

Erfolgsfaktoren eines positiven Existenzgründungsklimas für Frauen in ländlichen Räumen

Forschung zu Gründerinnen hatte bisher nur selten einen sozialräumlichen Ansatz. Die Agrarsoziale Gesellschaft hat daher das Gründungsverhalten und die Gründungsbedingungen von Frauen in verschiedenen ländlichen Räumen vergleichend untersucht. Aus den Ergebnissen wurde der im Folgenden beschriebene Typus der „Gründerin in einem ländlichen Raum“ identifiziert, dessen Merkmale bei der Mehrheit der im Forschungsvorhaben befragten Unternehmerinnen auftraten:

- Die typische Gründerin in einem ländlichen Raum ist verheiratet und hat Kinder. Sie besitzt einen mittleren Bildungsabschluss und hat einen Beruf im dualen System erlernt. Sie ist keine Akademikerin. In der Umsetzung ihres Geschäftskonzeptes zeigt sie sich kreativ und engagiert.
- Die typische Gründerin in einem ländlichen Raum sieht sich nicht als Unternehmerin, sondern *macht sich* – nach ihrer eigenen Wortwahl – *selbstständig*. Motiv ihrer Gründung sind unzureichende Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt, selten reine Existenznot. Weil sie mit ihrer Gründung „Arbeit sucht“, wendet sie sich bei Beratungsbedarf an die Agentur für Arbeit. Institutionen der Wirtschaftsförderung sucht sie nicht von sich aus auf.
- Die typische Gründerin in einem ländlichen Raum gründet allein und mit wenig Kapital. Sie vermeidet eine Kreditaufnahme. Ihr Unternehmenskonzept richtet sich nach lokalen Gegebenheiten. Die Ansprüche ihrer Familie bezieht sie in die Planung ihrer Gründung ein. Sie gründet vorwiegend in Dienstleistungsbranchen oder im Handel.
- Für die typische Gründerin in einem ländlichen Raum ist die Erzielung eines höchstmöglichen Wohlbefindens wichtiger als ein höchstmöglicher Gewinn. Erfolg definiert sie durch ein ausreichendes Einkommen, zufriedene Kunden, die Umsetzung eigener Ideen, die Wertschätzung ihrer Tätigkeit, das Wohlbefinden ihrer Kinder und eine akzeptable Arbeitsbelastung.
- Die typische Gründerin in einem ländlichen Raum hat eine hohe Erwerbsorientierung, die mit aus der erlebten Berufstätigkeit der eigenen Mutter geprägt wurde. Sie übernimmt den Großteil der Familienarbeit und stellt diese Aufgabenverteilung nur eingeschränkt in Frage.
- Die typische Gründerin in einem ländlichen Raum wird von ihrem Umfeld gut akzeptiert und unterstützt, so lange sie nicht „aus der Rolle“ fällt. Rollenerwartungen, insbesondere solche, die mit dem Geschlecht verbunden sind, variieren regional. Gründerinnen in einer männerdominierten Branche stoßen auf Akzeptanzprobleme, die sie durch die Qualität ihrer Arbeit bewältigen können.

Potenzielle Gründerinnen in einem ländlichen Raum werden momentan weder durch die klassische Unternehmensförderung – die Bilder männlicher und stark wachstumsorientierter Gründer im Produzierenden Gewerbe impliziert – noch durch eine Gründerinnenförderung, die einen höheren Anteil von Frauen bei Hightech-Gründungen durchsetzen möchte, erreicht. Um sie direkt anzusprechen, muss auf ihre Wortwahl (*sich selbstständig machen* statt *Unternehmen gründen*) und ihre Beratungsorientierung (Agentur für Arbeit, Beratungsstellen im Identitätsraum) eingegangen werden. Broschüren zum Thema „*Ich mache mich selbstständig im Raum...*“ oder regionale Internetportale wären hierfür geeignete Instrumente.

Vorhandene Geschlechter- und Unternehmensstereotype sind für den geringen Frauenanteil an Gründungen verantwortlich. Um diese aufzubrechen, müssen Publikationen und Förderangebote neue Bilder zulassen. Unterschiedliche Unternehmensentwürfe sollten gleichberechtigt nebeneinander stehen und Kleinst- oder Teilzeitgründung gegenüber anderen Unternehmenskonzepten nicht abgewertet werden. Eine rein auf Frauen ausgerichtete Gründungsförderung ist zu vermeiden, weil Geschlechterstereotype sonst determiniert werden.

Gründerinnenförderung in einem ländlichen Raum ist kurzfristig eher der Arbeitsmarkt- als der Wirtschaftsförderung zuzuordnen. Langfristig sind jedoch die Erfahrungs- und Sozialisationspotenziale nicht zu unterschätzen, die zu einer Steigerung des Gründungsanteils von Frauen führen können.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Die detaillierten Ergebnisse des Forschungsvorhabens sind ab Mitte September 2008 im Internet unter <http://www.gruenderinnenagentur.de> im Menü „Power für Gründerinnen“ bzw. bei der ASG unter http://www.asg-goe.de/forschung_gruenderinnen.shtml zu finden.

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds