Workshopreihe

„Ich allein?! Mehr als Ich!“

Existenzgründungen von Frauen in Deutschland:

Chancen und Hemmnisse unternehmerischer Kreativität

Maria Lauxen-Ulbrich, René Leicht

Institut für Mittelstandsforschung Universität Mannheim

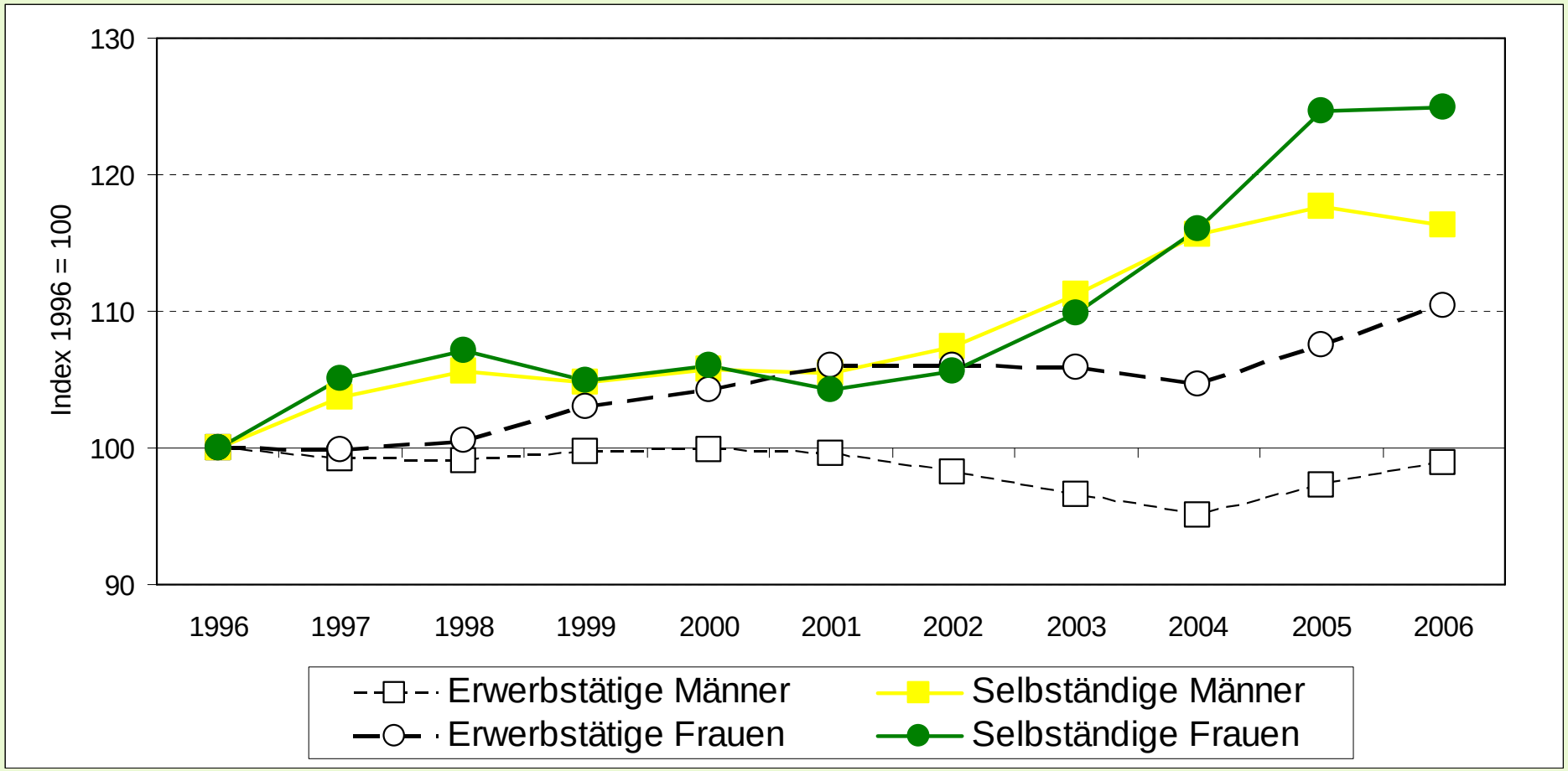
© Foto: 2006 Walter Schaefer, Lesung Gabriele Glang

Rahmenbedingungen und Triebkräfte

In den letzten 2 bis 3 Jahrzehnten ...

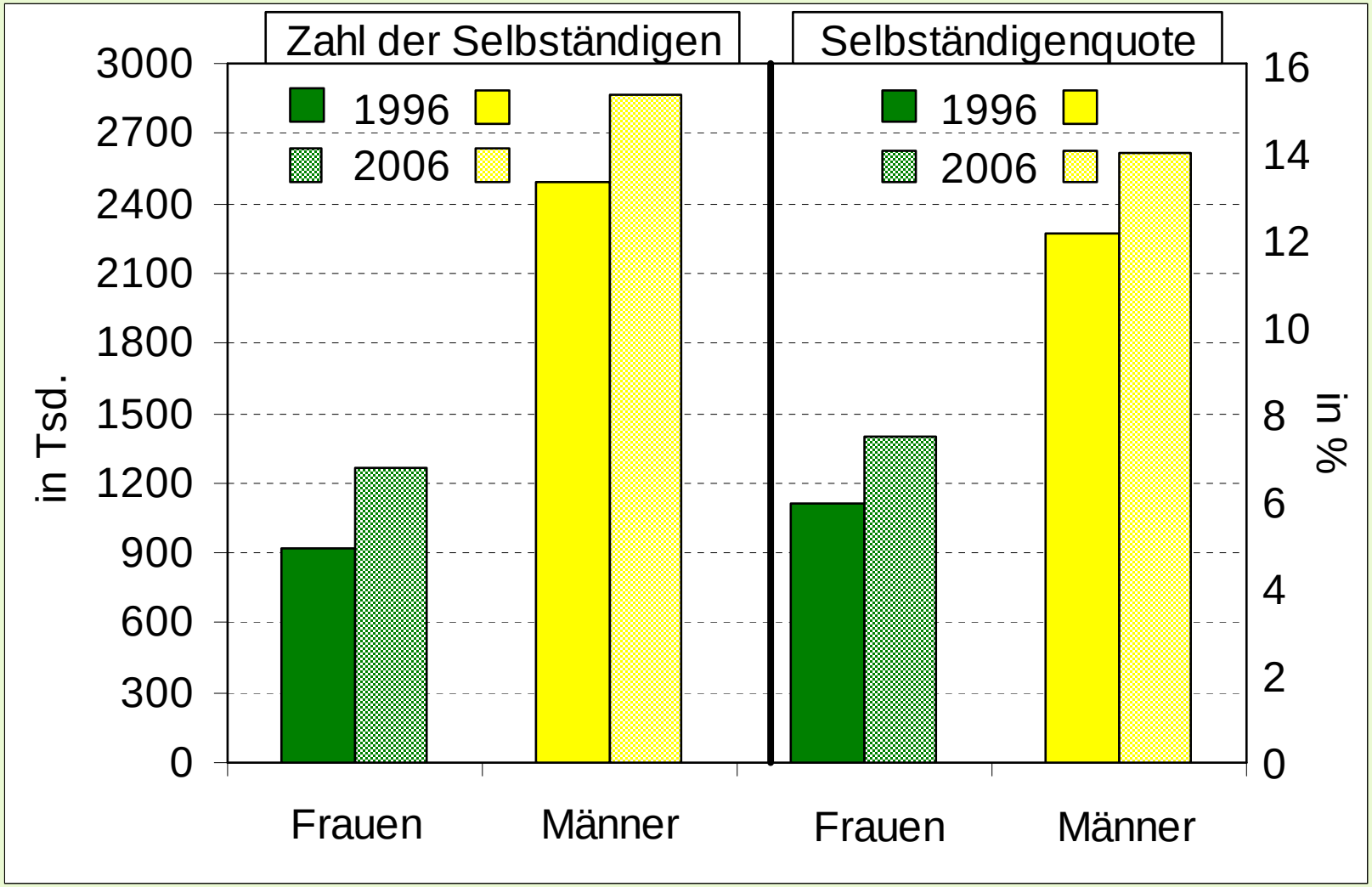
- Wandel in der Unternehmensorganisation und Arbeitswelt: Flexibilisierung der Beschäftigung; Outsourcing, Networking ...
- Lebensweltlicher Wandel: Individualisierung, Streben nach mehr Autonomie und Selbstverwirklichung ...
- Wandel selbständiger Erwerbsarbeit: Überproportionale Zunahme durch Frauen und „Soloselbständige“ ...
- Wandel in Nachfrage nach professioneller Dienstleistung: Mehr wissensintensive, unternehmensnahe und kulturwirtschaftliche Arbeit ...

Entwicklungen 1996-2006



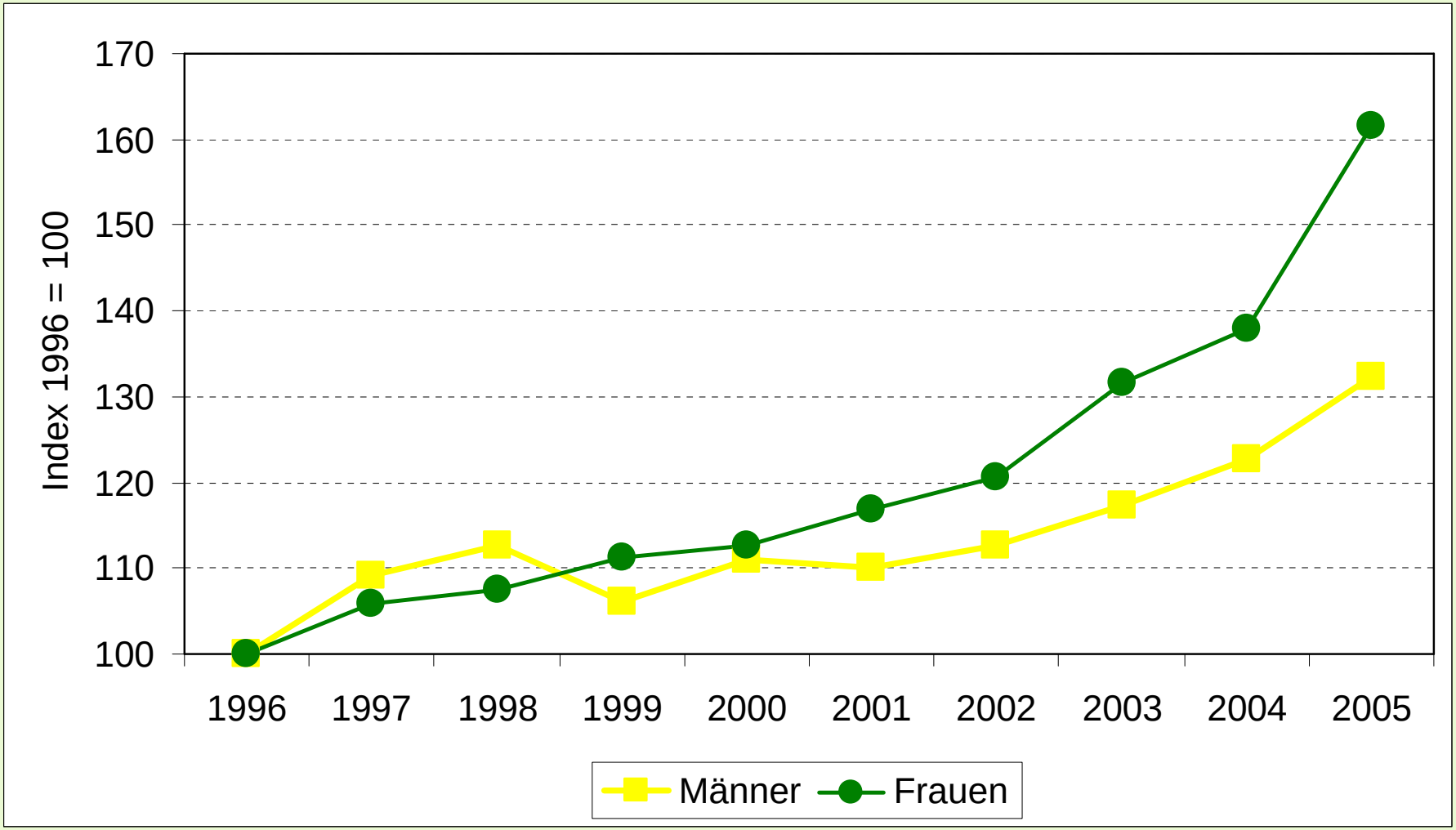
Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), Berechnungen ifm Universität Mannheim

Struktur 1996 und 2006



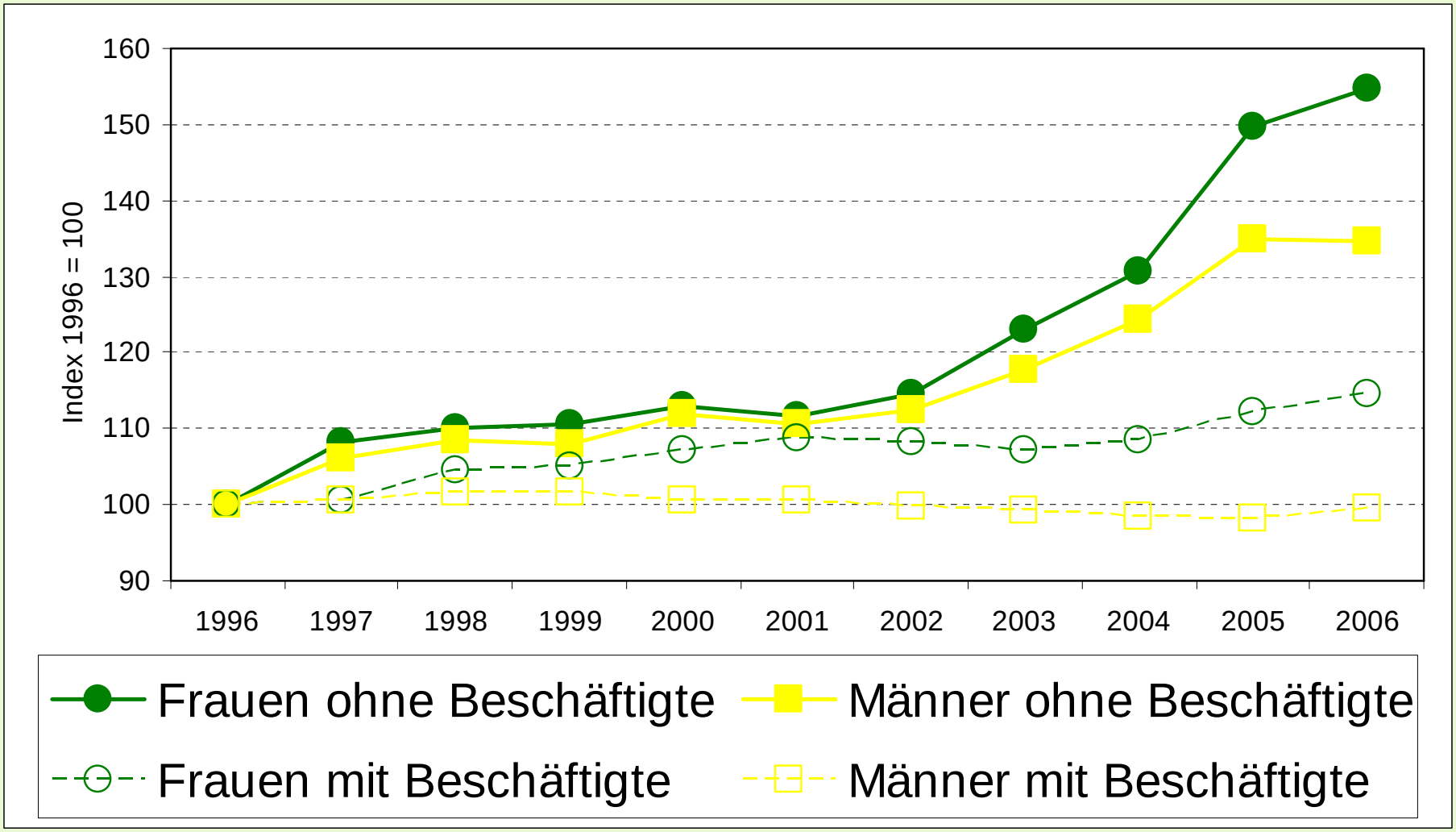
Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), Berechnungen ifm Universität Mannheim

Entwicklungen selbständiger Akademiker/-innen 1996-2005



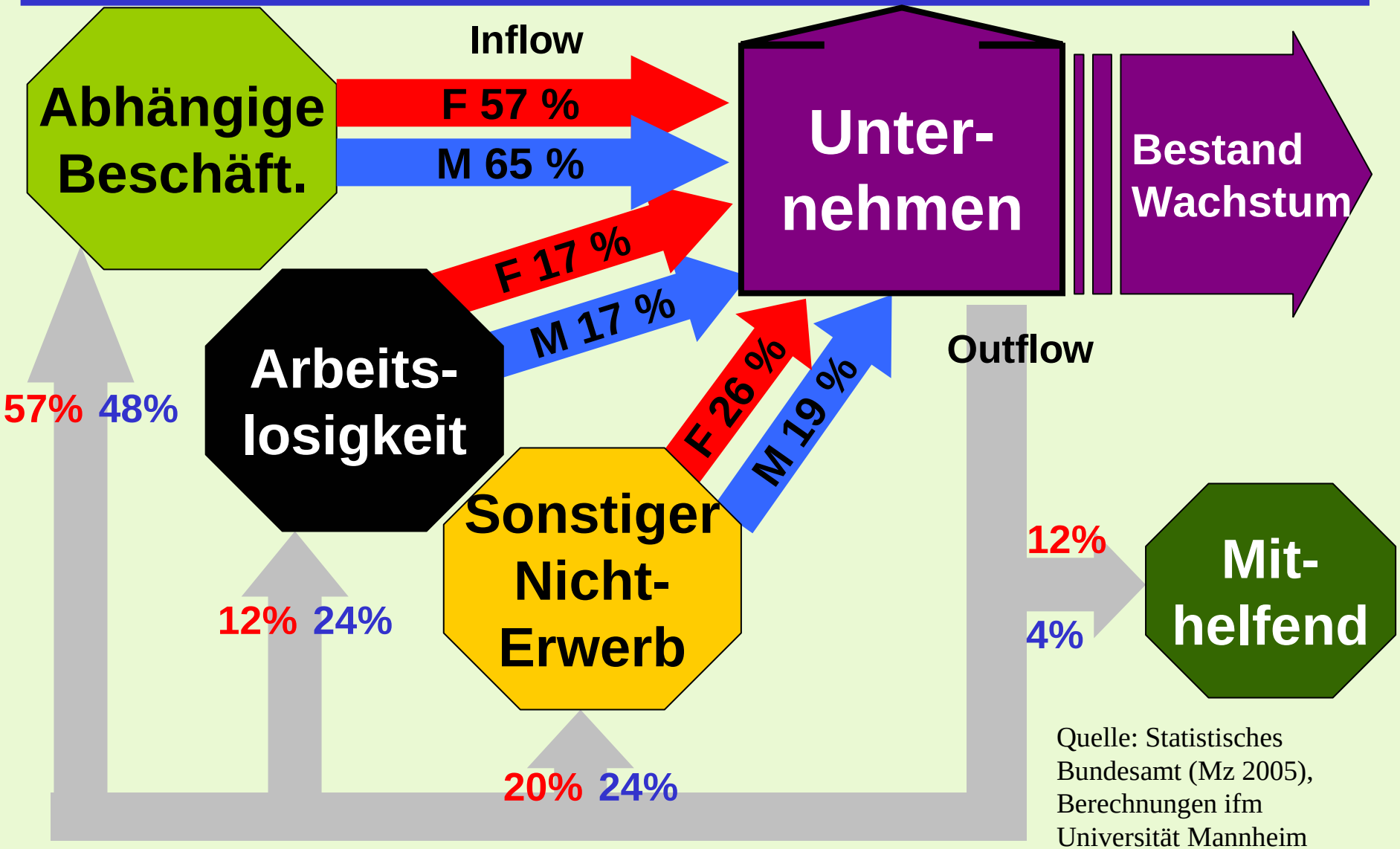
Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), Berechnungen ifm Universität Mannheim

Entwicklungen Solo- / AG-Selbständige 1996-2006



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), Berechnungen ifm Universität Mannheim

Woher sie kommen – und wohin sie (ggf.) gehen



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mz 2005), Berechnungen ifm Universität Mannheim

Gründungsvorbereitung und materielle Ressourcen

- **Planung:** In Ostdeutschland 57% Frauenanteil, in Westdeutschland 26% *(vgl. GEM 2006)*.
- **Beratung:** Über die Hälfte (55%) aller Frauen hat vor der Gründung keine professionelle Beratung in Anspruch genommen.
- **Kapitalbedarf:** 41% der Frauen benötigen weniger als 10.000 € zur Gründung ihres Unternehmens und 20% mehr als 50.000 € (Männer: 53% über 50.000 €).
  Weniger als 1 Drittel nimmt Fremdkapital auf, Männer zu über der Hälfte. Frauen zahlen zuverlässiger zurück *(vgl. GEM)*.
- **Ansprüche:** Nur 13% der Frauen nennen als wichtiges Gründungs-motiv „höhere Verdienstmöglichkeiten“, dagegen 32% der Männer.
- **Einkommen:** Nur über 1 Drittel der Gründerinnen (38%) verdient (im ersten Geschäftsjahr) mehr als 1.300 € netto im Monat.
  Bei männlichen Gründern liegen weit über der Hälfte (59%) über dieser Marke.

hemmende Faktoren für Gründungsaktivität

» gesellschaftlich geprägte Rollenbilder

» ungleiche Verteilung von Familienverantwortung

» frauenspezifische Erwerbsbiografie

➔ geringere Arbeits-/ Berufserfahrung

➔ geringere Führungserfahrung

➔ eingeschränktes Zeitbudget

➔ „falsche“ Berufswahl

➔ unzureichendes soziales Kapital

Ressourcen-defizite

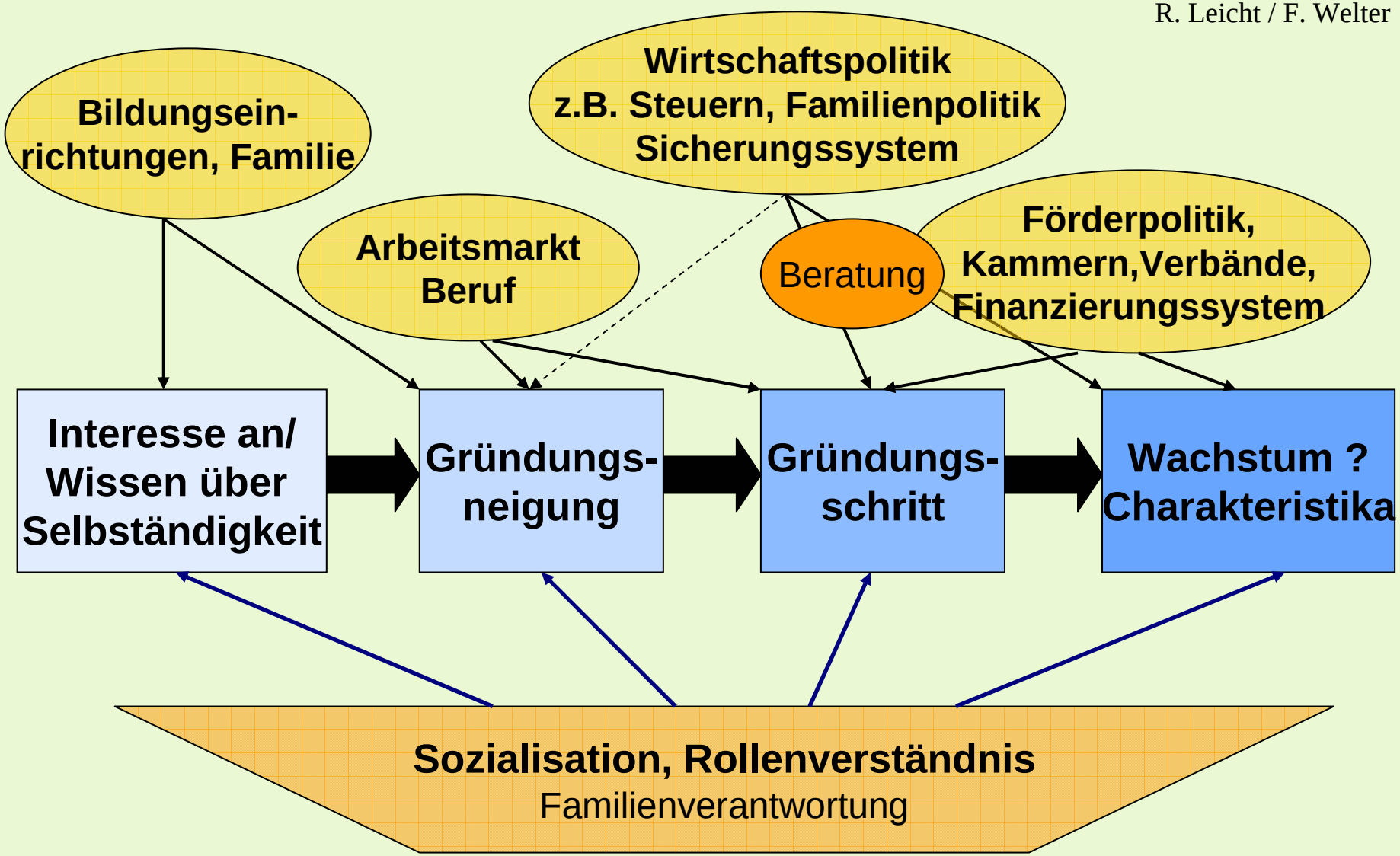
maßgebliche Determinanten

der Wahrscheinlichkeit selbständig oder abhängig beschäftigt zu sein – Auswahl
(im logistischen Regressionsmodell)

	Frauen	Männer
Bildung	**+++**	**++**
Arbeitserfahrung	**++**	**++**
junge Kinder im Haushalt	**+++**	**+**
„Frauenberuf“	**- - -**	**- - -**

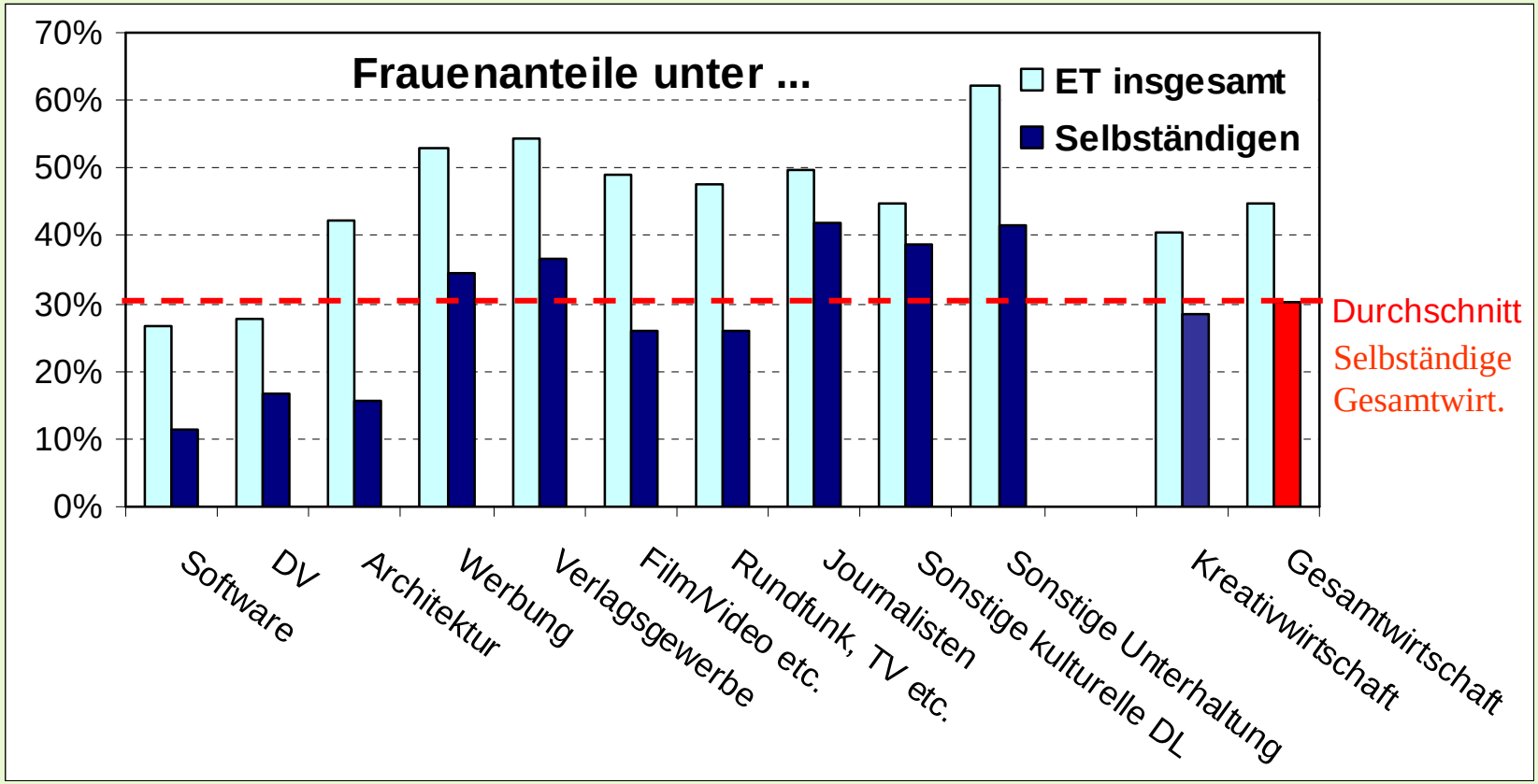
Institutionelle Einfluss- und Interventionsfelder

R. Leicht / F. Welter



Geschlechterverhältnisse

„Kreativwirtschaft“ (im Mikrozensus 2005)
Künstlerische Darbietungen, kulturelle und unterhaltende Dienste, Schriftsteller, Journalisten, Rundfunk, Film, Video, Museen, Verlagsgewerbe, Software, DV, Architektur, Werbung.



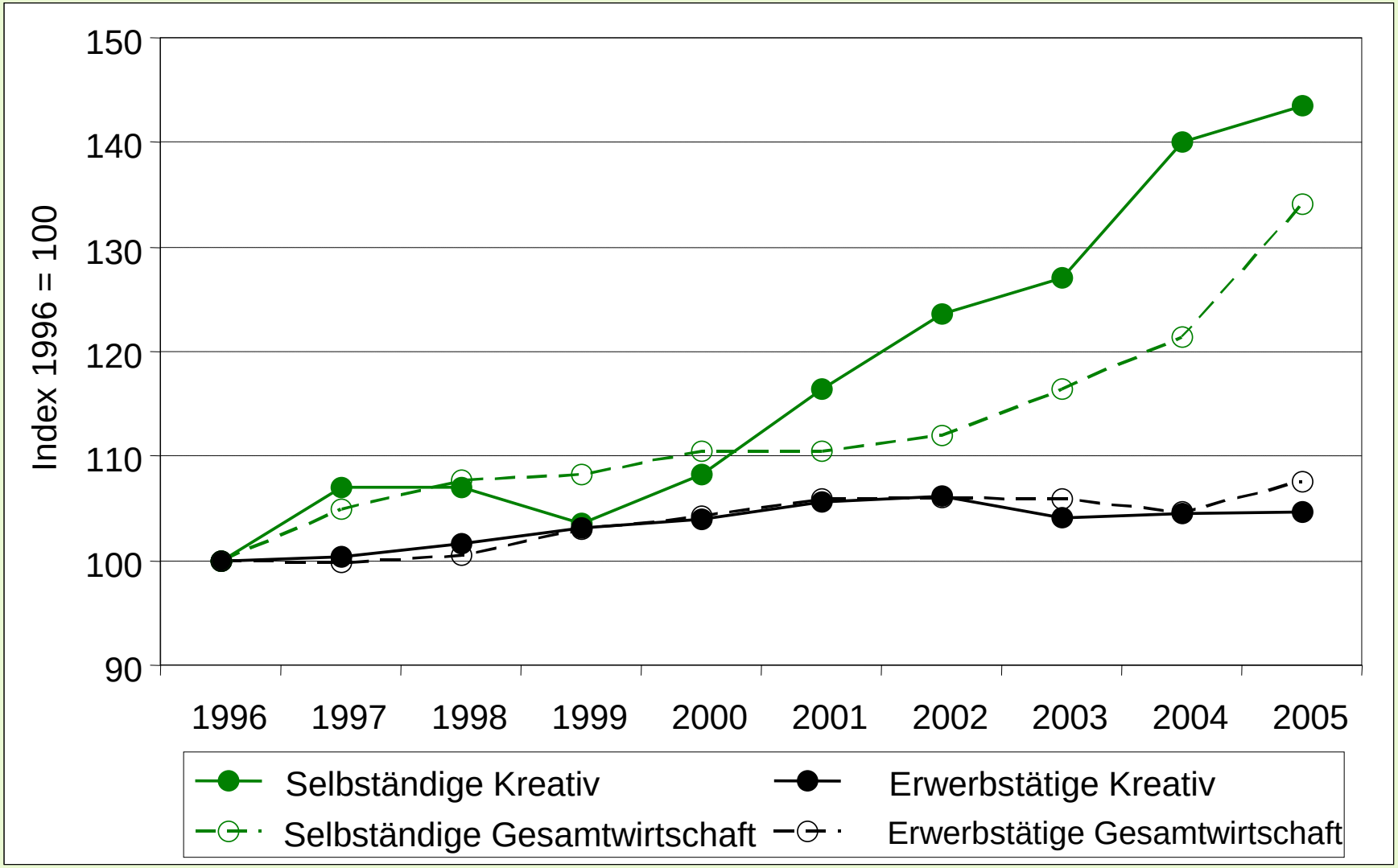
Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus 2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim

Profil „kreativer Selbständigkeit“

in Prozent	Selb. Kreativwirtschaft		Selb. Frauen Gesamt-wirtschaft
	Frauen	Männer	
Soloselbständige	87	75	65
Arbeit zuhause	42	33	27
Arbeit mit PC	79	87	64
FH-/Uni-Abschluss	51	56	29
Einkommen < 1.300 €	58	33	58
Arbeitszeit ≤ 40 Std/W	67	43	64

Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus 2004+2005); Berechnungen ifm Universität Mannheim

Entwicklungen Frauen Kreativ- & Gesamtwirtschaft 1996-2005



Quelle: Statistisches Bundesamt (Mikrozensus), Berechnungen ifm Universität Mannheim

Entwicklungsperspektiven und Kooperation

- Wachstumspotenziale → resultierend aus Sektorwachstum
  → Abstand zur Platzierung der Männer
- Heterogenität der KW → Kooperationsformen ungleiche Bedeutung
  → Charakter der Leistungserstellung
- Teamarbeit, Netzwerke
  → prinzipiell: Vermehrung von Wissen, Marktpräsenz, -chancen
  → aber: „intangible knowledge“ / Organisation von Kompetenz
  → soziale Beziehungen, persönliches vs. wirtschaftliches Umfeld
- Erfolg → nicht nur Kreativität; auch: Planung, betriebswirtschaftl. Kenntnisse
  → Zeitbudget; Problem geschlechtstypischer Arbeitsteilung

Vielen Dank!

Wenn Sie mehr wissen wollen:

www.ifm.uni-mannheim.de

© Foto: 2006 Walter Schaefer, Lesung Gabriele Glang