

## Beitrag für ein finnisches Unternehmerinnen-Magazin

### Unternehmerinnen in Deutschland

Die Selbstständigenquote von Frauen in Deutschland ist – trotz einer positiven Entwicklung in den letzten Jahren – immer noch niedrig. Doch die Zahl deutscher Unternehmerinnen steigt stetig und es stellt sich die Frage, wie das Leben einer Unternehmerin in Deutschland aussieht und wie sich die langsam steigende Quote weiter erhöhen lässt?

Das Unternehmertum hat in Deutschland eine lange Tradition. Schon vor Beginn der Industrialisierung übernahmen die Ehefrauen verstorbener Unternehmer häufig die Geschäfte ihres Mannes, um Überleben und Wohlstand der Familie zu sichern. Doch bis heute ist wenig über das Selbstverständnis und die Lebensumstände deutscher Unternehmerinnen in der Vergangenheit bekannt. Jenseits der Lebenswege großer Persönlichkeiten wie Margarete Steiff oder Käthe Ahlmann bemühte sich niemand darum, die Lebensumstände der vielen kleinen und mittelständischen Unternehmerinnen, die die deutsche Wirtschaftsgeschichte entscheidend mitgeprägt haben, zu untersuchen. Erst heute schicken Wissenschaft und Forschung sich an, die Geschichte des Unternehmertums in Deutschland zu schreiben.

Ganz im Gegensatz zur Vergangenheit sind die aktuellen Entwicklungen weiblicher Selbstständiger durch eine Vielzahl von Veröffentlichungen gut dokumentiert. Im Jahr 2003 veröffentlichte das Institut für Mittelstandsforschung (IFM) eine 350 Seiten umfassende Studie über „Unternehmerinnen in Deutschland“, die einen fundierten Blick auf das Selbstverständnis deutscher Unternehmerinnen erlaubt.

Die gesammelten Daten zeigen, dass im Jahr 2005 nahezu jedes dritte Unternehmen von einer Frau geführt wurde. Von den gut vier Millionen Selbstständigen, die in Deutschland leben und arbeiten, waren rund 1,2 Millionen weiblich, was einen Anstieg von rund 3% in den letzten vier Jahren bedeutet. Gleichzeitig stieg die Erwerbsquote von Frauen in der Dekade zwischen 1993 und 2003 um 5% auf 64,5%. Deutschland weist damit einen langsamen aber stetigen Aufwärtstrend bei der Erwerbsbeteiligung und der Selbstständigkeit bei Frauen auf, der sich seit Beginn der 90er Jahre kontinuierlich fortsetzt. Von europäischen Spitzenpositionen ist man jedoch immer noch weit entfernt.

Denn trotz der positiven Entwicklung sind in Deutschland gerade einmal 7% aller Frauen Selbstständig. Eine im europäischen Vergleich immer noch niedrige Quote.

Eine dieser deutschen Unternehmerinnen ist Renate Bargsten. Sie gründete 1998 in Hamburg die Marketing- und Kommunikationsagentur mix. Vorher hatte sie als Beraterin bei großen deutschen Werbeagenturen wie Team / BBDO, McCann Erickson und Scholz & Friends auf nationalen und internationalen Etats wie zum Beispiel Tchibo, Langnese, H&M gearbeitet. Auf Unternehmensseite war sie Leiterin der Marketing-Kommunikation des Dienstleistungsunternehmens boco (heute Haniel) und Advertising and Sales Promotion-Managerin für Deutschland und Osteuropa bei Dole Fresh Fruit Europe. Heute, als selbstständige Unternehmerin, hat sich Renate Bargsten mit ihrer Agentur mix auf dem stark durch Wettbewerb geprägten Kommunikationsmarkt durchgesetzt, indem sie sich mit der Entwicklung und Umsetzung ganzheitlicher, nachhaltiger und kreativer Marketing- und Kommunikationskonzepte für nationale und internationale Konzerne einen Namen gemacht hat. Die Agentur erstellt speziell auf die Ziele und Markenbotschaften des Unternehmens zugeschnittene Konzepte, die die gesamte Bandbreite an Kommunikations-Tools nutzen.

Doch wie sieht die Welt weiblicher Unternehmerinnen jenseits dieser individuellen Entwicklung aus? Wie sehen sie aus, diese 7% der weiblichen Bevölkerung der Bundesrepublik? In welchen Branchen arbeiten sie und welche Rolle spielen sie als Arbeitgeber? Wie sind sie organisiert und wie sehen sie sich selbst?

Für europäische Verhältnisse wagen Frauen in Deutschland relativ spät den Schritt in die Selbstständigkeit. Erst mit einigen Jahren Berufserfahrung oder nach Erwerbspausen, wie der Eltern- oder Familienzeit, nehmen sie das Risiko eines eigenen Unternehmens auf sich. Dieses Bedürfnis, erst aus einer sozial und wirtschaftlich gesicherten Position heraus selbstständig zu werden, ist kennzeichnend für deutsche Unternehmerinnen. So sind selbstständige Frauen überdurchschnittlich oft verheiratet und haben zu über 60% keine Kinder. Sie sind überdurchschnittlich gut ausgebildet und finanzieren ihren Start in die Selbstständigkeit zumeist mit den eigenen Ersparnissen oder Kapital aus dem Verwandten- und Freundeskreis. Sie greifen weitaus weniger auf Kredite und andere Möglichkeiten der Fremdfinanzierung zurück als männliche Unternehmensgründer in Deutschland. Entsprechend sind auch die von Frauen gegründeten Unternehmen in der Mehrzahl kleinere

Firmen mit im Durchschnitt 7 Angestellten, die sich in Branchen mit geringen Marktzutrittsschranken und vielfältigen Nischenmärkten engagieren. Gerade einmal vier Prozent aller selbstständigen Frauen betreiben ein Unternehmen des produzierenden Gewerbes. Weitaus häufiger sind dagegen weiblich geführte Unternehmen aus den Bereichen Handel, Gastgewerbe und Verkehr (32%) und den Sonstigen Dienstleistungen (54%), zu denen auch Erziehung und Unterricht, Vermietung, sowie das Gesundheits- und Sozialwesen zählen. In die Selbstständigkeit führt zumeist der Wunsch nach Freiheit, Selbstständigkeit und Selbstbestimmtheit. Viel weniger als Männer sind Frauen, nach eigenen Angaben, vom Willen nach Profit getragen. In einer Umfrage unter den Mitgliedern der Handelskammer Hamburg gaben gerade einmal 17% der befragten Frauen den wirtschaftlichen Gewinn als wichtigen Grund für ihre Selbstständigkeit an.

Es zeigt sich, dass Frauen, im Gegensatz zu Männern, bedächtiger, vorsichtiger und im kleineren Maßstab den Weg in die Selbstständigkeit suchen. Vor allem aber – und das hat auch die deutsche Bundesregierung erkannt – schlummert in der relativ geringen Selbstständigenquote von Frauen ein großes Potential, dass im Dienst des ehrgeizigen europäischen Ziels bis 2010 die dynamischste und wettbewerbsfähigste Volkswirtschaft der Welt zu werden, genutzt werden kann und soll.

Über 1.000 Förderprogramme verzeichnet eine Förderdatenbank des Bundeswirtschaftsministeriums. Sowohl die Europäische Union als auch Bund und Länder bieten eine unübersichtliche Zahl von Beratungs- und Finanzierungsangeboten, um im europäischen Jahr der Chancengleichheit die Selbstständigenquoten von Frauen und Männern anzugleichen. Dazu zählen Informationsportale im Internet, wie die Website [www.frauenmachenkarriere.de](http://www.frauenmachenkarriere.de), auf dem das Bundesfamilienministerium umfassende Informationen zu den Themen Berufstätigkeit und Selbstständigkeit von Frauen bereitstellt. Es gibt kostenlose E-Learning-Kurse, Expertenforen, Broschüren und Beratungen, die Mut und Know-How für die Selbstständigkeit vermitteln sollen. Neben den staatlichen Stellen bemühen sich mittlerweile auch viele private Initiativen wie die Bundesweite Gründerinnenagentur (bga) und der Verband Deutscher Unternehmerinnen (VDU) um Hilfe für gründungswillige Frauen. Sie bieten Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch oder zum individuellen Mentoring an, Treffen sich regelmäßig in regionalen Gruppen und vermitteln notwendiges Wissen.

Wenn es jedoch um konkrete finanzielle Förderungen geht, wird in den seltensten Fällen nach Geschlechtern differenziert. Nichtsdestotrotz gibt es spezielle Finanzierungsangebote,

die dadurch, dass Frauen eher kleinere Unternehmen mit geringem Kapitalbedarf gründen und führen, eher von Frauen wahrgenommen werden. Dazu zählen vor allem die MikroDarlehen und das so genannte StartGeld. Beides Programme, bei denen der Frauenanteil mit 30% (MikroDarlehen) bzw. 32,5% (Startgeld) deutlich höher ist, als in anderen Förderprogrammen. Beide Finanzierungshilfen stellen relativ kurzfristig und unkompliziert kleinere Summen als Darlehen zur Verfügung, die mit günstigen Zinsen und vorteilhaften Laufzeiten speziell weiblichen Unternehmerinnen zu gute kommen. Da sich diese Finanzierungshilfen als Erfolg darstellten, wurde das Programm schließlich um das MikroDarlehen – Variante „Mikro 10“ erweitert, die maximal 10.000 Euro bei einer Laufzeit von fünf Jahren zur Verfügung stellt. So werden auch Kleinstunternehmerinnen, die ohne Mitarbeiter in kleinen Nischenmärkten aktiv sind, angesprochen.

Bei der Frage der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, hat die deutsche Bundesregierung zum 1. Januar 2007 ein Gesetz verabschiedet, dass eine gleichberechtigte Teilnahme beider Elternteile an der Erziehung der Kinder ermöglichen soll. Selbstständige, egal welchen Geschlechts haben demnach die Möglichkeit bis zu zwölf Monate aus der Erwerbstätigkeit auszuschneiden, um sich ganz den eigenen Kindern widmen zu können. Sie erhalten in diesem Zeitraum bis zu 67% des Gewinns, den sie im freigestellten Zeitraum erzielt hätten vom Staat ausbezahlt. Während der Erziehungszeit dürfen sie sogar bis zu 30 Stunden pro Woche in Teilzeitarbeit ihr Unternehmen weiter betreuen. Gerade für Frauen, die in Deutschland immer noch die Hauptlast der Erziehung tragen, kann diese Förderung ein Anreiz sein, früher in die Selbstständigkeit zu gehen oder überhaupt an die Gründung einer Familie zu denken, wenn das eigene Unternehmen doch einen Großteil der eigenen Zeit in Anspruch nimmt.

Seit den 70er Jahren hat sich der Anteil selbstständiger Frauen in Deutschland mehr als verdreifacht. Doch genauso, wie diese Zahl von der positiven Entwicklung der letzten drei Jahrzehnte zeugt, beweist sie auch den großen Nachholbedarf, den die Bundesrepublik Deutschland bei der Ausschöpfung der Potentiale hat, die eine große weibliche Unternehmerschaft bietet. Mit den Initiative der großen Koalition bezüglich der finanziellen Förderungsprogramme für kleine und Kleinstunternehmen und den neuen Regelungen zu Elternzeit und Elterngeld, wird der Versuch unternommen, dieses Potential besser auszuschöpfen. Ob das gelingt und ob die Förderungsinstrumente angenommen werden, muss sich in den nächsten Jahren zeigen.

Mechtild Freiin v. Münchhausen / Norbert Balszuweit  
für EWMD Hamburg e.V.  
[www.ewmd.org](http://www.ewmd.org)