sowohl für Frauen als auch für Männer berechnet werden. Die Selbstständigenquote ist ein geeigneter Indikator, um die Bedeutung der Selbstständigkeit für Männer und Frauen oder auch zwischen Ländern zu quantifizieren. Die Selbstständigenquote wird bspw. auf der Basis des Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes berechnet.

Gründerinnenquote

Laut KfW-Gründungsmonitor gibt die Gründerinnenquote den Anteil der Gründungspersonen (Voll- und Nebenerwerb) an der Bevölkerung wieder. Dabei kann der Anteil sowohl für Frauen als auch für Männer berechnet werden. Die Gründerinnenquote wird genutzt, um die Bedeutung von Gründungen und die Gründungsaktivität der Bevölkerung zu beziffern.

Freie Berufe

Die Freien Berufe werden unterschiedlich definiert. Laut Einkommenssteuergesetz (nach § 18 I Nr. 1 EStG) gehören zur freiberuflichen Tätigkeit die selbstständig ausgeübte wissenschaftliche, künstlerische, schriftstellerische, unterrichtende oder erzieherische Tätigkeit. Zu den Freien Berufen gehören beispielsweise Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte, Rechtsanwälte, Notare, Patentanwälte, Vermessungsingenieure, Ingenieure, Architekten, Handelschemiker, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, beratende Volks- und Betriebswirte, vereidigte Buchprüfer (vereidigte Bücherrevisoren), Steuerbevollmächtigte, Heilpraktiker, Dentisten, Krankengymnasten, Journalisten, Bildberichterstatter, Dolmetscher, Übersetzer, Lotsen und ähnliche Berufe.

Unternehmerische Selbstständigkeit im Voll- und Nebenerwerb

Eine unternehmerische Selbstständigkeit im Vollerwerb bedeutet, dass die Unternehmerin oder der Unternehmer einzig das Unternehmen führen und keine andere Tätigkeit parallel durchführen.

Eine unternehmerische Selbstständigkeit im Nebenerwerb wiederum setzt das Vorliegen eines anderen Haupterwerbs voraus. Der Haupterwerb kann sich auch aus mehreren Teilzeitanstellungen zusammensetzen. Grundsätzlich umfasst der Haupterwerb den Großteil der Einkünfte aus der Erwerbstätigkeit, während der Nebenerwerb deutlich geringer ist. Die Selbstständigkeit im Nebenerwerb bedeutet demnach, dass diese parallel zu anderen beruflichen Tätigkeiten durchgeführt wird.

Impressum

Herausgeberin:

bundesweite gründerinnenagentur (bga)

Haus der Wirtschaft

Willi-Bleicher-Straße 19

70174 Stuttgart

Deutschland

Telefon: 0711 1232532

www.gruenderinnenagentur.de

bga@gruenderinnenagentur.de

Die Broschüre wird im Rahmen des Vorhabens „Gründerinnen/-Unternehmerinnen-Barometer“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) sowie vom Europäischen Sozialfonds (ESF) gefördert.

GEFÖRDERT VOM



Redaktion:

Dr. Kirsti Dautzenberg,

Alice Steinbrück, Carla Binnewies,

Jacob Fittkau

Rambøll Management Consulting

GmbH, Berlin

Download der Broschüre:

www.gruenderinnenagentur.de >

Mediathek > bga-Publikationen

Stand: März 2015

Kontakt:

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

bga@gruenderinnenagentur.de
www.gruenderinnenagentur.de

bga-Publikationen:

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

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

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

Nr. 04 Unternehmensnachfolge durch Frauen in Deutschland –
Daten und Fakten

Nr. 05 Technologieorientierte Gründungen durch Frauen

Nr. 06 Selbständigkeit von Frauen in der Informatikbranche

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

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

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

Nr. 10 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft

Nr. 11 Potenziale der Genossenschaften für Gründerinnen

Nr. 12 Selbständigkeit von Frauen aus den Geisteswissenschaften

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

Nr. 14 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Freizeitwirtschaft

Nr. 15 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Seniorenwirtschaft

Nr. 16 Gründungen von Frauen im ländlichen Raum

Nr. 17 Gründungen von Frauen ab 45 – mit Erfahrung erfolgreich

Nr. 18 „Good-Practice-Beispiele von Gründerinnen-/Unternehmerinnen-
zentren in Deutschland“

Nr. 19 Mentoring für Existenzgründerinnen –
das „small business mentoring“-Programm

Nr. 20 Nachfolge ist weiblich – 16 Unternehmensnachfolgerinnen zeigen
Gesicht und das Geheimnis ihres Erfolges

Nr. 21 Nachfolge ist weiblich – Ausgewählte Instrumente und Strategien
für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Unternehmensnach-
folge durch Frauen.

Nr. 22 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft II

Nr. 23 Berufswege und Selbständigkeit von Frauen aus der Mathematik

Nr. 24 Selbständigkeit von Frauen aus den Geisteswissenschaften II

Nr. 25 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Biotechnologie

Nr. 26 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Franchising

Nr. 27 Unternehmerische Selbständigkeit von Frauen mit
Migrationshintergrund

Nr. 28 Unternehmensnachfolge durch Frauen in Deutschland –
Daten und Fakten II

Nr. 29 Gründungen von Frauen in den Ingenieurwissenschaften

Nr. 30 Europäisches Erfolgsmodell
bundesweite gründerinnenagentur (bga)

Nr. 31 Chefinnen im Handwerk

Nr. 32 Unternehmensnachfolge durch Frauen in Deutschland –
Daten und Fakten III

Nr. 33 Gründerinnen und Unternehmerinnen in Deutschland I –
Quantitative Daten und Fakten

Nr. 34 Gründerinnen und Unternehmerinnen in Deutschland II –
Unternehmensbezogene Daten und Fakten

Nr. 35 Gründerinnen und Unternehmerinnen in Deutschland III –
Personenbezogene Daten und Fakten

Nr. 36 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft III

Nr. 37 Chefinnen im Handwerk II

Nr. 38 Unternehmensnachfolge durch Frauen in Deutschland –
Daten und Fakten IV

Genderspezifische Lehre an deutschen Entrepreneurshiplehrstühlen –
eine Notwendigkeit?

Ergebnisse einer Studie des Center of Entrepreneurship (COE)
an der Universität Hohenheim

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

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

Dokumentation: 2. Expertinnen / Experten Workshop der bga
Technologieorientierte und wissensbasierte Unternehmensgründungen
durch Frauen – Netzwerke, Spin-offs, Teamgründungen

Dokumentation: Die neuen Freiberuflerinnen
Gründungen von Frauen in wissensbasierten und unternehmensnahen
Dienstleistungen

Dokumentation: bga-Fachtagung Frauen gründen High-Tech!
Maßnahmen und Angebote für Gründerinnen im High-Tech-Bereich
auf dem Prüfstand

Die bundesweite gründerinnenagentur (bga) wird gefördert von: