

**René Leicht**

**Selbständige Frauen im „Kreativsektor“:  
Arbeitsformen, Ressourcen und Entwicklungspotenziale**

Beitrag zur Tagung „Creative Power – Gründungen von Frauen im Kreativbereich“  
Bundesweite Gründerinnenagentur und Bundesministerium für Bildung und Forschung  
Berlin 26.01.2007.

---

*Rahmenbedingungen und Triebkräfte „kreativer“ Selbständigkeit*

Mit zu den auffälligen Entwicklungen in den letzten drei Jahrzehnten zählen zwei Megatrends, die wiederum weitere Facetten in sich bergen. Zum einen verlagern und reduzieren die großen wirtschaftlichen Organisationen ihren Personalbestand, während die Bedeutung selbständiger Erwerbsarbeit wieder angestiegen ist. Zum zweiten hat sich die Erwerbs- und Bildungsbeteiligung von Frauen erhöht, wobei sich dennoch die vertikale und horizontale Segregation der Geschlechter am Arbeitsmarkt nicht wesentlich verringerte. Mit Blick auf einzelne Elemente dieser Megatrends sind *vier weitere Facetten* hervorzuheben, die soz. im Schnittfeld der „großen Strukturumbrüche“ liegen:

1. Überproportional zugenommen hat die Zahl selbständiger Frauen sowie die der Selbständigen ohne bezahlte Beschäftigte.
2. Die Entwicklung steht unter dem Einfluss des Wandels von Unternehmensformen, von hoher Arbeitslosigkeit sowie anhaltender Deregulierung, Flexibilisierung und Externalisierung von Arbeit.
3. Der Wandel in der Arbeitswelt wird begleitet von einer lebensweltlichen Individualisierung und veränderten Ansprüchen in Bezug auf Autonomie, Selbstverwirklichung und neuen Arrangements im Verhältnis von Arbeit und Leben.
4. Die Nachfrage nach professioneller Dienstleistungsarbeit wächst und neben den wissensintensiven unternehmensorientierten Dienstleistungen steigt der Bedarf an kulturwirtschaftlichen Produkten.

Die genannten Komponenten berühren die Arbeitsformen, Statuspositionen und Entwicklungspotenziale von Gründerinnen und selbständigen Frauen in der Kreativwirtschaft. Allerdings sind die Perspektiven der selbständig Kulturschaffenden nicht nur im Lichte von Individualisierung und Outsourcing zu sehen. Infolge vergleichsweise geringer Regulierung der Zugangsmöglichkeiten und geringer Standardisierung des Leistungskatalogs sowie geringer Betriebskosten, eröffnen die Kultur- und Medienberufe auch Chancen für Quereinsteigerinnen, um allein durch Kreativität einen Weg zum eigenen Unternehmen zu finden.

### *Auch in der Kreativwirtschaft sind Frauen als Selbständige unterrepräsentiert*

Eine einheitliche Definition und wirtschaftssystematische Abgrenzung des Sektors der sog. „Kreativwirtschaft“ ist bisher kaum gelungen. Je nach Weite des Spektrums umfasste der Bereich im Jahr 2005 zwischen 0,7 bis zu 1,6 Mio. Erwerbstätige, darunter zwischen 0,2 bis 0,4 Mio. Selbständige (Mikrozensus).<sup>1</sup> Konzentriert man sich auf die Struktur der Selbständigen in geschlechterdifferenzierender Sicht, dann macht sich infolge der beruflichen Segregationsmuster auch ein Brancheneffekt bemerkbar. So liegt der Frauenanteil in den Korrespondenzbüros, in der Unterhaltungsbranche und in den sog. „sonstigen“ kulturellen Dienstleistungen über dem in der Gesamtwirtschaft, in den Architektur- und Softwarebüros aber weit darunter. Diese Diskrepanz ist unter den Selbständigen stärker zu verspüren als unter den Erwerbstätigen insgesamt (Schaubild 1).

Schaubild 1: Frauenanteile in Branchen der Kreativwirtschaft nach beruflicher Stellung

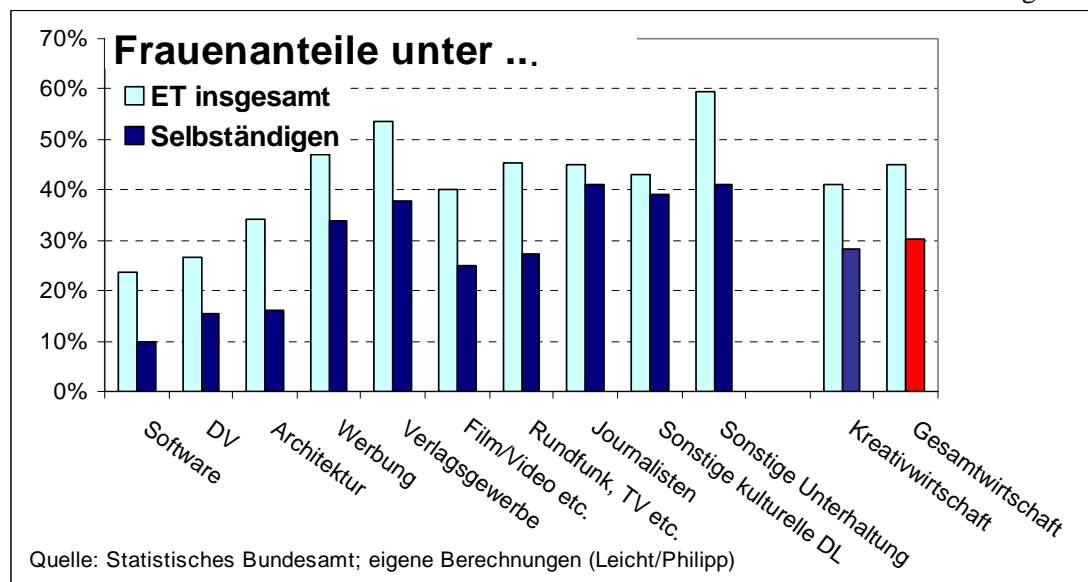
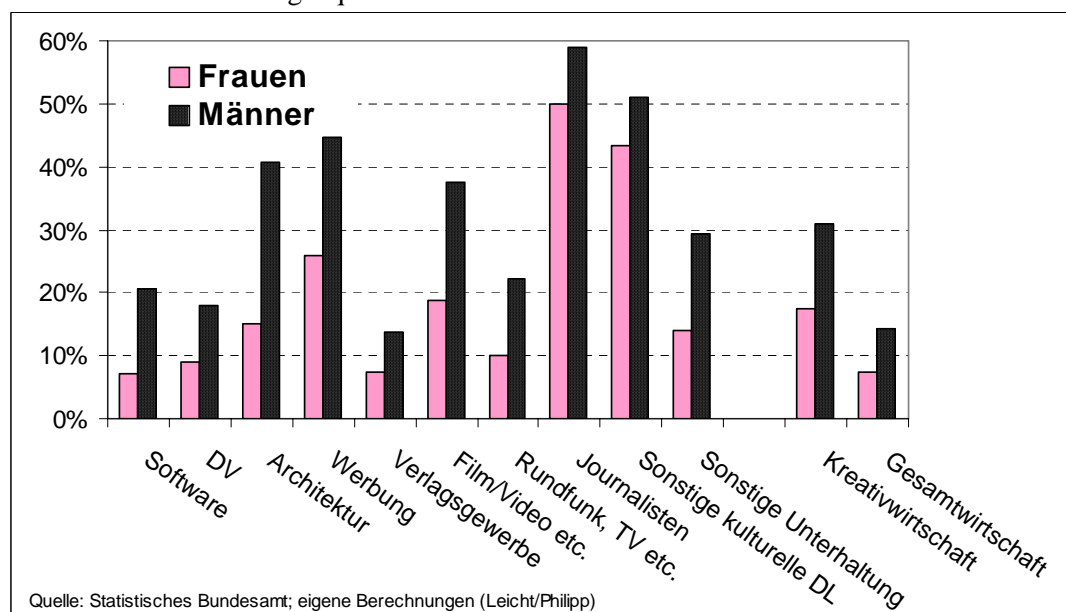


Schaubild 2: Selbständigenquoten in Branchen der Kreativwirtschaft nach Geschlecht



<sup>1</sup> Letztgenannte Zahlen unter anderem einschließlich Verlagswesen, Softwareherstellung, Architektur und Werbung.

Im Großen und Ganzen jedoch sind Frauen in punkto Selbständigkeit auch in der Kreativwirtschaft stark unterrepräsentiert, wenngleich sie hier viel eher zur Arbeit auf eigene Rechnung tendieren. D.h. eine Selbständigenquote von 17% übertrifft die der Frauen in den übrigen Wirtschaftszweigen, doch weisen die Männer im Kreativsektor mit 31% eine annähernd doppelt so hohe Quote auf (Schaubild 2). Dieses geschlechterspezifische Gefälle zeichnet sich in den meisten, aber nicht in allen Branchen des Kreativsektors ab. Während bspw. die Selbständigenquoten von Frauen und Männern in der Architektur weit auseinander klaffen, liegen sie bei den Journalisten und in den „sonstigen“ kulturellen Dienstleistungen nahe beieinander.

#### *Alleinarbeit: Zwischen betrieblicher Flexibilisierung und individueller Flexibilität*

Im Kultur- und Mediensektor wurden in den letzten Jahren überproportional viel Arbeitsplätze sowohl insgesamt als auch im Feld selbständiger Erwerbsarbeit geschaffen. Prozentual betrachtet stieg die Zahl selbständiger Frauen seit Mitte der 90er Jahre etwas stärker als in der Gesamtwirtschaft und auch leicht stärker als bei den selbständigen Männern. Per saldo geht die Zunahme um rund 40% fast ausschließlich auf die der allein arbeitenden Frauen zurück. Allerdings sind die Unternehmensformen im Kreativbereich ohnehin stark durch „Soloselbständigkeit“ geprägt. Acht von zehn Selbständigen arbeiten ohne bezahlte Mitarbeiter – und bei den Frauen sind es fast neun (Tabelle 1).

Tabelle 1: Profil kreativer Selbständigkeit

in Prozent	Selb. Kreativwirtschaft		Selb. Gesamt-Wirtschaft
	Frauen	Männer	
<b>Soloselbstständige</b>	<b>87</b>	<b>75</b>	56
<b>Arbeit zuhause</b>	<b>42</b>	<b>33</b>	21
<b>Arbeit mit PC</b>	<b>79</b>	<b>87</b>	68
<b>FH-/Uni-Abschluss</b>	<b>51</b>	<b>56</b>	25
<b>Einkommen &lt; 1300 €</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	37
<b>Arbeitszeit ≤ 40Std/W</b>	<b>67</b>	<b>43</b>	41

Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus 2004+2005); eigene Berechnungen (Leicht/Philipp)

Die Ursachen sind vielfältig. Denn natürlich beruht die Leistungserstellung in vielen Kulturberufen, insbesondere bei Künstlern, traditionell schon immer und häufig auf freiberuflicher Alleinarbeit. Hingegen haben bspw. die Verlagsgruppen, Rundfunkanstalten, Museen etc. in jüngerer Zeit große Teile ihrer Belegschaft externalisiert, was zu einem schwunghaften Anstieg von auf den Markt gedrängten (schein)selbständigen JournalistInnen, LektorInnen, Ton-technikerInnen, KunsthistorikerInnen usw. führte. Andererseits ergeben sich für qualifizierte Frauen in diesen Berufen zumindest die erforderlichen Optionen, ihren Status und ihre Handlungsspielräume durch die Ausübung selbständiger Erwerbsarbeit zu erhöhen; etwa in der Balance zwischen Familie und Beruf. Bei der Wahrung flexibler Arbeitsformen kann die Beschäftigung von weiteren Mitarbeitern und die damit verbundene Verantwortungslast u.U.

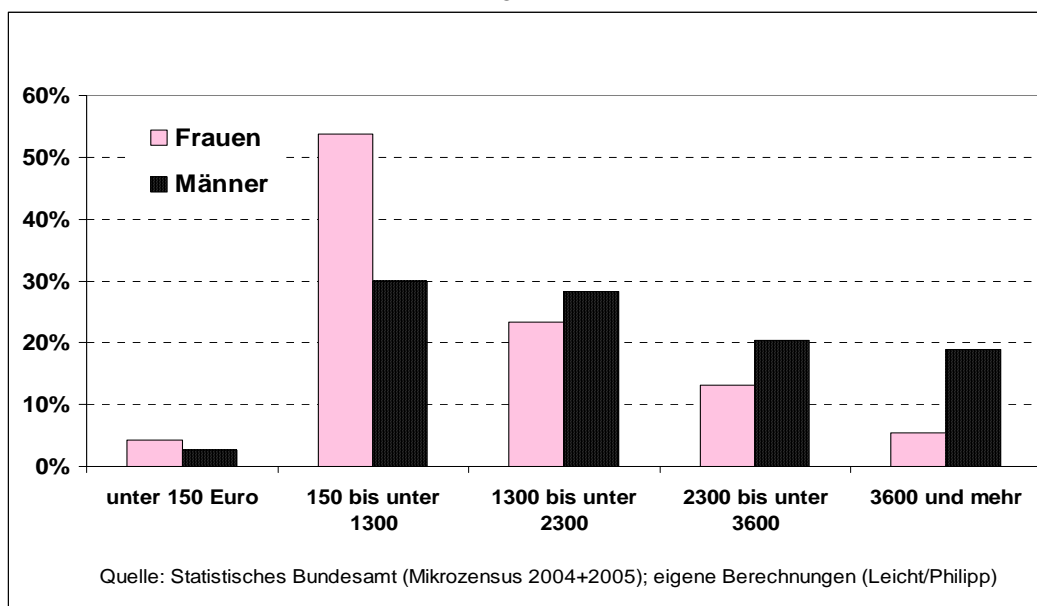
sogar eher hinderlich wirken. Notwendig wird sie ohnedies seltener, denn in einer wissensbasierten und vernetzten Kreativwirtschaft kommt den eigenen Fähigkeiten eine oftmals größere Bedeutung zu als dem Rückgriff auf MitarbeiterInnen. Ergänzend wirkt, dass der Kreativsektor auch ein hohes Maß an örtlicher Flexibilität erlaubt und oftmals keine Raumbeschaffung erfordert. Zwei von fünf selbständigen Frauen in der Kreativwirtschaft arbeiten überwiegend zuhause und vier von fünf benutzen einen PC (Tabelle 1).

### *Kompetenzen und andere Ressourcen selbständiger Frauen im Kreativsektor*

Im Gegensatz zu einer Vielzahl Freier Berufe in den kurativen und unternehmensorientierten Dienstleistungen sind Gründungswillige im Kreativsektor weniger mit institutionellen Regulierungen und formal-qualifikatorischen Zugangshürden konfrontiert. Aber dennoch ist das Niveau formaler Bildung hoch: Rund die Hälfte der selbständigen Frauen weist einen Hochschulabschluss auf, während unter den abhängig beschäftigten Frauen in diesem Sektor nur knapp ein Viertel ein solches Zertifikat besitzt (Tabelle 1). Allerdings bietet der Level beruflicher Bildung noch keinen Beleg, ob es sich hierbei um einen Studienabschluss mit kultur- oder medienwirtschaftlicher Bedeutung handelt.

In vielen Fällen sind Zweifel an der adäquaten Verwertung der eigentlichen beruflichen Qualifikation angebracht, da bei 58% der „kreativ“ arbeitenden Frauen das monatliche Nettoeinkommen (nach eigenen Angaben) unterhalb von 1.300 € liegt, bei Männern nur bei 33% (Tabelle 1 und Schaubild 3). Allerdings ist dies in vielen anderen Dienstleistungsbereichen nicht wesentlich anders. Solche prekären Verhältnisse müssen zudem vor dem Hintergrund gesehen werden, dass ein Viertel der selbständigen Frauen im Kreativsektor maximal 20 und zwei Drittel höchstens 40 Stunden in der Woche arbeitet (Tabelle 1), was für eine Unternehmerinnenposition eher ungewöhnlich, aber eben auch von der Auftragslage abhängig ist.

Schaubild 3: Netto-Einkommen selbständiger Frauen / Männer in der Kreativwirtschaft



### *Entwicklungsperspektiven und Kooperationsmöglichkeiten*

Aus dem beständigen Wachstum des Kreativsektors lassen sich generell Gründungschancen für Frauen und aus dem Rückstand gegenüber der Platzierung der Männer noch ungenutzte Entwicklungspotenziale ableiten. Dies gilt in der Kreativwirtschaft insgesamt, doch ist dieses Aggregat äußerst heterogen. Daher kommt auch Wachstumskatalysatoren, wie Teamarbeit, Netzwerkbildung oder anderen Arbeits- bzw. Kooperationsformen nicht überall die gleiche Bedeutung zu. Zentraler Motor bleibt die individuelle Kreativität, wobei Kooperation aber immerhin häufig eine Vermehrung von Wissen, Marktpräsenz und -chancen induziert. Doch ist die Transformation von „intangible knowledge“ gerade in kulturellen und künstlerischen Belangen schwierig. Netzwerk- und Teamarbeit setzen ohnehin voraus, dass die Kompetenzen der potenziellen KooperationspartnerInnen im vorhinein erkennbar sind. Außerhalb des persönlichen Umfelds ist dies eher selten der Fall. Daher wird die Zusammenarbeit stark durch soziale Beziehungen und Sympathie geprägt, was für die Reibungslosigkeit keineswegs unwichtig, aber eben nicht allein maßgeblich ist.

Unbefriedigende Erträge sind häufig auch auf den Irrglauben zurückzuführen, dass für den Erfolg eines kleinen „Kulturbetriebs“ Kreativität und fachspezifisches Wissen ausreichend ist, weshalb Planung, Strategie und betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Hintergrund treten. Dies ist auch eine Frage des Zeitbudgets. Dort wo das vergleichsweise geringe Arbeitsvolumen und die damit einhergehende prekäre Lage selbständiger Frauen auch das Ergebnis einer geschlechtstypischen Arbeitsteilung in Haushalt und Familie ist, sind allerdings mehr als nur sektorspezifische Maßnahmen gefragt.

#### Kontakt

Dr. René Leicht  
 Institut für Mittelstandsforschung  
 Universität Mannheim  
[leicht@mail.ifm.uni-mannheim.de](mailto:leicht@mail.ifm.uni-mannheim.de)

#### **Ausgewählte Veröffentlichungen**

- Leicht, René und Lauxen-Ulbrich, Maria (2005): Entwicklung und Determinanten von Frauenselbständigkeit in Deutschland: Zum Einfluss von Beruf und Familie, in Zeitschrift für KMU & Entrepreneurship, Jg. 53, S. 133-149.
- Leicht, René und Strohmeyer, Robert (2005): Women's Self-employment in Europe: Catching up – at a crawl, in: Hagbarth Publications, Structural Change in Europe 4 – Entrepreneurial Spirit in Cities and Regions, 10, p. 53-55.
- Leicht, René und Welter, Friederike (2004): Gründerinnen und selbstständige Frauen – Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland, v. Loeper-Verlag, Karlsruhe, ISBN 3-86059-662-4.

Weitere Informationen und Discussion Papers unter

[www.ifm.uni-mannheim.de](http://www.ifm.uni-mannheim.de)

Siehe „Publikationen“ /Thematische Gliederung