

# MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen“  
Motivation von Frauen zur Unternehmensgründung und Förderung von  
Unternehmerinnen im österreichisch-slowakischen Raum.

Verfasserin

Lucia Reznakova, BA

angestrebter akademischer Grad

Master of Science (MSc)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 914

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Masterstudium Internationale Betriebswirtschaft

Betreuerin:

Ao.Univ.Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Sabine Blaschke



Ich möchte Frau Dr. Sabine Blaschke meinen herzlichen Dank für die Betreuung meiner Masterarbeit aussprechen. Sie gab mir hilfreiche Ratschläge und Anregungen bei der Bearbeitung meines Themas.

Außerdem möchte ich meiner Familie und meinen Freunden von ganzem Herzen für ihre Unterstützung danken, da ich ohne ihre Hilfe diese Arbeit nicht fertig schreiben konnte. Ein besonderer Dank geht an Eva Erhart und Anna Baumgartner, die mir mit der Korrektur geholfen haben, wofür ich sehr dankbar bin.



# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	5
1. Einleitung.....	9
1.1 Problemstellung der Arbeit .....	10
1.2 Aufbau und Methodik der Arbeit .....	12
2. Begriffsabgrenzungen .....	13
2.1 Unternehmen und UnternehmerIn.....	13
2.2 UnternehmensgründerIn .....	14
2.3 Die Selbständigen.....	15
3. Geschlechtsspezifische Unterschiede und deren Ursprung in der Unternehmens- und Gründungsforschung.....	16
3.1 Geschlecht in der Wirtschaft .....	17
3.1.1 Historische Entwicklung .....	17
3.1.2 Neuere Perspektiven im österreichisch-slowakischen Raum .....	20
3.1.3 Geschlecht in der Organisation .....	24
3.2 Theorienansätze zu geschlechtsspezifischer Berufssegregation .....	25
3.2.1 Ressourcenorientierte Ansätze.....	26
3.2.1.1 Humankapitalressourcen.....	27
3.2.1.2 Netzwerkressourcen.....	30
3.2.1.3 Finanzielle Ressourcen.....	33
3.2.2 Gender-Theorien .....	34
3.2.2.1 Weibliches Arbeitsvermögen .....	35
3.2.2.2 Token-These.....	36
3.2.2.3 Diskriminierungsansätze .....	37
3.3 Resümee.....	39
4. Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen .....	40
4.1 Frauen als Unternehmensgründerinnen.....	41
4.1.1 Motivation der Frauen zur Existenzgründung .....	45
4.1.2 Merkmale der Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen.....	51

4.1.2.1 Persönliche Merkmale .....	51
4.1.2.2 Betriebliche Merkmale .....	53
4.1.3 Schwierigkeiten der Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen .....	55
4.2 Frauen als Führungskräfte .....	56
4.1.1 Führung .....	56
4.1.2 Kompetenzen der Führungskräfte .....	57
4.1.3 Weiblicher Führungsstil .....	58
4.3 Empirische Untersuchung der Motivation der Gründerinnen .....	62
4.3.1 Methodisches Design und Erhebungsverfahren .....	62
4.3.2 Analyse der erhobenen Daten .....	64
4.3.3 Datenauswertung .....	68
5. Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen im österreichisch-slowakischen Raum .....	69
5.1 Förderung der Unternehmerinnen und Gründerinnen .....	70
5.2 Gründerinnen in Österreich .....	72
5.3 Gründerinnen in der Slowakei .....	74
5.4 Projekt „Regionfemme“ .....	77
1.4.1 Projektpartner .....	77
5.4.2 Schwerpunkte des Projektes .....	78
5. 4. 2. 1 „Akademie für Gründerinnen“ .....	78
5. 4. 2. 2 Magazin „Erfolgreiche Unternehmerin“ („Úspešná podnikateľka“) .....	79
5. 4. 2. 3 Muttersprachliche Gründungsberatung .....	79
5. 4. 2. 4 Klub „Regionfemme“ .....	80
5. 4. 2. 5 Kontakttreffen .....	81
5.5 Empirische Datenerhebung .....	82
5.5.1 Methodisches Design und Erhebungsverfahren .....	82
5.5.2 Analyse der erhobenen Daten .....	83
5. 5. 2. 1 Projekte zur Förderung von Frauen .....	84
5. 5. 2. 2 Frauenfördernde Aktivitäten von „Regionfemme“ .....	85
5. 5. 2. 3 Gründungsmotivation .....	88
5. 5. 2. 4 Hindernisse bei der Unternehmensgründung .....	89
5. 5. 2. 5 Erfolg des Projektes .....	91
6. Schlussbemerkungen .....	93

Tabellenverzeichnis .....	95
Abbildungsverzeichnis.....	95
Literaturverzeichnis .....	96
ANHANG.....	106
Fragebogen (Deutsch) .....	106
Fragebogen (Slowakisch).....	108
Leitfadeninterview (Deutsch) .....	110
Leitfadeninterview (Slowakisch).....	111
Zusammenfassung.....	112
Abstract .....	113
Lebenslauf .....	114



## 1. Einleitung

„The time is right for women in business. Learn to avoid the remaining obstacles and the glass ceiling will cease to exist!”<sup>1</sup>

In der Literatur gibt es unzählige Diskussionen, Forschungen und Studien über die Stellung der Frauen auf dem Arbeitsmarkt. WissenschaftlerInnen, ÖkonomInnen und ForscherInnen, die sich mit geschlechtsspezifischer Problematik beschäftigen, haben unterschiedliche Ansichten über den Ursprung, die Ursachen und die Reichweite der Unterrepräsentation der Frauen in vielen Berufsbranchen. Zu den beforschten Themen gehören vor allem die Erwerbstätigkeit der Frauen, die Gleichberechtigung der Frauen in Manager- und Führungspositionen, sowie Frauen als Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen.

Die Gleichstellung von Männer und Frauen auf dem Arbeitsmarkt, bezüglich der Entlohnung und der Beschäftigungsrate, ist das Ziel in vielen Ländern und ein Anlass für die Entstehung zahlreicher Organisationen und Frauennetzwerken. Die Europäische Union hat beispielsweise ein strategisches Programm eingeführt, laut dessen das Arbeitskräftepotenzial der Frauen erhöht werden sollte: eine bis zu 75 prozentige Frauenbeschäftigung bis 2020.<sup>2</sup> Auch der Anteil von Frauen in den Führungspositionen soll, laut Europäischer Kommission, in Zukunft vergrößert werden, da 2009 in den meisten europäischen Ländern nur ein Drittel des Potenzials erreicht wurde.<sup>3</sup>

2011 hat die Europäische Kommission sogar angekündigt, dass eine erfolglose Durchsetzung solch eines Planes zu einer zukünftigen Einführung bestimmter politischen Maßnahmen führen könnte.<sup>4</sup> Des Weiteren wird auch die Erwerbstätigkeit der Frauen gefördert und die Unternehmensgründerinnen werden auch mit Hilfe von Europäischen Fonds unterstützt. Als ein Beispiel dafür kann das Projekt „*Regionfemme*“ genannt werden,<sup>5</sup> welches im 5. Kapitel detailliert beschrieben wird.

---

<sup>1</sup> Clark, N.: WomensMedia, <http://www.womensmedia.com/new/Nancy-Clark-quotes.shtml>

<sup>2</sup> vgl. European Commission: Strategy for equality between women and men 2010, S. 3.

<sup>3</sup> vgl. European Commission: Strategy for equality between women and men 2010, S. 52.

<sup>4</sup> vgl. European Commission: Women in economic decision-making in the EU 2012, S. 5.

<sup>5</sup> vgl. Wirtschaftskammer Wien, Frau in der Wirtschaft: *Regionfemme* 2012, o.S.

## 1.1 Problemstellung der Arbeit

Wie in der Einleitung schon angedeutet wurde, kann die Bedeutung der Frauen in der Wirtschaft nicht geleugnet werden. Wie werden Frauen jedoch bei den Versuchen ihr eigenes Unternehmen zu gründen tatsächlich gefördert? Ist eine Förderung eine adäquate Unterstützung für sie und können sie sich als Unternehmerinnen auf dem Arbeitsmarkt effektiv etablieren? Wie werden die Gründerinnen im österreichisch-slowakischen Raum gefördert? Welche Anreize haben Frauen selbständig zu werden? Gründen Frauen ihr eigenes Unternehmen, um in einer Führungsposition sein zu können, selbständig zu sein, oder stecken dahinter durchaus andere Anlässe?

Aus diesen Überlegungen kristallisieren sich weitere Fragestellungen heraus, die die Grundlage für meine Forschungsfrage bilden:

1. Was ist die Motivation von Frauen für eine Unternehmensgründung? Können die Unternehmensgründerinnen durch gewisse gemeinsame Merkmale identifiziert werden?
2. Kann eine Gründungsmotivation durch mangelhafte Unterstützung scheitern oder sind die motivierten Unternehmensgründerinnen ausreichend unterstützt?

Um die zweite Frage abzugrenzen, werde ich mich mit einer Förderung von den motivierten Unternehmensgründerinnen im österreichisch-slowakischen Raum auseinandersetzen. Diese Überlegungen haben mich zu meiner leitenden Fragestellung geführt:

***Welche Anreize motivieren Frauen dazu, ihr eigenes Unternehmen zu gründen und sich somit als Führungskräfte zu etablieren und wie werden diese Frauen bei der Unternehmensgründung im österreichisch-slowakischen Raum unterstützt?***

Um die Forschungsfrage bestmöglich beantworten zu können, ist die Klärung von folgenden drei thematischen Problemstellungen oder Unterfragen notwendig:

1. Theoretische Diskurse zu Frauen als Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen.
2. Sind die Schwierigkeiten, sich als eine Führungskraft in einem Unternehmen durchzusetzen eine Motivation für Frauen ein eigenes Unternehmen zu gründen und welche anderen Faktoren spielen bei diesem Entscheidungsprozess noch eine wichtige Rolle?
3. Welchen Einfluss hat das österreichisch-slowakische Projekt „*Regionfemme*“ auf den Entscheidungsprozess von Frauen, die ein Unternehmen gründen wollen?

Der erste Punkt behandelt die ursprünglichen Betrachtungsweisen der Frauen und die theoretischen Diskussionen der Frauen als Unternehmerinnen. Da die historischen Entwicklungen einen Einfluss auf die heutige Situation von Unternehmerinnen haben, ist dieser Aspekt von großer Relevanz.

Die zweite Unterfrage setzt sich primär mit den Anreizen auseinander, die eine Unternehmensgründung begünstigen. Die Identifikation der Motive kann zu einem besseren Verständnis der Unternehmensgründerinnen und zu einer zielgerichteten Förderung führen.

Die letzte Unterfrage richtet sich auf eine praktische Förderung von Unternehmerinnen im Raum der österreichisch-slowakischen Region. Merkmale und Situation der Unternehmensgründerinnen in den beiden Regionen, sowie die Effektivität und der Nutzen der Förderung werden bewertet.

Die Arbeit wird somit systematisch aufgebaut; die ersten Teile setzen sich mit theoretischen Diskursen auseinander, danach folgt die Abgrenzung von den Konzepten in zwei spezifische Themengebieten (Motivation und Förderung) und anschließend werden die Unternehmensgründerinnen in den ausgewählten Gebieten beforscht.

## 1.2 Aufbau und Methodik der Arbeit

Die Arbeit wird in 6 Kapitel unterteilt und jede der oben erwähnten Problemstellungen wird in einem Kapitel der Reihe nach behandelt und für die Beantwortung der Fragen werden sowohl Expertinneninterviews als auch standardisierter Fragebogen verwendet. Nach dem einführenden ersten und zweiten Kapitel, das sich mit der Begriffsabgrenzung beschäftigt, folgt das Kapitel 3 zu einer Ursprung der Unternehmens- und Gründungsforschung, sowie zu den theoretischen Ansätzen zu geschlechtsspezifischer Berufssegregation. Der erste Teil befasst sich mit der Situation der Frauen in der Wirtschaft seit dem 18. Jahrhundert bis hin zum Ende des 20. Jahrhunderts, wo der Fokus vor allem auf dem österreichisch-slowakischen Raum liegt. Die Ansätze, die im zweiten Teil vorgestellt werden, werden in zwei Gruppen geteilt und um neuere Forschungsperspektiven erweitert. Das Kapitel basiert vor allem auf einer Literatur- und Internetrecherche, um die erste Forschungsfrage beantworten zu können.

Das Ziel des vierten Kapitels ist es vor allem die Motivation und die Merkmale (persönliche und betriebliche) der Unternehmensgründerinnen abzuklären. Es werden nicht nur die wichtigsten empirischen Untersuchungen zu der Gründungsmotivation dargestellt, sondern auch die neuesten Forschungen in diesem Gebiet. In dem zweiten Teil dieses Kapitels werden die Führungskräfte und die Existenz des weiblichen Führungsstils angesprochen und das Kapitel endet mit Ergebnissen meiner quantitativen Untersuchung. Das Kapitel ist von großer Bedeutung für die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage und basiert auf Literaturrecherche, Datengewinnung von verschiedenen statistischen Datenbanken und quantitativer Forschung.

Das Kapitel 5 wird die Methoden der Förderung von Unternehmensgründung in den Vordergrund bringen. Die Situation, die Möglichkeiten der Unternehmensförderung, sowie die Bedingungen für eine Unternehmensgründung in dem österreichisch-slowakischen Gebiet werden in diesem Zusammenhang beschrieben. Ein Schwerpunkt dieses Kapitels ist das Projekt „*Regionfemme*“, das den zweiten Teil meiner empirischen Forschung bildet und das im Kapitel 5 vorgestellt wird. Meine Forschungsergebnisse stützen sich auf eine Analyse von Expertinneninterviews. Die Arbeit endet mit Kapitel 6, das alle Ergebnisse zusammenfassend darstellen wird.

## 2. Begriffsabgrenzungen

In diesem Kapitel werden folgende Begriffe erläutert: Unternehmen und UnternehmerIn, UnternehmensgründerIn, und die Selbständigen. Dies dient der Verständlichkeit der vorliegenden Arbeit und soll dem Leser und der Leserin die Unterscheidung dieser Begrifflichkeiten erleichtern.

### 2.1 Unternehmen und UnternehmerIn

Obwohl der Begriff „Unternehmen“ schon im 18. Jahrhundert verwendet wurde, gab es dafür über ein Jahrhundert keine eindeutige Definition, was die inhaltlich variierende Abgrenzung des Begriffes in der Literatur verursacht hat. Die älteste Definition wurde 1725 vom Ökonom Cantillon verfasst, der einen Unterschied zwischen UnternehmerIn und ArbeitnehmerIn durch ein „unsicheres Einkommen“ gesehen hat. 1933 hat Adam Smith eine andere Definition verfasst, laut derer einE UnternehmerIn durch die Übernahme des Risikos und die Kapitalbereitstellung charakterisiert werden kann. Laut Schumpeter (1964) ist einE UnternehmerIn einE InnovatorIn, der/ die zu einer wirtschaftlichen Entwicklung beiträgt.<sup>6</sup> 1986 hat Krycha eineN UnternehmerIn als eine Person charakterisiert, „..., die eine Unternehmung plant, gründet und leitet. Der Unternehmer trägt dabei das Risiko des Kapitalverlusts.“<sup>7</sup>

2003 hat die Europäische Kommission ein Unternehmen folgend definiert:

*„Als Unternehmen gilt jede Einheit – unabhängig von ihrer Rechtsform -, die eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübt. Damit gelten auch Einpersonen-, Familien- und Handwerksbetriebe sowie Vereinigungen oder Personengesellschaften als Unternehmen, wenn sie regelmäßig einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen.“<sup>8</sup>*

Die vorliegende Arbeit benutzt den Begriff „Unternehmen“ im Einklang mit der Definition der Europäischen Kommission. Ein/eine UnternehmerIn wird somit in dieser Masterarbeit als eine Person betrachtet, die eine unternehmerische Tätigkeit ausübt. Wird in der Arbeit über

---

<sup>6</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 7ff.

<sup>7</sup> Krycha, K.-T.: Kleines Betriebswirtschaftslehre Lexikon 1986, S. 218.

<sup>8</sup> Austria Wirtschaftsservice GmbH: Definition kleine und mittlere Unternehmen 2005, S. 1.

die Klein- und Mittelunternehmen oder Ein-Personenunternehmen geschrieben, werden folgende Merkmale dieses Unternehmenstypus in Betracht gezogen:

Ob ein Unternehmen zu Kleinst, Klein oder Mittlerem Unternehmen zählen, wird je nach der Anzahl der MitarbeiterInnen und der Größe des erreichten Umsatzes angegeben. Laut der Empfehlung der Europäischen Kommission 2003/361 sind für ein Unternehmen folgende Faktoren relevant<sup>9</sup>:

**Tabelle 1: Kriterien von Klein- und Mittelunternehmen**

<b>Unternehmenskategorie</b>	<b>Mitarbeiter</b>	<b>Umsatz</b>	oder	<b>Bilanzsumme</b>
Mittleres Unternehmen	< 250	≤ 50 Mio. EUR		≤ 43 Mio. EUR
Kleinunternehmen	< 50	≤ 10 Mio. EUR		≤ 10 Mio. EUR
Kleinstunternehmen	< 10	≤ 2 Mio. EUR		≤ 2 Mio. EUR

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich: Ein-Personen-Unternehmen (EPU) in Österreich 2011, o.S.; [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_de.htm).

Ein Ein-Personenunternehmen ist laut Wirtschaftskammer Österreich:

*„...Unternehmen ohne unselbständig Beschäftigte (auch ohne geringfügig Beschäftigte) der gewerblichen Wirtschaft mit Orientierung am Markt, Ausrichtung der Tätigkeit auf Dauer und ohne Mitunternehmertum, dh im Wesentlichen nur Einzelunternehmen und GmbH.“<sup>10</sup>*

## 2.2 UnternehmensgründerIn

Eine Unternehmensgründung kann im weiteren Sinne als ein umfassender Prozess verstanden werden, der sich über mehrere Jahre erstrecken kann und letztendlich durch eine eigenständige Institution entsteht. Wird die Gründung eines Unternehmens aus einem engeren, juristisch-formalen Blickwinkel betrachtet, kommt es zu einer Unternehmensgründung an jenem Zeitpunkt, an dem das Eigenkapital bereitgestellt wird.<sup>11</sup> In beiden Fällen wird aber eine Unternehmensgründung im Lebenszyklus eines Unternehmens als die erste Phase betrachtet. In dieser Phase wird eine Geschäftsidee durch den Prozess der Unternehmensgründung realisiert; somit gehören auch die Teilaktivitäten wie die Planung und

<sup>9</sup> vgl. Europäische Kommission: Kleine und mittlere Unternehmen 2012, o.S.

<sup>10</sup> Wirtschaftskammer Österreich: Ein-Personen-Unternehmen (EPU) in Österreich 2011, o.S.

<sup>11</sup> vgl. Hering, T./Vincenti, A.: Unternehmensgründung 2005, S. 5.

die Vorbereitung zu diesem Prozess.<sup>12</sup> Hiermit wird der/die InitiatorIn dieses Prozesses als UnternehmensgründerIn bezeichnet und wird nach einer Unternehmenseröffnung zu einem/einer UnternehmerIn<sup>13</sup> und so werden sie auch in der vorliegenden Arbeit betrachtet.

## 2.3 Die Selbständigen

Die Selbständigkeit wurde während des Emanzipationsprogrammes im 18. Jahrhundert als ein unabhängiges und selbstverantwortliches Handeln definiert und diese Bedeutung ist auch in den Wirtschaftsbereich übertragen worden.<sup>14</sup> Im Äquivalent zu dieser Erklärung werden der Begriff und seine Variationen in der vorliegenden Arbeit verwendet.

Die Selbständigen im Wirtschaftsbereich sind erwerbstätige Personen, die sich von den unselbständigen oder abhängigen Erwerbstätigen prinzipiell durch drei Charakteristika unterscheiden. Die selbständigen Erwerbstätigen haben Entscheidungsfreiheit und können ihre Ressourcen beliebig einteilen und die Unternehmenstätigkeit beliebig koordinieren. Darüber hinaus haben sie kein regelmäßiges festgelegtes Einkommen, im Gegensatz dazu sind sie an keine Anweisungen gebunden.<sup>15</sup>

Zusammenfassend werden die Selbständigen laut einer amtlicher Statistik definiert als:

*„Personen, die einen Betrieb oder eine Arbeitsstätte gewerblicher oder landwirtschaftlicher Art leiten (einschließlich selbständige Handwerker) sowie die freiberuflich Tätigen, Hausgewerbetreibende und Zwischenmeister.“<sup>16</sup>*

Zu dem Verhältnis zwischen UnternehmerInnen und den Selbständigen wurden unzählige Diskussionen geführt. Im allgemeinen Sprachgebrauch bezeichnet man jene Personen als UnternehmerInnen, welche sich durch wirtschaftlichen Erfolg und viele Beschäftigte auszeichnet. Rechtlich besteht aber kein Unterschied zwischen einem eigenen Unternehmen und Selbständigkeit.<sup>17</sup> In der vorliegenden Arbeit wird eine Unternehmerin gleichermaßen als eine selbständig tätige Person verstanden, wobei die Anzahl der Beschäftigten die Aufteilung in Ein-Personen, Klein- oder Mittelunternehmen bestimmt.

---

<sup>12</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 40f.

<sup>13</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 40, 43.

<sup>14</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 15.

<sup>15</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 16.

<sup>16</sup> Statistisches Jahrbuch 1992, S. 97 zit nach Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 16f.

<sup>17</sup> vgl. Cathomen, I.: FAQ Selbständigkeit o.J., S. 1.

### **3. Geschlechtsspezifische Unterschiede und deren Ursprung in der Unternehmens- und Gründungsforschung**

In diesem Teil werden die theoretischen Ansätze zum Thema "Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen" vorgestellt. Um die Frage der Motivation von Frauen zur Unternehmensgründung beantworten zu können, ist es notwendig zuerst die Thematik in einen theoretischen Rahmen einzubetten. Dies wird in diesem Kapitel in zwei Schritten erfolgen. Erstens werden unterschiedliche Erklärungskonzepte zu der Unterrepräsentation von Frauen als Unternehmerinnen vorgestellt. Zweitens können von den theoretischen Ansätzen die Ursachen der begrenzten weiblichen Erwerbstätigkeit im historischen Kontext abgelesen werden. Somit konzentriert sich dieses Kapitel auf die Bearbeitung des ersten Unterpunktes:

#### ***Theoretische Diskurse zu Frauen als Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen.***

Im ersten Teil des Kapitels wird die Rolle des Geschlechtes in der Wirtschaft und in der Organisation erläutert. In diesem Zusammenhang werden erstens die Möglichkeiten der Frauen als Erwerbstätige und als Unternehmensgründerinnen seit dem Mittelalter beforcht. Zweitens liegt der Fokus auf der Entwicklung des weiblichen Unternehmertums und auf neuen Perspektiven für die Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen. Die weibliche Erwerbstätigkeit innerhalb der Europäischen Union wird ebenfalls erwähnt.

Der letzte Teil ist ein Überblick der wichtigsten Theorieansätze zu geschlechtsspezifischer Berufssegregation. In diesen Ansätzen werden die Ursachen der Unterrepräsentation von Frauen als Unternehmensgründerinnen untersucht. Die generell geringere Anzahl von Unternehmensgründerinnen wurde in mehreren wissenschaftlichen Arbeiten zum Hauptthema der Forschung gewählt und es wurden viele Ursachen identifiziert. Die wichtigsten Ansätze wurden aus dem Buch von Jungbauer-Gans übernommen. Die Einteilung und die Kategorisierung der Ansätze und Konzepte in der vorliegenden Arbeit richten sich somit nach den Forschungsergebnissen von Jungbauer-Gans, die von den Untersuchungsergebnissen von Döbler ergänzt werden. Diese Ansätze wurden in meiner Arbeit weiterentwickelt, indem die geänderte gesellschaftliche Situation und neuere Studien berücksichtigt wurden.

Ferner werden auch kritische Einstellungen zu diesen Konzepten genannt. Diese theoretischen Konzepte habe ich in zwei Gruppen geteilt; die erste Gruppe umfasst ressourcenorientierte

Ansätze (Humankapitalressourcen, Netzwerkressourcen und finanzielle Ressourcen). In der zweiten Gruppe werden das weibliche Arbeitsvermögen, die Token-These und diverse Diskriminierungsansätze beschrieben, die auch als Gender-Theorien charakterisiert werden können. Da die historische Entwicklung der weiblichen Erwerbstätigkeit meiner Meinung nach einen erheblichen Einfluss auf die Situation heutiger Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen hat wird dieses Thema in meiner Arbeit behandelt.

### **3.1 Geschlecht in der Wirtschaft**

Im folgenden Kapitel wird das Geschlecht in der Wirtschaft im historischen Kontext betrachtet und mit neuen Perspektiven verbunden. Der Fokus liegt dabei auf der Erwerbstätigkeit der Frauen seit dem 18. Jahrhundert, Möglichkeiten der Unternehmensgründung und der gesellschaftlichen Situation, die die ersten von Frauen gegründeten Unternehmen geprägt hat. Außerdem werden die Anfänge der Gleichstellungspolitik und die Strategien der Europäischen Union kurz beschrieben, da sie die heutige Situation der Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen bedeutend beeinflusst haben.

#### **3.1.1 Historische Entwicklung**

Im 18. Jahrhundert waren die Erwerbsmöglichkeiten von Frauen bedeutend begrenzt. Traditionell waren es überwiegend Kleinhandel mit fremden oder eigenen Waren, in dem die Frauen tätig waren. Ferner waren außer dem Haushalt noch Garten und Kleinvieh in der Verantwortung der Frauen und der Überschuss konnte von den Frauen bei Bedarf gegen Bargeld eingetauscht werden.<sup>18</sup>

Ein Bild der Frau, die für den Haushalt und für alle Reproduktionstätigkeiten verantwortlich ist, hat sich vor allem im 19. Jahrhundert in der bürgerlichen Gesellschaft durchgesetzt. Das hatte zur Folge, dass Frauen gegenüber Männern als untergeordnet betrachtet wurden. Diese Verstärkung der Männlichkeit und der daraus folgenden Unterdrückung der Gleichwertigkeit des „Weiblichen“ wurde von den neuen philosophischen Strömungen verursacht. Den Frauen

---

<sup>18</sup> vgl. Barth-Scalmani, G.: Frauen in der Welt des Handels an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert 2000, S. 22f.

wurden verschiedene „typische“ Eigenschaften zugeschrieben, wie zum Beispiel: erotisch, zauberisch und naturgebunden. Diese Charakterzüge wurden negativ betrachtet und junge Frauen wurden dadurch absichtlich zu Passivität, Anpassungsfähigkeit, Fleiß und Tugend erzogen.<sup>19</sup>

Zu einem Wandel ist es in den 70er Jahren des 19. Jahrhunderts gekommen, da neue Erwerbsmöglichkeiten für Frauen zugänglich wurden und Frauen sich als Lehrerinnen und Erzieherinnen auf dem Arbeitsmarkt etablierten. Weiterhin wurden viele kaufmännische Tätigkeiten von Frauen ausgeübt, wobei der Erwerb aus diesen Tätigkeiten eher als ein Zusatzgeld in den gemeinsamen Familieneinkommen gesehen wurde. Aus diesem Grund protestierte auch kaum jemand gegen diese niedrige Entlohnung der Frauen. Der Erste und Zweite Weltkrieg hat Frauen neue Arbeitsperspektiven eröffnet und sie wurden von vielen ArbeitgeberInnen immer häufiger als billige Ersatarbeitskräfte ausgesucht. Obwohl den Frauen im 20. Jahrhundert in den meisten Staaten der Welt ein Wahlrecht zugesprochen wurde und sie dadurch mehr politisches Mitspracherecht erlangten, blieb ihnen der Zugang zu zahlreichen Berufsgebieten immer noch untersagt. Die Ursachen waren beschränkte Ausbildungsmöglichkeiten bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts, die eine Voraussetzung für die Arbeit in bestimmten Branchen waren, wie beispielsweise Ingenieurwesen oder Fachberufe.<sup>20</sup>

Nach der Aufhebung dieser Beschränkungen ist die Anzahl der Frauen mit abgeschlossener höherer Ausbildung rapid gestiegen und hat sich seit 1950 fast verdreifacht, wobei sie heute über 50 Prozent liegt. Das hat die Erwerbsmöglichkeiten der Frauen deutlich verbessert und ihnen laut Gesetz einen unbeschränkten Zugang zum Arbeitsmarkt ermöglicht. In den 1960er Jahren hat sich ein Modell zum Erwerbsverlauf von Frauen entwickelt, das folgende drei Phasen aufweist:<sup>21</sup>

In diesem Modell konzentrieren sich die Frauen in der ersten Phase auf ihre Berufsausbildung und ihre Weiterbildung. Die zweite Phase ist mit einer Familienpause verbunden, wo die Berufstätigkeit unterbrochen wird. Dieser Abschnitt ist traditionell mit einer langen Berufspause verbunden; währenddessen werden keine neuen Innovationen oder

---

<sup>19</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 66f.

<sup>20</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 70 - 74.

<sup>21</sup> vgl. Eltaewa, A. et al.: Frauen in Führungspositionen 2002, S. 15f.

Modernisierungsmethoden verfolgt, was negative Auswirkungen auf die Karriere der Frauen hat. Die dritte Phase beginnt oft erst mit dem 40. Lebensjahr, mit einem Wiedereintritt in den Beruf. Diesem Abschnitt werden geringere Flexibilitätsfähigkeiten und eine Abwesenheit von neueren Erkenntnissen in der ausgeübten Berufsbranche zugeschrieben.<sup>22</sup>

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wurde die Legitimität dieses Modells in Frage gestellt, da sich die Struktur der Gesellschaft verändert hatte und dieses Modell einer Anpassung bedurfte. Die Ursachen dafür waren vielfältig. Einerseits bekamen immer mehr Frauen ihre Kinder im fortgeschrittenen Alter und andererseits wurde auch die Kleinkinderversorgung nicht mehr als rein weibliche Angelegenheit angesehen. Zusätzlich bekam ein großer Prozentanteil hoch qualifizierter Frauen keine Kinder mehr oder ging nicht mehr in die Karenz. Der Trend hat sich bis zum heutigen Tag fortgesetzt.<sup>23</sup>

Als eine Unternehmerin tätig zu sein war für eine Frau unter diesen historischen Umständen nicht einfach. Die weiblichen Unternehmerinnen sind aber nicht ein Phänomen des 20. Jahrhunderts und die Berichte aus dem Mittelalter beweisen eine Existenz der ersten Unternehmerinnen bereits zu diesem Zeitpunkt. Vor allem vor der Industrialisierung und vor dem Wandel zur bürgerlichen Gesellschaft war eine unternehmerische Tätigkeit für Frauen zugänglicher als im 19. und 20. Jahrhundert. Eine Studie von Hlawatschek, die die Merkmale der Unternehmerinnen zwischen 1800 und 1945 erforscht hat, unterscheidet Frauen, die ihr eigenes Unternehmen gegründet haben und die, die ein Unternehmen geerbt haben.<sup>24</sup>

Dadurch kann man die Merkmale der Unternehmerinnen aus dem 18./19. Jahrhundert, die ein Unternehmen geerbt haben, wie folgt zusammenfassen:<sup>25</sup>

- Anfang einer unternehmerischen Tätigkeit ist mit dem Tod des Ehemannes verbunden. Die Frauen hatten entweder keinen Sohn, oder der Sohn war noch nicht erwachsen.
- Der Wunsch zu einer zukünftigen Sicherung der Kinder durch die Beibehaltung des Unternehmens. Nachhaltigkeit des Familienbetriebes.

---

<sup>22</sup> vgl. Henn, M. Die Kunst des Aufstiegs 2012, S. 38.

<sup>23</sup> vgl. Henn, M. Die Kunst des Aufstiegs 2012, S. 39.

<sup>24</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 14f.

<sup>25</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 15.

- Eine „praktisch-empirische“ Bildung, die trotz einer mangelnden Fachausbildung für eine Unternehmensführung genügend war.
- Eine große Initiative bei dem Ausbau und der Weiterentwicklung des geerbten Unternehmens.

Die Unternehmen, die direkt von den Frauen gegründet wurden, wurden fast ausschließlich in einer Branche gegründet, die als ein typisch weiblicher Bereich angesehen wurde. Die Motivation der Unternehmensgründerinnen aus dem 19. Jahrhundert war nicht unbedingt ein finanzieller Gewinn, sondern eher ein idealistischer Wunsch der Nachhaltigkeit.<sup>26</sup>

Nachdem das Ziel der vorliegenden Arbeit es ist, unter anderem die Motivation der Unternehmensgründerinnen des 21. Jahrhunderts herauszufinden, wird die Motivation der Unternehmensgründerinnen im 19. und im 21. Jahrhundert im empirischen Teil verglichen.

### **3.1.2 Neuere Perspektiven im österreichisch-slowakischen Raum**

Im 20. Jahrhundert wurden vor allem die Problembereiche der gesetzlichen Gleichstellung der Geschlechter und die Gleichbehandlung von Mann und Frau angesprochen. 1982 hat die Europäische Union die „*UN-Konvention zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau (CEDAW)*“<sup>27</sup> ratifiziert, was als ein großer Schritt vorwärts angesehen wurde. Verfassungsrechtlich wird im Vertrag der Europäischen Gemeinschaft (Art. 141) die Lohngleichheit verankert. Primärrechtlich sind die Art. 3 Abs. 2 EG-V und Art. 13 EG-V wichtig, da sie die Gleichstellung der Geschlechter fordern und Maßnahmen zur Bekämpfung von Diskriminierung in Kraft setzen.<sup>28</sup>

Diese Maßnahmen wurden in Österreich in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts politisch umgesetzt und Frauen wirkten fortan in verschiedenen Parteien, Ministerien oder Gewerkschaften mit. Die Kernpunkte der Frauenförderpolitik waren erstens sogenannte „work-life balance“, das sich als Ziel gesetzt hat, das Berufsleben mit dem Familienleben durch flexiblere Arbeitszeiten besser auszubalancieren. Zweitens wurden die

---

<sup>26</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 16.

<sup>27</sup> Appelt, E.: Gleichstellungspolitik in Österreich 2009, S. 27.

<sup>28</sup> vgl. Appelt, E.: Gleichstellungspolitik in Österreich 2009, S. 27ff.

Arbeitspositionen in männerdominierten Bereichen für Frauen zugänglicher gemacht. Der dritte Punkt der Frauenförderpolitik zielte darauf ab mehr Frauen in Führungspositionen einzusetzen. Diese Politik wurde wegen dem mangelnden Anteil an weiblichen politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträgerinnen kritisiert. In den 1990er Jahren haben sich aus dieser Kritik neue Konzepte der Gleichstellungspolitik entwickelt, die man als „Gender Mainstreaming“ bezeichnet.<sup>29</sup>

*„Mit dem Konzept des Gender Mainstreaming sollen geschlechterpolitische Fragen und Anliegen in allen Politikfeldern zu einem verbindlichen Bestandteil politischer und strategischer Entscheidungen werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass Entscheidungsprozesse in Politik und Wirtschaft auch nach mehr als dreißig Jahren Frauen- und Geschlechterpolitik in vielen Entscheidungsbereichen noch immer weitgehend „geschlechtsblind“ ablaufen.“<sup>30</sup>*

In der Slowakei wurde die Gleichstellung später als in Österreich eingeführt und erst in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts, nach dem Beitritt in die Europäische Union, auf der Verfassungsebene beschlossen. Als politisch verantwortliches Ministerium für Frauenförderpolitik in der Slowakei kann „*The Ministry of Labour, Social Affairs and Family SR*“ angesehen werden. In vielen Aspekten der Gleichstellung ist die Slowakei jedoch noch nicht auf dem Stand der älteren EU-Mitgliedstaaten, da es keine systematische Implementierung der Prinzipien der Gleichstellung der Geschlechter gibt und die Gleichstellung als Indikator der Demokratie in der Realität nicht sichtbar ist.<sup>31</sup>

Die Gleichstellungs- und Frauenförderpolitik, die in den 1960er und 1970er Jahren in Österreich an Bedeutung gewann, hatte einen bedeutenden Einfluss auf die Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen. 1964 haben Unternehmerinnen das Netzwerk „*Österreichische Vereinigung der Unternehmerinnen*“ gegründet und einen erfolgreichen Weltkongress in Wien veranstaltet. 1972 wurde die Arbeitsgemeinschaft „*Frau in der Wirtschaft*“ gegründet, die heute als ein wichtiger Teil der Wirtschaftskammer angesehen

---

<sup>29</sup> vgl. Lange, R.: Gender-Kompetenz für das Change Management 2006, S. 39 - 42.

<sup>30</sup> Lange, R.: Gender-Kompetenz für das Change Management 2006, S. 42.

<sup>31</sup> vgl. Kvapilová, E.: Implementation of the Principle of Equality between Women and Men in the Labour Market 2006, S. 26f.

wird.<sup>32</sup> Von 1994 bis 2011 ist die Anzahl der weiblichen Unternehmensgründerinnen in Österreich um fast 30 Prozent gestiegen.<sup>33</sup>

Wegen der besseren Arbeitsteilung und einer effektiveren Produktionsfaktorennutzung waren die Großunternehmen eines der wichtigsten wirtschaftlichen Forschungsthemen. Da sich die steigende Anzahl an neugegründeten kleinen oder Ein-Personenunternehmen positiv auf die Beschäftigungsrate ausgewirkt hat, ist es in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts zu einer Wende gekommen. Ein steigendes Interesse an KleinunternehmerInnen war eine wirtschaftliche Veränderung, die eine positive Auswirkung auf die Unternehmensgründerinnen hatte, da sich viele von Frauen gegründete Unternehmen zu KMU (Klein- und Mittelunternehmen) zählen.<sup>34</sup> Diese Neigung zu KMU wird im nächsten Kapitel noch näher erläutert.

Die unten angeführte Tabelle stellt die Anzahl der Selbständigen in den jeweiligen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union dar. Da das Geschlecht als ein Index ausgewählt wurde, kann man aus der Tabelle herauslesen, dass Frauen als Selbständige in allen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union unterrepräsentiert sind. Im Allgemeinen dominieren innerhalb der Europäischen Union die Ein-Personenunternehmen; in der Slowakei viel stärker als in Österreich. Die genauere Arbeitsmarktanalyse des österreichisch-slowakischen Raumes folgt im Kapitel 5.

Obwohl sich die Situation der Unternehmerinnen nach 30 Jahren seit der „*UN-Konvention (CEDAW)*“ bedeutend verbessert hat, gibt es immer noch eine Unterrepräsentation von Unternehmerinnen. Die Europäische Union hat demzufolge einen strategischen Plan erarbeitet, wobei die Erhöhung der Anzahl der selbständigen Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen eines der Hauptziele war.<sup>35</sup> Um dieses Ziel zu erreichen, plant die EU unterstützende Maßnahmen für die Frauen einzusetzen, die wegen ihrem Alter, ethnischem Hintergrund oder Minderheitenstatus weniger Chancen haben sich als

---

<sup>32</sup> vgl. Bandhauer-Schöffmann, I.: Die österreichische Vereinigung der Unternehmerinnen 2000, S. 88ff.

<sup>33</sup> vgl. Wirtschaftskammer Österreich: Frau in der Wirtschaft 2012, o.S.

<sup>34</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 2.

<sup>35</sup> vgl. European Commission: Strategy for equality between women and men 2010, S. 12.

Unternehmerinnen durchzusetzen. Um die Rate der Unternehmensgründung von jungen Frauen zu steigern, sollen Schulen und Universitäten mehr Fokus auf „entrepreneurship“ legen.<sup>36</sup>

Tabelle 2: Selbständige in der Europäische Union (2011)

	Number of self-employed persons (1000)			Status (%)		Self-employed as a share of total employment				
	Total	Men	Women	with employees	without employees	Total	Age 15-24	Age 25-49	Age 50-64	Age 65+
EU-27	32 750	22 700	10 050	28.9	71.1	15.1	4.1	13.9	19.2	49.9
EA-17	21 281	14 786	6 495	33.5	66.5	15.0	3.5	14.0	19.1	54.5
BE	595	418	177	31.3	68.7	13.2	4.8	12.5	16.2	56.7
BG	330	214	116	32.8	67.2	11.2	(3.3)	10.6	13.8	30.3
CZ	858	606	251	20.5	79.5	17.5	9.1	17.2	19.2	37.0
DK	239	174	65	41.1	58.9	8.9	(1.1)	8.8	11.4	30.7
DE	4 404	3 009	1 395	42.9	57.1	11.1	1.7	10.7	13.6	39.9
EE	50	35	15	46.3	53.7	8.2	:	8.9	7.8	:
IE	292	234	57	30.6	69.4	16.1	(1.8)	13.3	24.8	58.3
EL	1 269	889	380	25.1	74.9	31.0	8.7	26.5	44.5	67.3
ES	2 853	1 936	918	33.0	67.0	15.8	4.2	13.7	23.2	49.9
FR	2 862	2 013	850	40.1	59.9	11.1	2.4	10.3	15.0	42.0
IT	5 366	3 869	1 497	28.3	71.7	23.4	10.9	21.9	26.3	75.6
CY	62	45	17	28.8	71.2	16.5	(3.8)	13.3	23.5	59.1
LV	100	60	40	35.5	64.5	10.3	:	10.4	11.8	:
LT	125	74	51	25.9	74.1	9.1	:	8.6	11.2	(18.0)
LU	18	12	7	32.7	67.3	8.1	:	6.6	12.6	(47.0)
HU	443	305	138	45.4	54.6	11.6	2.4	10.3	16.2	43.0
MT	23	19	4	31.6	68.5	13.5	:	12.9	20.2	:
NL	1 203	797	406	26.5	73.5	14.4	4.0	14.2	18.4	53.8
AT	483	311	172	41.7	58.3	11.6	(1.4)	10.9	18.3	29.5
PL	3 052	2 009	1 043	22.1	77.9	18.9	5.4	17.6	25.0	46.2
PT	992	626	366	25.0	75.0	20.5	3.6	13.2	29.2	85.4
RO	1 824	1 289	535	5.8	94.2	20.0	10.7	15.6	27.0	66.8
SI	118	83	35	28.6	71.4	12.6	(2.4)	10.9	18.4	(41.7)
SK	372	272	100	22.1	77.9	15.8	10.4	16.1	16.4	(21.9)
FI	319	218	101	31.7	68.3	12.9	3.2	11.7	16.4	48.8
SE	476	349	127	36.5	63.5	10.3	2.2	8.7	13.5	44.0
UK	4 023	2 834	1 189	18.2	81.8	13.8	4.8	12.8	17.9	38.0
IS	21	14	7	33.5	66.5	12.4	:	11.7	17.6	25.3
NO	174	127	47	26.7	73.3	6.9	1.7	6.2	9.4	20.0
CH	579	373	206	45.1	54.9	13.3	1.5	11.2	19.8	46.1
HR	292	181	111	23.9	76.1	19.6	(7.3)	15.3	23.9	69.9
MK	120	96	24	30.5	69.5	18.6	(6.4)	17.9	23.1	(42.5)
TR	5 929	5 028	902	21.0	79.0	24.6	4.9	22.3	47.5	70.3

Quelle: Teichgraber, M.: European Union Labour Force Survey – Annual results 2011, S. 6.; [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-SF-12-040/EN/KS-SF-12-040-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-040/EN/KS-SF-12-040-EN.PDF)

<sup>36</sup> vgl. European Commission: Strategy for equality between women and men 2010, S. 12.

### 3.1.3 Geschlecht in der Organisation

Der Begriff Organisation kann wegen seinem umgangssprachlichen Ursprung nicht genau definiert werden und seine Bedeutung wird nach dem Gebrauch des Ansatzes in der Wissenschaft, Situation oder Perspektive von den Sprechpartnern geändert.<sup>37</sup> Der Grundstein der Organisationen wurde von den industrialisierten Gesellschaften gelegt und die zahlreichen Organisationsformen sind zu den wichtigen Merkmalen heutiger Kultur geworden, was die Wichtigkeit der Forschung von Organisationen fördert. Von der Soziologie wird eine Organisation auf einer Seite als ein sozialer Prozess oder ein soziales Subjekt betrachtet; andererseits werden auch die sozialen Prozesse innerhalb einer Organisation erforscht.<sup>38</sup>

Dadurch, dass ein Unternehmen die Praktiken auswählen kann, Androzentrismus und Männliche Hegemonialität unterstützt und somit die Strukturen einer Arbeitswelt prägt, kann man sagen, dass die Organisationen „vergeschlechtlicht“ wurden. Mit anderen Worten, eine Organisation fördert aus gesellschaftlich-historischen Gründen oft die männliche Herrschaft, was ihre Geschlechtsneutralität ausschließt.<sup>39</sup>

Die Organisationen, ihre Strukturen, Formen und gegenseitige Beeinflussung von letzteren, sowie die Handlungsweise ihrer Organisationsmitglieder wird mit verschiedenen methodischen Zugängen erforscht. Anhand dieser Forschungen sind zahlreiche Organisationstheorien entstanden, wie zum Beispiel verhaltensorientierte oder situativ orientierte Theorien, betriebswirtschaftlich-pragmatische Theorien, politische oder Evolutionstheorien, die die Lösungen von organisatorischen Problemen in der Psychologie, Politik, Soziologie und Ökonomie gesucht haben.<sup>40</sup>

Einige von den benannten Theorien und ihre Betrachtungsweisen von Frau und Mann in der Führung werden im Kapitel 4 näher erläutert. Außerdem werden in den folgenden Unterkapiteln die theoretischen Diskurse zu den Frauen als Unternehmerinnen erläutert.

---

<sup>37</sup> vgl. Blum, A.: Weibliche Führungsstile 2004, S. 15.

<sup>38</sup> vgl. Schabus, M.: Geschlecht und Organisation 2004, S. 34.

<sup>39</sup> vgl. Schabus, M.: Geschlecht und Organisation 2004, S. 34.

<sup>40</sup> vgl. Schabus, M.: Geschlecht und Organisation 2004, S. 55f.

### 3.2 Theorienansätze zu geschlechtsspezifischer Berufssegregation

Die theoretischen Ansätze zu geschlechtsspezifischer Berufssegregation können unterschiedlich geteilt werden. Zum Beispiel je nachdem, ob die Ungleichheiten als ein Merkmal einer Gruppe oder eines Individuums angenommen werden; ob sie aus der Perspektive eines Arbeitgebers oder einer anderen Perspektive betrachtet werden<sup>41</sup>; bzw. können sie aus einer individualistischen oder einer strukturalistischen Sichtweise betrachtet werden.<sup>42</sup>

In der vorliegenden Arbeit werden sie in ressourcenorientierte Ansätze und Gender-Theorien geteilt. Als die ressourcenorientierten Ansätze betrachte ich die theoretischen Konzepte, die als die Ursache der Unterrepräsentation der Unternehmensgründerinnen entweder den Mangel an dem Finanzkapital oder an dem Human- und Sozialkapital erkennen.

Weibliches Arbeitsvermögen, die Token-These und Diskriminierungsansätze habe ich in der vorliegenden Arbeit zu Gender-Theorien zugefügt, da sie das Geschlecht als die Ursache der Unterrepräsentation der Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen betrachten.

Diese theoretischen Konzepte werden in den weiteren Teilen mit den Ergebnissen meiner empirischen Forschung verglichen, wo ihre Relevanz für die heutige Situation der Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen überprüft werden.

Sozialkapital wird als Begriff in unterschiedlichen Bereichen der Soziologie, Wirtschaftswissenschaften oder Politikwissenschaft verwendet, was eine eindeutige Definition ausschließt. Grundsätzlich können jedoch die Ressourcen zu dem Sozialkapital gerechnet werden, die ein Zugehörigkeitsgefühl zu Netzwerken auslösen, auf Reziprozität aufbauen und Vertrauen in Institutionen fördern. Netzwerkressourcen gehören somit auch zum Sozialkapital und werden in der vorliegenden Arbeit als ein Teil des Sozialkapitals betrachtet. Humankapital und Finanzkapital gehören dagegen einem Individuum und sind daher private Ressourcen.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 39.

<sup>42</sup> vgl. Mürner, B.: Geschlechtsspezifische Berufssegregation o.J., S. 1.

<sup>43</sup> vgl. Franzen, A./Pointer, S.: Sozialkapital; Konzeptualisierungen und Messungen o.J., S. 2, 6.

### 3.2.1 Ressourcenorientierte Ansätze

Bei dem ressourcenorientierten Ansatz (Resource-based-View) sorgt sich ein Unternehmen vor allem um einen bestmöglichen Zugang zu den Ressourcen, die hier im Vordergrund stehen. Die Grundlagen dieses Ansatzes wurden mit dem Werk „*The Theory of the Growth of the Firm*“ von Edith Penrose im Jahr 1959 gelegt, wo ein Unternehmen als eine Akkumulation von produktiven Ressourcen verstanden wurde. Durch den Einsatz von individuellen Ressourcen werden Innovationen geschaffen, was zur Förderung vom Aufbau von Ressourcen führt.<sup>44</sup>

Da die Vielfältigkeit der Ressourcen in der Qualität von Produkten und Dienstleistungen manifestiert wird und dadurch die Konkurrenzfähigkeit eines Unternehmens gefördert wird, wird nicht nur die Beschaffung, sondern auch die Weiterentwicklung von Ressourcen unterstützt. Das Ziel von diesem Unternehmen ist es einen Wettbewerbsvorteil durch die spezifische Verbindung verschiedener Ressourcen in der Produktion zu gewinnen, die für andere Unternehmen möglichst schwer erreichbar sein soll. Eine Unternehmensanalyse von Stärken und Schwächen nimmt bei dem ressourcenorientierten Ansatz an Bedeutung zu und prägt das Zukunftspotenzial angebotener Produkte und Dienstleistungen.<sup>45</sup> Der Wettbewerbsvorteil kann sich in einer stabilen langfristigen Rendite manifestieren, falls die Ressourcen Effizienz und Effektivität eines Unternehmens unterstützt wird, ihre Verfügbarkeit begrenzt ist, sie das Entstehen von einzigartigen Produkten fördern und durch andere Ressourcen nicht leicht ersetzt werden können.<sup>46</sup>

Der ressourcenorientierte Ansatz wurde anfangs vor allem von Großunternehmen angewendet und stark mit dem strategischen Management und der Innovations- und Forschungsabteilung in Verbindung gebracht. Nichtsdestotrotz ist dieser Ansatz auch bei Klein-, Mittel- und Ein-Personenunternehmen wichtig, da er Verhaltensmuster erklären kann. Als ein Beispiel dafür kann der Prozess der Gründung eines Unternehmens angeführt werden. Dabei kann die Planung als eine strategische Tätigkeit angesehen werden. Die Beurteilung der eigenen Stärken, Schwächen und Potenziale vor einer Unternehmens-Gründung erfolgt anhand gegebener finanzieller, materieller und personeller Ressourcen und persönlichem

---

<sup>44</sup> vgl. Bea, F/Haas, J.: Strategisches Management 2005, S. 28.

<sup>45</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 103.

<sup>46</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 104.

Know-How.<sup>47</sup> Bei einer geschlechtsspezifischen Betrachtung können unterschiedliche Vorgangsweisen bei der Ressourcengewinnung zwischen Frauen und Männern erkannt werden und diese Unterschiede ermöglichen es spezifische Merkmale eines Unternehmens abzulesen. Die geschlechtsspezifischen Differenzen, die dazu führen, dass ein von einer Frau gegründetes Unternehmen sich von anderen Unternehmen unterscheidet, sind unter anderem: die Auswahl einer Branche, in der man erwerbstätig sein will, Größe, Wachstumspotenzial und Qualifikation.<sup>48</sup> In diesem Beispiel spielen die Humankapital- und Netzwerkressourcen eine wichtige Rolle, die in dem folgenden Kapitel weiterbeschrieben werden. Bei der Beurteilung der Personen, die das Unternehmen gründen stehen laut Döbler ihr Humankapital-, ihre Netzwerkressourcen und ihre finanziellen Ressourcen im Vordergrund und nicht etwaige psychologische Merkmale.<sup>49</sup>

### **3.2.1.1 Humankapitalressourcen**

Humankapitalressourcen sind jene Ressourcen, die von den neoklassischen Ökonomen Becker, Schultz und Mincer in ihrer sogenannten Humankapitaltheorie in den 1960er und 1970er Jahren definiert wurden. Laut dieser Theorie wird der Nutzen von Arbeitskräften durch ihr Humankapital erhöht. Zu diesem zählen unter anderem Ausbildung, Berufserfahrung und berufliche Weiterbildung. Die Erhöhung von Humankapital wird als eine Investition betrachtet, die in der Zukunft bessere Entlohnung bringen soll, da ein großes Humankapital effiziente Produktivität und damit auch eine höhere Entlohnung der Arbeitskräfte bedingt.<sup>50</sup>

Analog dazu wird ein neues Unternehmen nur dann gegründet wenn die potenziellen UnternehmensgründerInnen durch ihre Selbständigkeit mehr Gewinn in Form eines höheren Einkommens erwarten.<sup>51</sup> Die Unterrepräsentation von Frauen, die ein selbständiges Unternehmen gründen, wird also nach der Humanressource Theorie durch eine kleinere Investition in ihren Humankapital begründet. Die ÖkonomInnen, die in diesem Gebiet

---

<sup>47</sup> vgl. Döbler, T.: Theoretische Überlegungen zur Analyse von Geschlechtsspezifika von Unternehmerinnen und Unternehmern 2000, S. 315.

<sup>48</sup> vgl. Döbler, T.: Theoretische Überlegungen zur Analyse von Geschlechtsspezifika von Unternehmerinnen und Unternehmern 2000, S. 316.

<sup>49</sup> vgl. Hagl, I.: Frauen als Unternehmerinnen 2008, S. 22.

<sup>50</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 40.

<sup>51</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 122f.

forschen, haben mehrere Gründe für diese Tatsache identifiziert. Unter anderem ist es die Familiengründung, mit der eine geringere Berufserfahrung einhergeht und dazu führt, dass Frauen bewusst solche Berufe wählen, wo eine Arbeitsunterbrechung aufgrund der Karenz keine Probleme verursachen wird. Ein weiterer Aspekt ist durch die Einstellung mancher Frauen geprägt, die aufgrund einer möglichen Schwangerschaft von vornherein nicht in längere Aus- und Weiterbildungen investieren. Als weiterer Faktor kann soziale Diskriminierung genannt werden, bei der den Geschlechtern typische Eigenschaften zugeschrieben werden, die sie angeblich zum Ausüben von bestimmten Berufen prädisponiert haben. Sogar bis ins 20. Jahrhundert wurde, aufgrund dieser Annahme, einigen Mädchen der Zugang zu bestimmten Bildungsrichtungen verwehrt.<sup>52</sup>

Seit Ende des 20. Jahrhunderts hat sich die Situation jedoch geändert. In Deutschland ist zum Beispiel der Anteil der besser ausgebildeten Frauen größer als der von Männern. Die entscheidende Variable ist nach der Humanresource Theorie daher nicht der Zugang zu einer Ausbildungsstätte, sondern die Qualifikation. Die Berufe, wo keine raschen Innovationen vorkommen, die die Qualifikationsänderungen und die dauernde Generierung von Wissen verlangen, werden von den Frauen laut der Forschungen in Deutschland in 1980 Jahren vermieden.<sup>53</sup> Neuere Forschungen aus den USA (1994-2006) zeigen jedoch, dass es zu beachtlichen Änderungen gekommen ist. Frauen üben nicht mehr nur „traditionelle Berufe“ (Köchin, Friseurin, Reinigungskraft) aus, sondern leiten auch Unternehmen. Viele Frauen konzentrieren sich heutzutage mehr auf ihre Karriere und investieren mehr in ihr eigenes Humankapital.<sup>54</sup>

Ein weiteres Ergebnis dieser nordamerikanischen Forschungen war, dass Unternehmerinnen allgemein eine bessere Ausbildung hatten, als Nicht-Unternehmerinnen. Die Unterschiede in Ausbildung, Erfahrung und Vorbereitung zwischen Frauen und Männern als UnternehmensgründerInnen waren in den letzten Jahren der Forschung nicht mehr signifikant. Beide Gruppen haben allgemein eine bessere Ausbildung als früher. Sowohl in der ökonomischen wie auch in der rechtlichen Branche. Außerdem verfügen viele über mehrere Jahre Berufserfahrung in Unternehmensführung, Administration oder als ManagerInnen.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 40f.

<sup>53</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 132.

<sup>54</sup> vgl. Hackler, D. et al.: Human Capital and Women's Business ownership 2008, S. 3.

<sup>55</sup> vgl. Hackler, D. et al.: Human Capital and Women's Business ownership 2008, S. 32f.

Außerdem bestätigen die empirischen Ergebnisse der amerikanischen WissenschaftlerInnen, dass einem höheren Humankapital von Seiten der Frauen nun mehr Bedeutung zugeschrieben wurde. Dadurch ist ein höheres Humankapital, wie zum Beispiel das Erreichen eines Dokortitels, für die Unternehmerinnen von großer Wichtigkeit. Auffällig ist, dass Frauen oft Unternehmen in Branchen gründen, die traditionell als nicht „typisch weiblich“ angesehen wurden. Hackler D. et al. gehen davon aus, dass dies mit einer Erwartung verbunden ist, dass sie in diesem Gebiet als abhängige Arbeitskräfte einen Karriereaufstieg nur sehr schwer erreichen können und deswegen entscheiden, in dieser Branche selbständig tätig zu sein.<sup>56</sup> Es bleibt offen, ob die erhöhte Investition in eigenes Humankapital als weltweites Phänomen gesehen werden kann oder durch geographische Gegebenheiten mitbestimmt wird.

Wie jede Theorie, wurde auch der Humanressource Ansatz kritisch betrachtet. Der erste Kritikpunkt bezieht sich auf die Einseitigkeit des Konzeptes und verlangt, dass auch andere Aspekte wie Diskriminierung oder Arbeitsmarktsegmentation mit einbezogen werden sollten. Der Humanressource Ansatz alleine kann die Unterrepräsentation der Gründerinnen deshalb nicht erklären.<sup>57</sup> Ein zweiter Kritikpunkt stützt sich auf einen Vergleich zwischen einer Managergruppe und einer Gruppe von Unternehmensgründern. Bei diesem globalen Vergleich von Führungskräften zeigte sich, dass die Managergruppe allgemein eine bessere Ausbildung vorweisen konnte als die Unternehmensgründer. Laut dieser Kritik betrachten Personen mit einer schlechteren Ausbildung in der Realität die Selbständigkeit oft als einen Weg zu einem besseren Einkommen.<sup>58</sup>

Die Argumente, die den Ansatz des Humanressource-Konzeptes auch auf die beruflichen Selbständigen anwenden, stützen sich auf drei Punkte. Erstens ist es die Person der UnternehmensgründerIn, die die Leistungsfähigkeit ihres Unternehmens prägt. Zweitens sind es die Unterschiede in der Produktivität derselben Person, wenn sie entweder ihr eigenes Unternehmen leitet oder aber für einen fremden Arbeitgeber/eine fremde Arbeitgeberin arbeitet. Der dritte Punkt besagt, dass Leistungsfähigkeit und Beständigkeit eines Unternehmens nicht notwendigerweise zusammenhängen müssen.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> vgl. Hackler, D. et al.: Human Capital and Women's Business ownership 2008, S. 32f.

<sup>57</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 41.

<sup>58</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 125.

<sup>59</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 42.

### 3.2.1.2 *Netzwerkressourcen*

Netzwerke werden in den Sozialwissenschaften als soziale, handlungsfähige Einheiten definiert, die Ressourcen tauschen, die Koordination von bestimmten Aktivitäten ihrer Mitglieder befördern, Unterstützung bieten und helfen Vertrauen aufzubauen.<sup>60</sup> Idealerweise arbeiten in Netzwerken alle miteinander, es besteht keine Hierarchie, die die Bedürfnisse einer Person bevorzugen würde und die Beziehungen innerhalb eines Netzwerkes sind informell. Ein Netzwerk setzt sich aus mehreren kleineren „Netzwerkknoten“ zusammen, die aus freiwillig beteiligten Personen bestehen, aber nicht alle unbedingt direkt miteinander verbunden sind. Die TeilnehmerInnen eines Netzwerkes verfügen über unterschiedliche Ressourcen, woraus ungleiche Befugnisse und Verantwortungen der MitgliederInnen innerhalb eines Netzwerkes entstehen.<sup>61</sup>

Das Konzept, welches besagt, dass Netzwerke für Klein- und Mittelunternehmen von Vorteil sind, da durch die Zusammenarbeit Kosten eingespart werden können, wurde bereits im 19. Jahrhundert vorgestellt und im 20. Jahrhundert weiterentwickelt. Die ersten wirtschaftlichen Netzwerksysteme, die in Italien, Deutschland, Dänemark oder in den USA gegründet wurden, wurden als „industrial districts“ bezeichnet und können als regionale Kooperationen zur Unterstützung eines Industriezweiges definiert werden.<sup>62</sup> Eine weitere Form von Netzwerken ist durch eine Zusammenarbeit von mehreren Unternehmen charakterisiert. Sind die Netzwerke für beide Seiten von Vorteil, da sie gemeinsame Aktivitäten von beiden Unternehmen prägen und wirtschaftlich erfolgsversprechend sind, werden sie „Unternehmensnetzwerke“ genannt. Basieren sie eher auf einer strategischen Kooperation, um auf dem Markt Wettbewerbsvorteile zu gewinnen, werden sie als „strategische Allianzen“ oder „strategische Netzwerke“ definiert.<sup>63</sup>

Netzwerkressourcen sind ein Teil des Sozialkapitals und können eine wichtige Rolle bei der Unternehmensgründung spielen. Im Unterschied zu Humankapitalressourcen, wo ein Individuum hauptsächlich den persönlichen Nutzen maximieren will, spielt in diesem Konzept die Nutzenoptimierung der ganzen Gruppe eine große Rolle. Das Verhalten einer

---

<sup>60</sup> vgl. Wolf, S.: Die Rolle sozialer Netzwerke bei Unternehmensgründungen von Frauen 2004, S. 40f.

<sup>61</sup> vgl. Wolf, S.: Die Rolle sozialer Netzwerke bei Unternehmensgründungen von Frauen 2004, S. 40.

<sup>62</sup> vgl. Welter, F. et al.: Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen 2004, S. 19.

<sup>63</sup> vgl. Welter, F. et al.: Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen 2004, S. 20.

Person ist somit von den Bedürfnissen der gesamten sozialen Gruppe geprägt, zu der sich ein Individuum zugehörig fühlt.<sup>64</sup>

Die Kosten, die durch das Entstehen von Netzwerken und die Verfügung von Netzwerkressourcen minimalisiert werden können, sind vor allem die Transaktionskosten.<sup>65</sup> Diese entstehen in der Produktion bei einem Austausch von Gütern und können als folgende vier Arten von Kosten definiert werden: Erstens sind es die Anbahnungskosten, die alle Kosten der Suche nach Informationen und GeschäftspartnerInnen umschließen. Zweitens die Kommunikationskosten, die durch verschiedene geschäftliche Verhandlungen und Vertragsformulierungen entstehen. Drittens die Kosten, die mit der Qualität, Menge und Preis von Gütern- und Rohstoffkontrollen verbunden sind und zuletzt die Anpassungskosten, denen alle Kosten der geänderten Vertragsbedingungen zugerechnet werden.<sup>66</sup>

Bei einem Unternehmensgründungsprozess spielen vor allem die Kosten für die Gewinnung von unterschiedlichen Informationen, zum Beispiel Informationen über Standorte, Kapital, Finanzierungsmöglichkeiten, potenzielle KundInnen und LieferantInnen, eine große Rolle.<sup>67</sup> Diese Kosten können für die TeilnehmerInnen eines Netzwerkes deutlich sinken und die Unternehmensgründung erleichtern oder sogar erst ermöglichen. Je nach der Netzwerkdichte kann die Intensität der Beziehungen (starke und schwache Beziehungen) sowie die Art der Beziehungen (formelle und informelle) identifiziert werden.<sup>68</sup>

Viele Forschungen und Studien zu dem Thema „Netzwerkressourcen“ haben bewiesen, dass die Netzwerke eine Notwendigkeit für Unternehmensgründungen darstellen, und dass vor und während des Prozesses der Gründung vor allem die informellen Beziehungen entscheidend sind. Als solche können z.B. Beziehungen innerhalb des Freundeskreises oder der Familie genannt werden, die gleichzeitig zu starken Kontakten zugeschrieben werden können. Die schwachen informellen Kontakte sind eher die Netzwerke, die ArbeitskollegInnen, Bekannte und GeschäftspartnerInnen umschließen.<sup>69</sup> Die informellen Kontakte sind eine Grundlage für das Entstehen von kleineren Betrieben oder Ein-Personenunternehmen. Die Motivation wird von Familienmitgliedern und Bekannten oft stark gefördert, die bei der

---

<sup>64</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 159.

<sup>65</sup> vgl. Welter, F. et al.: Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen 2004, S. 20.

<sup>66</sup> vgl. Picot, A.: Transaktionskostenansatz in der Organisationstheorie 1982, S. 270.

<sup>67</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 163.

<sup>68</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 165.

<sup>69</sup> vgl. Welter, F. et al.: Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen 2004, S. 24.

Unternehmensgründung aushelfen, was für zahlreiche kleine Unternehmen überlebenswichtig ist.<sup>70</sup> Das Gegenteil zu den informellen Kontakten sind die formellen Kontakte, die je nach Intensität ebenfalls in starke und schwache unterteilt werden können. Das Merkmal der formalen Kontakte ist vor allem die Spezialisierung und das signifikante Fachwissen, womit sie die Kompetenz haben, spezifische Fragen und Probleme zur Unternehmensgründung lösen zu können. Diese Kontaktgruppe umfasst schwache formelle Beziehungen zu Banken, Steuerbehörden, BeraterInnen in zahlreichen Bereichen, RechtsanwältInnen und Industriekammern.<sup>71</sup>

Frauen bevorzugen nach Welter F. et al. *starke* informelle Beziehungen zu ihren Verwandten und vertrauen diesen auch eher. Männer pflegen hingegen oft eher einen *schwachen* informelleren Umgang mit ihren Verwandten. Außerdem bevorzugen viele Frauen eine Mitgliedschaft in kleineren und homogeneren Netzwerken.<sup>72</sup> Forschungen zu erwerbstätigen Frauen und Männern, die in den 1980er und 1990er Jahren durchgeführt wurden, haben ergeben, dass es für Frauen wegen einer mangelnden Akzeptanz in der Berufswelt schwieriger ist, genügend Informationen und adäquate Beratung zu bekommen.<sup>73</sup> Neuere Studien aus dem 21. Jahrhundert haben jedoch unterschiedliche geschlechtsspezifische Merkmale der Größe und der Benutzung eines Netzwerkes von UnternehmerInnen nicht eindeutig bestätigen können.<sup>74</sup> 2011 wurde wiederum eine weitere Analyse zu den Business Netzwerken von XING AG veröffentlicht, wo man den Ergebnissen zufolge vermuten kann, dass Männer mehrere berufliche Netzwerke bilden und pflegen, indem sie ihre Bekannten oder KollegInnen den Firmen weiterempfehlen. Frauen sind meist hinsichtlich beruflicher Empfehlungen vorsichtiger und haben dadurch im Vergleich zu Männern weniger berufliche Verknüpfungen. Ihre Netzwerkdichte ist kleiner, hat aber viel Potenzial, sich in der Zukunft zu erweitern, da die Nachfrage nach weiblichen Führungskräften steigt.<sup>75</sup>

Die Relevanz von Netzwerken kann nicht bestritten werden, obwohl die genauen geschlechtsspezifischen Unterschiede im Netzwerkaufbau von Studie zu Studie variieren und sich im Laufe der Jahre durch die geänderte Stellung der Unternehmerinnen verändert haben.

---

<sup>70</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 163.

<sup>71</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 165.

<sup>72</sup> vgl. Welter, F. et al.: Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen 2004, S. 24f.

<sup>73</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 182.

<sup>74</sup> vgl. Welter, F. et al.: Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen 2004, S. 25.

<sup>75</sup> vgl. o.A.: Gründer und Selbständige 2011, S.1.

### **3.2.1.3 Finanzielle Ressourcen**

Abgesehen vom Geschlecht der Person, die ein Unternehmen gründen will, ist meistens die Beschaffung von finanziellen Ressourcen eine der größten Herausforderungen für die UnternehmensgründerInnen. Finanzielle Ressourcen von UnternehmensgründerInnen fassen meistens Eigenkapital und Fremdkapital von Banken und anderen Kapitalgebern zusammen. Ein höheres Gesamtkapital führt zu einer besseren und betriebsnotwendigen Ausrüstung, besser ausgearbeiteten Marketingstrategien und dadurch erhöhten Wettbewerbs- und Konkurrenzfähigkeiten, was im Endeffekt zu einer kleineren „Sterblichkeitsrate“ vom Unternehmen auf dem Markt führt.<sup>76</sup>

Klein- und Mittelunternehmen sowie Ein-Personenunternehmen haben allgemein mehr Schwierigkeiten mit den finanziellen Ressourcen und sind häufig von den finanziellen Mitteln abhängig, die von ihren informellen starken Kontakten kommen. Außerdem wird auch der Zugang zu Fremdkapital erschwert da die KapitalgeberInnen, zum Beispiel Banken, höhere Darlehen an kleinere Unternehmen nur sehr vorsichtig vergeben. In den letzten Jahren wurde jedoch das Potenzial von kleineren Betrieben neu erkannt und durch verschiedene Mikrokredite oder Investitionen weiterentwickelt.<sup>77</sup>

Die Überlebenschancen von einem neugegründeten Unternehmen und der Unternehmenserfolg steigen mit ausreichenden Ressourcen. Je größer ein Unternehmen ist, desto später kommt es zu einem kritischen Zeitpunkt, in dem entschieden wird, ob sich das Unternehmen durchsetzt oder ob es aus dem Markt gedrängt wird. Bei einem Vergleich von „weiblichen“ und „männlichen“ Unternehmen wurden keine signifikanten Unterschiede in der Sterblichkeitsrate von neuen Unternehmen aufgewiesen. Laut Döbler kann diese Tatsache auf Charakterzüge von Unternehmerinnen zurückgeführt werden, da Frauen generell mehr Ausdauer und Motivation an den Tag legen, ein Unternehmen trotz ungünstiger wirtschaftlicher Bedingungen oder kurzfristigem Verlust weiterzuführen.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 182f.

<sup>77</sup> vgl. Hagl, I.: Frauen als Unternehmerinnen 2008, S. 48f.

<sup>78</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 184.

### 3.2.2 Gender-Theorien

Geschlecht als eine soziale Konstruktion, die von sozialen Interaktionen, Gewohnheiten, Verständnis einer Gesellschaft und verschiedenen Darstellungen von anderen Personen geprägt ist, wurde erst ab den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts erforscht. Die Reaktionen, Handlungsweisen und die Denkweise einer Person werden von den wahrgenommenen und interpretierten Darstellungen des Geschlechts beeinflusst.<sup>79</sup> Somit kann zwischen den biologischen Unterschieden zwischen den Geschlechtern (sex) und der sozialen Konstruktion von Geschlecht (gender) unterscheiden werden.

Obwohl soziale Unterschiede zwischen Männern und Frauen seit jeher eine Rolle gespielt haben und sich oft in hierarchischen Beziehungen geäußert haben, gab es bereits im Mittelalter Frauen, die als erfolgreiche Unternehmerinnen tätig waren. Trotzdem wurden die soziologischen und psychologischen Ungleichheiten zwischen beiden Geschlechtern mit einem Unternehmenserfolg und den Unternehmensgründungsmerkmalen erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts verbunden.<sup>80</sup>

Zu den Gender-Theorien habe ich jene Ansätze zugeordnet, bei denen der unternehmerische Erfolg auf dem Arbeitsmarkt von den individuellen Charakterzügen und geschlechtsspezifischen Merkmalen bedingt ist und nicht vom Gewinn bestimmter Ressourcen abhängig ist. Diese Theorien (weibliches Arbeitsvermögen, Token-These und Diskriminierungsansätze) verbinden somit die gesellschaftliche Betrachtung einer Frau mit den Schwierigkeiten einer Frau, sich als eine Führungskraft oder Unternehmensgründerin durchzusetzen.

Das vorliegende Unterkapitel zu den Gender-Theorien konzentriert sich daher auf die theoretischen Ansätze, die die Konstruktion „Geschlecht“ als die Ursache der Unterrepräsentation von Frauen in Führungspositionen und als Unternehmensgründerinnen benennen.

---

<sup>79</sup> vgl. Hagl, I.: Frauen als Unternehmerinnen 2008, S. 57.

<sup>80</sup> vgl. Hagl, I.: Frauen als Unternehmerinnen 2008, S. 57ff.

### **3.2.2.1 Weibliches Arbeitsvermögen**

Der Theorieansatz des weiblichen Arbeitsvermögens wurde von Elisabeth Beck-Gernsheim und Ilona Ostner in den 1970er Jahren entwickelt.<sup>81</sup> Der Grundgedanke der Theorie ist, dass es zwei Formen der Arbeit gibt, die die geschlechtsspezifische Wahl der Arbeit und das daraus resultierende Arbeitsverhalten erklären. Beide Formen der Arbeit, Hausarbeit und Beruf, haben unterschiedliche Ansprüche und Anforderungen und brauchen dadurch ein anderes Arbeitsvermögen zu ihrer Ausübung. Daher versucht der Ansatz die untergeordnete Rolle in der Arbeitshierarchie und die niedrigere Entlohnung der Frauen zu erklären.<sup>82</sup> Um Unterschiede im Arbeitsvermögen zu erklären, werden biologische Erklärungen und die sozio-biologische Evolution herangezogen, dank denen Frauen über besseres Einfühlungsvermögen, Geduld, Empathie oder Fürsorglichkeit verfügen. Diese „weiblichen“ Eigenschaften eignen sich besonders bei Berufen wie Krankenschwester, Pflegerin, Kindergärtnerin oder Erzieherin und sind in der Regel niedriger bezahlt.<sup>83</sup>

Charakteristisch für die Hausarbeit ist, dass es keine trennbare Grenze zwischen Freizeit und Arbeitszeit und keine Entlohnung gibt, was folglich zu einer Doppelbelastung von erwerbstätigen Frauen führt. In diesem Zusammenhang werden der Hausarbeit nicht nur regelmäßige Tätigkeiten und eine mangelnde Systematisierbarkeit zugeschrieben, sondern es werden die Frauen oft als Haupt-Verantwortliche herangezogen. Die Merkmale einer Berufsarbeit können hingegen folgendermaßen beschrieben werden: gutes Zeitmanagement, Bedarf an Spezialwissen, sowie die Befriedigung von gesellschaftlichen Anforderungen und eine daraus resultierende Belohnung für die erbrachte Arbeit.<sup>84</sup>

Das Konzept versucht, durch das weibliche Arbeitsvermögen die Wahl der Branche der Unternehmensgründerinnen zu erklären. Außerdem können aus dem Ansatz folgende Punkte abgeleitet werden: Erstens, die Frauen als Unternehmensgründerinnen und Führungskräfte sind aufgrund ihrer Persönlichkeitseigenschaften unterrepräsentiert. Zweitens, bei der Gründung eines Unternehmens können spezifische Merkmale erkannt werden; z.B. Gründung von kleineren oder Ein-Personenunternehmen, kleinere Expansionsabsichten oder die Beziehungen mit den MitarbeiterInnen, die auf einem freundschaftlicheren Verhältnis

---

<sup>81</sup> vgl. Hagl, I.: Frauen als Unternehmerinnen 2008, S. 66.

<sup>82</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 43.

<sup>83</sup> vgl. Neuberger, O.: Führen und führen lassen 2002, S. 786.

<sup>84</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 43f.

aufgebaut sind. Drittens, Frauen bevorzugen ihr Unternehmen in dem Gebiet zu gründen, in dem sie schon Arbeitserfahrungen haben wo Frauen meist schon überrepräsentiert sind.<sup>85</sup>

Auch das Konzept des weiblichen Arbeitsvermögens wurde häufig kritisiert und ist empirisch schwierig nachzuweisen. Eine der durchgeführten Studien zu diesem Thema erwähnt die Unterschiedlichkeit von Ausbildungs- und Berufssystemen in verschiedenen Ländern, die die Berufswahl von Frauen stark beeinflusst. Laut Mürner ist die Wahl der Frauen und der Unternehmergründerinnen also nicht von ihren Präferenzen, sondern von ihren Möglichkeiten geprägt. Die Hausarbeit und die Orientierung auf das Familienleben ist somit nicht nur eine Ursache, sondern auch eine Folge der Unterrepräsentation von Frauen in bestimmten Berufen. Darüber hinaus können Frauen nicht als eine homogene Gruppe ohne individuelle Differenzen angesehen werden.<sup>86</sup>

### **3.2.2.2 Token-These**

Die Begriffe „Token“ und „Tokenism“ wurden zum ersten Mal von Rosabeth Moss Kanter in ihrem Werk „Men and Women of the Corporation“ 1977 in die Literatur eingeführt. Unabhängig davon, ob es sich um „Token Women“ oder „Token Men“ handelt, bezeichnet der Begriff „Token“ ein Individuum oder Personen, die ein Teil einer großen Gruppe oder einer Organisation sind, aber gegenüber den anderen Gruppenmitgliedern deutliche Unterschiede aufweisen. Diese Unterschiede werden jedoch nicht negativ betrachtet, sondern sind gewünscht.<sup>87</sup> Jungbauer-Gans definiert sie als Personen *„die sich als einzelne oder eine von wenigen in einer Gruppe befinden (hier Frauen unter Männern), wo sie durch ein askriptives Merkmal auffallen.“*<sup>88</sup>

Der physische Unterschied ist besonders sichtbar, was sowohl als ein Vorteil, als auch als ein Nachteil betrachtet werden kann. Ein Vorteil liegt vor, wenn die Auffälligkeit einen positiven Einfluss auf einen weiteren Karriereaufbau hat. Die Auffälligkeit kann jedoch auch negative Auswirkungen haben, da etwaige Fehler gleich bemerkt und kritisiert werden können. Wenn beispielsweise eine weibliche Managerin, die ein von Männern dominiertes Unternehmen

---

<sup>85</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 45f.

<sup>86</sup> vgl. Mürner, B.: Geschlechtsspezifische Berufssegregation o.J., S. 6.

<sup>87</sup> vgl. Kimmel, M.: The Gendered Society 2000, S. 189.

<sup>88</sup> Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 47.

führt, einen kleinen Fehler macht, kann es passieren, dass diese Tatsache ihrem Geschlecht zugeschrieben wird.<sup>89</sup>

Von den „Tokens“ wird ferner erwartet, dass sie höhere Leistungen erbringen und diese Leistungen werden von den Mitgliedern der dominanten Gruppe strenger beurteilt, was wiederum einen gewissen Leistungsdruck auf die „Tokens“ ausübt. Die „Tokens“ versuchen außerdem, ihr Verhalten, Entscheidungen und Reaktionen an die Erwartungen der dominanten Gruppenmitglieder anzupassen, was aber gleichzeitig ihre Individualität verdrängen kann. Je „exotischer“ die „Tokens“ sind und je größer die dominante Gruppe ist, desto stärker sind psychische Belastungen, unerwünschte Sichtbarkeit und Druck sich den Verhaltensmustern der Mehrheit anzupassen.<sup>90</sup>

Wird die Token-These bei einer Unternehmensgründung in Betracht genommen, können zahlreiche Situationen erklärt werden, denen viele Unternehmensgründerinnen gegenüber stehen, die ihr Unternehmen in einer männlich dominierten Branche gegründet haben. So können von Frauen gegründete Unternehmen, wegen einer erhöhten Sichtbarkeit, bei einem Kreditgeber gründlicher überprüft werden oder ihre Kompetenz kann von den KundInnen angezweifelt werden.<sup>91</sup>

### **3.2.2.3 Diskriminierungsansätze**

Die moderne Diskriminierungsforschung wurde von Becker 1957 gegründet und anhand dieser Theorie können verschiedene Ursachen der Diskriminierung identifiziert werden. Der Grundgedanke dieses Konzeptes ist, dass zwei Individuen, trotz gleicher Qualifizierung, wegen ihrer unterschiedlichen „Rasse“, Alter oder Geschlecht anders behandelt und bezahlt werden, was das Modell der Lohndiskriminierung zu bestätigen scheint. In diesem Fall sind die persönlichen Vorurteile und Präferenzen eines/r ArbeitgeberIn die Ursachen der Diskriminierung, da ein/e ArbeitgeberIn den diskriminierten Gruppen eine niedrigere Produktivität zuschreiben.<sup>92</sup> Ein Argument, das Beckers Diskriminierungsmodell widerlegt, ist gewisse Benachteiligung von den Unternehmen und herabgesetzte Konkurrenzfähigkeit,

---

<sup>89</sup> vgl. Henn, M.: Die Kunst des Aufstiegs 2012, S. 81.

<sup>90</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 47f.

<sup>91</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 48f.

<sup>92</sup> vgl. Sesselmeier, W./Blauermel, G.: Arbeitsmarkttheorien 1997, S. 71.

die im Endeffekt das Verschwinden der Diskriminierung verursacht.<sup>93</sup> Eine ähnliche These ist die statistische Diskriminierung, wo jedoch die geschlechtsspezifische Diskriminierung eher mit der Realitätswahrnehmung des/der ArbeitgeberIn als mit der Produktivität der ArbeitnehmerInnen in einem direkten Zusammenhang steht. Drei Bedingungen müssen erfüllt werden, damit man von einer statistischen Diskriminierung sprechen kann: Ein kleiner Informationsaufwand, mit dem die Produktivität der Arbeitskräfte festgestellt wird, z.B. offensichtliche Merkmale, wie Geschlecht oder Rasse. Andererseits ist das Messen der tatsächlichen Produktivität kostenaufwendig und die ArbeitgeberInnen haben gewisse Vorstellungen über die Produktivität der ArbeitnehmerInnen, die anhand der offensichtlichen Merkmale gemacht wurden.<sup>94</sup>

Zu den weiteren Diskriminierungskonzepten gehören die Crowding-These, die Monopolmacht eines/einer ArbeitgeberIn und die Monopson-Theorie. Der ersten These zufolge ist die Diskriminierung von Seiten des/der ArbeitgeberIn ein Grund für eine erhöhte Konzentration von Frauen in bestimmten Branchen, die dadurch meistens überfüllt sind und demzufolge weniger entlohnt werden. Das zweite Konzept betrachtet eine Monopolstellung eines/einer ArbeitgeberIn als die Ursache der nicht genügend bezahlten Arbeitsstellen. Die Monopson-Theorie wurde durch Thurow ergänzt, wobei die männlichen Arbeitnehmer ihr Wissen, ihre Kenntnisse und Erfahrungen nicht an ihre Kolleginnen weitergeben und sie dadurch diskriminieren. Außerdem sieht Thurow eine Diskriminierung nicht als einen homogenen Ansatz, sondern unterscheidet eine Diskriminierung je nach spezifischen Berufen, Lohn, unterschiedlichen Humankapital Ressourcen, Diskriminierung durch Arbeitslosigkeit, Kapitalmarkt oder Preis.<sup>95</sup>

Obwohl die Diskriminierungskonzepte meistens als eine Erklärung von Verhältnissen zwischen ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen ausdrücken, können sie auch bei Unternehmensgründerinnen verwendet werden. Von Relevanz ist dabei vor allem eine Diskriminierung durch KundInnen, wo den Unternehmensgründerinnen, in von Männern dominierten Branchen, wenig Kompetenz und Wissen zugeschrieben wird.<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 49.

<sup>94</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 50.

<sup>95</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 50f.

<sup>96</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 51f.

### 3.3 Resümee

Frauen sind seit dem Mittelalter in ihrer Erwerbstätigkeit meist unterbezahlt und als Unternehmerinnen und Selbständige unterrepräsentiert. Als Gründe dafür können gesellschaftliche Bedingungen genannt werden. Unternehmerinnen und Gründerinnen wurden jedoch vor allem seit dem Ende des 20. Jahrhunderts gefördert. Erstens von der Europäischen Union durch z.B. UN-Konventionen und zweitens durch verschiedene politische und wirtschaftliche Maßnahmen in den jeweiligen Staaten. Die wirtschaftliche und ökonomische Gleichstellung der Frau gegenüber dem Mann ist in Österreich erfolgreicher als in der Slowakei, was auf die frühere Einführung der Gleichstellungspolitik zurückgeführt werden kann.

Die Unterrepräsentation der Unternehmerinnen und der Gründerinnen kann auch im Bezug auf die geschlechtsspezifischen Unterschiede verdeutlicht werden. Die Ursprünge dieser Ungleichheiten können mit einigen theoretischen Konzepten erklärt werden. Zu diesen Konzepten zählen die ressourcenorientierten Ansätze, die einen Mangel an bestimmten Ressourcen als Ursache eines kleineren Erfolges erkennen. Das fehlende oder mangelhafte Human- und Finanzkapital der Frauen hindert sie manchmal daran, ein Unternehmen zu gründen. Laut anderen Konzepten ist eine kleinere Anzahl der Gründerinnen von Unternehmen durch die Diskriminierung aufgrund biologischer Merkmale verursacht worden.

Somit wurde der erste Unterpunkt dieser Masterarbeit: *Theoretische Diskurse zu Frauen als Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen*, bearbeitet.

Es besteht jedoch die Frage, ob die benannten Konzepte als Erklärung des kleineren Anteils der Gründerinnen auf dem Arbeitsmarkt ausreichend sind. Gleichstellungspolitik, zahlreiche politische Maßnahmen der EU und der jeweiligen Staaten, Behebung der Diskriminierung in der Ausbildung und der Berufswahl, zahlreiche Netzwerke, sowie Möglichkeiten finanzieller Förderungen erweitern den Zugang für Frauen zu Ressourcen und erleichtern eine erfolgreiche Unternehmensgründung. In meiner empirischen Forschung versuche ich deshalb herauszufinden, ob diese Konzepte einer gründlichen Überprüfung standhalten und ob die wirtschaftlichen Maßnahmen im österreichisch-slowakischen Raum die Gründungsmotivation der Frauen steigern und somit die Unterrepräsentation der Unternehmensgründerinnen bekämpfen können.

## 4. Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen

Das Thema dieses Kapitels bezieht sich auf Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen und in diesem Zusammenhang wird auch die zweite Unterfrage beantwortet:

*Sind die Schwierigkeiten, sich als eine Führungskraft in einem fremden Unternehmen durchzusetzen eine Motivation für Frauen ein eigenes Unternehmen zu gründen und welche anderen Faktoren spielen bei diesem Entscheidungsprozess noch eine wichtige Rolle?*

Um diese Frage beantworten zu können, habe ich mich in diesem Kapitel mit verschiedenen Konzepten, Theorien und Forschungsfragen zu der Unternehmensgründung von Frauen auseinandergesetzt. Da die Forschungsfrage jedoch nur nach einer empirischen Untersuchung vollständig beantwortet werden kann, habe ich eine quantitative Forschung zur Gründungsmotivation der Frauen durchgeführt.

Das Kapitel zu den theoretischen Diskursen bezüglich der Unternehmerinnen und Gründerinnen wurde systematisch aufgebaut. Im ersten Teil werden nicht nur die Anfänge des Forschungsthemas, sondern auch die ersten empirischen Studien von Ambos, Jungbauer-Gans, Ziegerer, Voigt, Wanzenböck und Döbler, sowie die neuesten Untersuchungsergebnisse geschildert. Darauf folgen Motive der Frauen zur ihrer Existenzgründung und ein Überblick über die Ergebnisse der Studien, die in diesem Forschungsgebiet durchgeführt wurden. Im Weiteren werden Merkmale und Schwierigkeiten der Gründerinnen erläutert, da sie meiner Meinung nach, in einer engen Verbindung mit der Gründungsmotivation stehen. Bei der Beschreibung der persönlichen und betrieblichen Merkmale werde ich mich unter anderem auf die empirischen Ergebnisse des „Global Entrepreneurship Monitor“ (eine statistische database) stützen, die neueste Erkenntnisse über Beschäftigungszahlen und Merkmale von Unternehmerinnen zu Tage bringen.

Der zweite Teil dieses Kapitel ist den Frauen als Führungskräften gewidmet. Da der Schwerpunkt dieser Masterarbeit nicht direkt auf den weiblichen Leiterinnen und Managerinnen liegt, werden die Kompetenzen der Führungskräfte und des weiblichen Führungsstils nicht im Detail beschrieben. Da aber das Führungspotenzial bzw. die Anreize

zur Unternehmensgründung erforscht werden, war es für mich wichtig, diese Konzepte kurz darzustellen. Design, Bearbeitung und Ergebnisse dieser Untersuchung sind das Thema des letzten Teils dieses Kapitels.

Falls nicht explizit anders erwähnt, werden in diesem Kapitel die Unternehmerinnen als die Gründerinnen verstanden, die ihr eigenes Unternehmen gegründet haben und somit selbständig tätig sind. Die Frauen, die ihr Unternehmen geerbt, gekauft oder übernommen haben, werden für die Zwecke der vorliegenden Arbeit nicht zu den Unternehmensgründerinnen gezählt.

#### **4.1 Frauen als Unternehmensgründerinnen**

Das Thema Unternehmerinnen hat sich in den 80ern des 20sten Jahrhunderts als ein Forschungsthema unter WissenschaftlerInnen etabliert. Die Studien, die zu diesem Themengebiet über Frauen als Unternehmerinnen bis zu diesem Zeitpunkt eher sporadisch waren, sind zu systematisch durchgeführten Forschungen geworden. Am Anfang standen die Weiterbildungsmöglichkeiten und die Rolle der Frau in der Politik im Vordergrund; in den 90er Jahren haben sich verschiedenste Publikationen mit der Wichtigkeit von selbständigen Frauen auseinandergesetzt.<sup>97</sup>

Die Schwierigkeiten dieses Themas zu erforschen waren vor allem die mangelnden empirischen Daten und dadurch entstandene fehlerhafte Interpretationen. Erst die rasch steigende Anzahl der Frauen, die sich selbständig gemacht haben, haben in den 1980er – 1990er Jahren aussagekräftige empirische Erhebungen ermöglicht. Die Merkmale von von Frauen gegründeten Unternehmen, die Eigenschaften sowie die psychologischen Besonderheiten der Gründerinnen sind vor allem im deutschsprachigen Raum zu einem Schwerpunkt der Erhebungen geworden.<sup>98</sup>

Folgende Forschungen haben sich mit dem potenziellen Erfolg von weiblichen Unternehmerinnen auseinandergesetzt und waren unter den Ersten, die umfangreiche empirische Studien zu Unternehmensgründerinnen durchgeführt haben:

---

<sup>97</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 57ff.

<sup>98</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 59f.

- Ambos (1989): die Ergebnisse zeigen eine positive Haltung, die Erfüllung der Erwartungen und die Zufriedenheit mit der Entscheidung, von Seiten der Frauen, sich selbständig zu machen. Als Indikator des Erfolgs wurde bei der Studie die Selbsteinschätzung gewählt.<sup>99</sup>
  
- Jungbauer-Gans (1993): Jungbauer-Gans hat als Indikatoren des Unternehmenserfolgs MitarbeiterInnenanzahl, durchschnittlicher jährlicher Beschäftigungszuwachs, Gesamtumsätze, Expansion des Betriebs, Dauer der Anlaufphase und Zukunftseinschätzungen ausgewählt.<sup>100</sup> Die Ergebnisse zeigen, dass Frauen zur Gründung eines Ein-Personenunternehmens und einer langsamen Betriebsexpansion neigen. Im Vergleich zu den Unternehmern erreichen die Unternehmerinnen einen signifikant kleineren Gesamtumsatz; eine vorherige Erfahrung in der Unternehmensbranche hat aber bei den Unternehmerinnen keinen Einfluss auf den Gesamtumsatz. Diese Ergebnisse wurden durch eine ungleiche Ressourcenausstattung der beiden Geschlechter begründet. Die Token-These spielt bei der Forschung von Jungbauer-Gans ebenfalls eine große Rolle, da die Unternehmerinnen im Vergleich zu Unternehmern meist keine positiven Majoritätseffekte in der gewählten Branche erreichen. Unter positiven Majoritätseffekten versteht man ein Phänomen bei dem die Mehrheit eines Geschlechts daraus Vorteile gewinnt.<sup>101</sup>
  
- Ziegerer (1993): der Unternehmenserfolg wurde in dieser Untersuchung am erwirtschafteten Gewinn gemessen. Die Unternehmerinnen schätzen sich selbst, bezüglich der Gewinn- und Erfolgslage, nicht so erfolgreich wie die männlichen Unternehmer ein und erzielen tatsächlich einen kleineren absoluten Unternehmensgewinn. Die Unternehmensüberlebensfähigkeit weist jedoch bei beiden Geschlechtern keine Unterschiede auf. Die gleiche Überlebensfähigkeit der neugegründeten Unternehmen, bei niedrigerem Unternehmensgewinn, wird laut Autorin mit unterschiedlichen Bestandskriterien erklärt, da die Frauen auch trotz unzureichender Deckungskosten ihr Unternehmen weiterführen.<sup>102</sup>

---

<sup>99</sup> vgl. Ambos, I.: Frauen als Unternehmerinnen 1989, zit. nach Bendl, R./Riedl, G.:Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 258.

<sup>100</sup> vgl. Jungbauer-Gans, M.: Frauen als Unternehmerinnen 1993, S. 179-182.

<sup>101</sup> vgl. Bendl, R./Riedl, G.:Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 256ff.

<sup>102</sup> vgl. Ziegerer, M.: Firmensgründung durch Frauen und Männern im Zeitablauf 1993, zit. nach Bendl, R./Riedl, G.:Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 256ff.

- Voigt (1994): als Indikator des Erfolgs wurden in dieser Studie Eigenkapitalrendite und Umsatzwachstum gewählt. Zum Zeitpunkt der empirischen Erhebung haben die Unternehmensgründerinnen durchschnittlich ein niedrigeres Eigenkapital als die Unternehmensgründer vorweisen können. Trotz dieser Tatsache und trotz einem langsameren Betriebswachstum von Unternehmen die von Frauen gegründet wurden, sind die subjektiven Einschätzungen der Zukunftsperspektiven bei beiden Geschlechtern gleich hoch.<sup>103</sup> Zusammenfassend ist laut Voigt der Unternehmenserfolg trotzdem geschlechtsneutral; es ist aber nachweisbar, dass die erfolgreichen Unternehmerinnen weniger Zeit und Engagement für ihren Haushalt investieren und umgekehrt.<sup>104</sup>
  
- Wanzenböck (1998): Wanzenböck hat sich als Ziel gesetzt, den Unternehmenserfolg mit dem Indikator „MitarbeiterInnen“ zu erforschen. Die Forschungsergebnisse zeigen ein langsames MitarbeiterInnenwachstum bei den Unternehmensgründerinnen, sowie eine niedrigere Überlebenswahrscheinlichkeit als bei den Unternehmensgründern.<sup>105</sup>
  
- Döbler (1998): die Studie von Döbler hat den Erfolg von Unternehmerinnen anhand der Ressourcenverfügbarkeit geprüft. Den Ergebnissen nach sind Humankapitalressourcen, Netzwerkressourcen sowie finanzielle Ressourcen von großer Wichtigkeit für den Aufbau und Erfolg eines Unternehmens und werden von den Frauen stärker verbraucht.<sup>106</sup> Ein Vergleich des Unternehmenserfolgs zwischen den beiden Geschlechtern steht hier nicht direkt im Mittelpunkt. Der Schwerpunkt der Untersuchung ist eher mit dem Umgang und der Verfügbarkeit von Ressourcen, Rechtsform, Unternehmensgröße und Wahl der Branche zu erklären, was dann indirekt den Unternehmenserfolg beeinflusst.<sup>107</sup>

---

<sup>103</sup> vgl. Bendl, R./Riedl, G.: Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 256ff.

<sup>104</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 261.

<sup>105</sup> vgl. Bendl, R./Riedl, G.: Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 256ff.

<sup>106</sup> vgl. Döbler, T.: Frauen als Unternehmerinnen 1998, S. 341ff.

<sup>107</sup> vgl. Döbler, T.: Theoretische Überlegungen zur Analyse von Geschlechtsspezifika von Unternehmerinnen und Unternehmern 2000, S. 319.

Die oben erwähnten Forschungen haben als Methode primär eine Zufallsstichprobe ausgewählt. Zur Erhebung wurden schriftliche Fragebogen sowie Leitfadeninterviews verwendet und die Forschungen wurden im deutschsprachigen Raum durchgeführt.<sup>108</sup>

Obwohl die oben genannten Forschungen sehr umfangreich waren und die Untersuchungsergebnisse nicht immer zum selben Schluss kamen, können bestimmte Gemeinsamkeiten abgelesen werden. Zusammenfassend kann gesagt werden: Frauen gründen grundsätzlich kleinere Betriebe mit weniger Beschäftigten und haben auch einen kleineren Gewinn, da sie andere Arten oder weniger Ressourcen einsetzen. Obwohl die Unternehmerinnen allgemein bestätigt haben, dass ihre Erwartungen an die Selbständigkeit erfüllt wurden, sehen sie die Zukunft ihres Unternehmens eher pessimistischer als die männlichen Selbständigen. Die Überlebensfähigkeit der von Frauen gegründeten Betriebe ist gleich hoch wie die von Unternehmen, welche von Männern gegründet wurden. Schlechtere Selbsteinschätzung und eine andere Verwendung von Ressourcen durch Unternehmerinnen führen zu kleineren Überlebenschancen ihrer Unternehmen.<sup>109</sup>

In den letzten 20 Jahren hat sich das Forschungsgebiet stark ausgedehnt und es wurden zahlreiche empirische Datenerhebungen zum Thema Unternehmerinnen, Unternehmensgründerinnen und „Women entrepreneurs“ durchgeführt. Die erhobenen Daten wurden in zahlreichen Statistikdatenbanken in den jeweiligen Ländern oder in den transnationalen Datenbanken von EUROSTAT (das Statistische Amt der Europäischen Union) oder dem GEM (Global Entrepreneurship Monitor) erfasst.

Die folgende Tabelle fasst den neuesten Überblick über Gründungsaktivitäten der beiden Geschlechter von 2011 zusammen. In Europa haben 10% der männlichen Population und 5,1% der weiblichen Population ein Unternehmen gegründet. Somit zählen ungefähr 15% der ganzen Population in Europa und 21,8% der Population weltweit zu GründerInnen. Der Anteil von Frauen an diesen Gründungsaktivitäten ist weltweit 37% und somit um 3 Prozent größer als in Europa.

---

<sup>108</sup> vgl. Bendl, R./Riedl, G.:Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 255.

<sup>109</sup> vgl. Bendl, R./Riedl, G.:Unternehmerinnen und Erfolg 2000, S. 260f.

**Tabelle 3: Unternehmensgründer und Gründerinnen (2011) im Global (in %)**

	Gründungen Männer	Gründungen Frauen	Anteil der Frauen an Gründungsaktivitäten
Weltweit im Durchschnitt (54 Länder)	13,5	8,3	37
Europa im Durchschnitt (26 Länder)	10,0	5,1	34

Quelle: Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, Daten von „The Global Entrepreneurship Monitor 2011“, eigene Bearbeitung

#### **4.1.1 Motivation der Frauen zur Existenzgründung**

*„Unter Motiven werden hypothetische Konstrukte zur Handlungserklärung verstanden.“<sup>110</sup>*

Da die Motivationstreiber für eine Unternehmensgründung ein Teil der empirischen Forschung dieser Masterarbeit sind, ist es Ziel dieses Kapitels nicht nur die Hintergründe zur Motivationsforschung, sondern auch die neuesten Studien zu den Motivationstreibern darzustellen.

Im Rahmen der Motivationsforschung wurden zahlreiche theoretische Konzepte vorgestellt; die wichtigsten sind in der unten angeführten Tabelle zusammengefasst. Eine der Pioniertheorien, die sich mit der Motivation der Menschen auseinandergesetzt hat, war die Pyramidentheorie von Maslow, die die Motivationstreiber je nach ihrer Wichtigkeit unterteilt hat. Herzberg hat nach einer umfangreichen Befragung, die Motivationsfaktoren in zwei Gruppen (innere Tätigkeiten und von außen kommende Motivation) geteilt. Die Theorien von Adams und Vroom konzentrieren sich dagegen auf den Entstehungsprozess der Motivation, wo sie eher auf eine individuelle Gestaltung der Motivationen eingehen.<sup>111</sup>

---

<sup>110</sup> Frech, M.: Zur ökonomischen und motivationalen Lage selbständig tätiger Frauen in Österreich 2000, S. 336.

<sup>111</sup> vgl. Frech, M.: Zur ökonomischen und motivationalen Lage selbständig tätiger Frauen in Österreich 2000, S. 336f.

\* „Gründungen Männer/Frauen“ ist ein prozentueller Anteil der GründerInnen, wo die Basis (100%) die ganze Population des jeweiligen Landes darstellt. Zum Beispiel; aus der gesamten Population von Männern in den 54 europäischen Ländern haben 13,5% ein Unternehmen gegründet und aus der gesamten Population von Frauen haben 8,3% der Frauen ein Unternehmen gegründet

Tabelle 4: Motivationstreiber

Was motiviert Menschen?				
nach Maslow	nach Herzberg	n. McClelland/ Atkinson	nach Adams	nach Vroom
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Physiologische Bedürfnisse</li> <li>• Sicherheitsbedürfnisse</li> <li>• Soziale Bedürfnisse</li> <li>• Ich-Bedürfnisse</li> <li>• Selbstverwirklichung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anerkennung</li> <li>• Arbeit selbst</li> <li>• Aufstieg</li> <li>• Entfaltungsmöglichkeiten</li> <li>• Erfolg</li> <li>• Verantwortung</li> </ul>	Streben nach: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leistung</li> <li>• Macht</li> <li>• sozialen Kontakten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wahrgenommene Ungleichgewichte in den Relationen</li> <li>eigenes Input-Output-Verhältnis im Vergleich zu dem einer Bezugsperson oder -größe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahrscheinlichkeit, ein subjektiv hoch bewertetes Ziel erreichen zu können</li> </ul>

Quelle: Frech, M.: Zur ökonomischen und motivationalen Lage selbständig tätiger Frauen in Österreich 2000, S. 337.

Andere WissenschaftlerInnen haben ihre Forschungsfelder erweitert, indem sie sich nicht nur allgemein auf die Motivationstreiber der Menschen, sondern sich auch spezifisch auf die Motivation der Unternehmensgründer und Gründerinnen konzentriert haben. Die Existenz der geschlechtsspezifischen Gründungsmotive wurde lang diskutiert und zahlreiche Forschungen weltweit haben sich als Ziel gesetzt, die typisch „männlichen“ und die typisch „weiblichen“ Motive der Existenzgründung herauszufinden.<sup>112</sup>

Die ersten geschlechtsspezifischen Gründungsmotive wurden vor allem in Nordamerika untersucht. Als die häufigsten Motive für eine Unternehmensgründung wurden folgende genannt: persönliche Befriedigung, Frustration der Unterordnung und das Bedürfnis etwas Eigenes aufzubauen. Signifikante geschlechtsspezifische Unterschiede wurden jedoch nicht festgestellt. Bei den kanadischen Untersuchungen war ein höheres Einkommen für die männlichen Selbstständigen ein stärkeres Motiv als für die Frauen. Laut den Studien, die von Sautner im britischen Raum durchgeführt wurden, waren Arbeitsplatzsicherheit und Unabhängigkeit, für die weiblichen Selbstständigen wichtiger als für die männlichen.<sup>113</sup>

<sup>112</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 146.

<sup>113</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 147f.

Im deutschsprachigen Raum wurde Mitte der 80er Jahre eine der ersten und aussagekräftigsten Forschungen zu den Gründungsmotiven von Assig et al. und Klandt durchgeführt. Geschlechtsspezifisch haben hier die Unternehmensgründerinnen folgende Gründungsmotive höher als die männlichen Unternehmensgründer eingestuft:<sup>114</sup>

„*Eigene Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen*“, „*Gewisse Abenteuerlust*“, „*Macht und Einfluss gewinnen*“, „*Positive Beispiele von Selbständigkeit bei Bekannten*“, „*Mehr Kontakte zu Menschen haben*“.<sup>115</sup>

Umgekehrt waren für die Männer wichtiger: „*Nicht für andere, sondern für sich selbst arbeiten*“, „*Erreichen eines leistungsgerechten Einkommens*“, „*Etwas Dauerhaftes schaffen*“, „*Geldanlage/Vermögensbildung*“, „*Steuerliche Vorteile*“.<sup>116</sup>

Als ein weiteres, „typisch weibliches“ Gründungsmotiv kann die Vereinbarkeit der Arbeit mit der Familie genannt werden. Wird diese Variable aus dem Sichtpunkt eines internationalen Vergleichs genommen, wird dieses Motiv bei den Unternehmensgründerinnen zehn Mal häufiger angegeben als bei den Unternehmensgründern.<sup>117</sup> Die Vereinbarkeit der Familie mit der Karriere wurde auch von Voigt in einer empirischen Studie als „weibliches“ Motiv. Im Gegensatz zu der Motivation der Unternehmensgründerinnen wird hier als „männliches“ Motiv ein hohes Einkommen festgestellt.<sup>118</sup>

Zu den wichtigsten und umfangreichsten Forschungen, die neuzeitlich durchgeführt wurden, gehört der Bericht von GEM (Global Entrepreneurship Monitor) aus 2010. In diesem Bericht wurden die Motive für die Unternehmensgründung der Frauen aus 59 Länder verglichen. Die Datenerhebungsmethode waren Interviews mit 90.000 Frauen. Die mehrjährige Entwicklung und die Änderung der Gründungsmotivation gehören ebenfalls zu einem der Forschungsschwerpunkte der Studie.<sup>119</sup>

---

<sup>114</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 149f.

<sup>115</sup> Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 149f., vgl. Klandt, H.: Das Leistungsmotiv und verwandte Konzepte als wichtige Einflußfaktoren der unternehmerischen Aktivität 1990, S. 88-96, vgl. Assig, D. et al.: Voraussetzungen, Schwierigkeiten und Barrieren bei Existenzgründungen von Frauen 1985.

<sup>116</sup> Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 149f., vgl. Klandt, H.: Das Leistungsmotiv und verwandte Konzepte als wichtige Einflußfaktoren der unternehmerischen Aktivität 1990, S. 88-96, vgl. Assig, D. et al.: Voraussetzungen, Schwierigkeiten und Barrieren bei Existenzgründungen von Frauen 1985.

<sup>117</sup> vgl. Fuchs, B.: Theoretische Begründungen und praktische Ansätze zur Ausschöpfung des Gründungspotenzials von Frauen 2011. S. 168.

<sup>118</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 168.

<sup>119</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 5f.

Die Länder wurden in der Studie in drei Gruppen, je nach ökonomischer Entwicklung und „Global Competitiveness Index“, geteilt: „*factor-driven economies*“, „*efficiency-driven economies*“ und „*innovation-driven economies*“. Die Merkmale, Unternehmensaktivitäten und Entwicklung der Gründungsmotive von den Unternehmensgründerinnen im Alter von 18-64 Jahren werden innerhalb der drei Gruppen verglichen.<sup>120</sup>

1. „*Factor-driven economies*“ – die Länder sind mit geringqualifizierten Arbeitskräften und natürlichen Ressourcen ausgestattet; z.B. die Mehrheit der Länder in Zentralasien oder Nordafrikas.<sup>121</sup>
2. „*Efficiency-driven economies*“ - die Länder verbessern die Produktqualität und Produktionseffizienz durch höhere Bildung, einen guten Arbeitsmarkt, stabile Finanzmärkte und einen breiten inländischen und ausländischen Markt; z.B. lateinamerikanische Staaten, Südafrika, China, Taiwan und Osteuropa (Bosnien, Kroatien, Serbien, Ungarn, Rumänien, Bulgarien, Russland, Tschechische Republik, Slowakei, Türkei).<sup>122</sup>
3. „*Innovation-driven economies*“ - die Länder benutzen neue Technologien und ökonomische Modelle, um neue einzigartige Produkte zu produzieren; z.B. Israel, Österreich, Deutschland, Australien, Japan, USA, Kanada, Schweiz sowie andere Länder der EU (15).<sup>123</sup>

Die Studie hat in den drei Gruppen die Motive der Unternehmensgründerinnen untersucht. Es wurden zwei Tendenzen der Unternehmensgründung festgestellt: entweder sehen die Frauen eine Unternehmensgründung als eine positive Gelegenheit, „*opportunity*“ (Möglichkeitmotiv) oder als eine Überlebensnotwendigkeit „*necessity*“ (Notwendigkeitsmotiv).<sup>124</sup> Die Merkmale von „*opportunity*“ (Möglichkeitmotiv) und von „*necessity*“ (Notwendigkeitsmotiv) können folgend beschrieben werden:

---

<sup>120</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 5f.

<sup>121</sup> vgl. Schwab, K.: The Global Competitiveness Report 2012-2013, S. 8; vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S.9.

<sup>122</sup> vgl. Schwab, K.: The Global Competitiveness Report 2012-2013, S. 8; vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S.9.

<sup>123</sup> vgl. Schwab, K.: The Global Competitiveness Report 2012-2013, S. 8; vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S.9.

<sup>124</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 6f.

Unternehmensgründung aufgrund eines Möglichkeitsmotives geht von einer innovativen Idee, freien Platz auf dem Arbeitsmarkt oder anderen Faktoren aus, die einE UnternehmensgründerIn als eine Gelegenheit betrachten. In der Literatur werden diese Motive als „pull influences“ bezeichnet. Zu den häufigsten Motiven zählen: 1. Sehnsucht, selbständig tätig zu werden, was vor allem ein Phänomen der Klein- und Mittelunternehmen ist. 2. Bemühung, eine Gelegenheit auszunutzen, die auf dem Arbeitsmarkt aufgetreten ist. 3. Transformation eines Hobbys oder vergangener Arbeitserfahrungen in eine unternehmerische Tätigkeit. 4. Finanzielle Unabhängigkeit.<sup>125</sup>

Bei einer Unternehmensgründung aufgrund eines Notwendigkeitsmotives sieht einE UnternehmensgründerIn keine andere Möglichkeit um Geld zu verdienen. Ein charakteristisches Merkmal ist es, dass es sich meist um kleine Betriebe oder Ein-Personenunternehmen handelt. Ein solches Unternehmen hat fast immer ein kleines Anfangskapital und keine oder wenige Beschäftigte. In der Literatur werden diese Motive als „push influences“ bezeichnet. Zu den häufigsten Motiven zählen: 1. Die GründerInnen werden von sich selbst oder von ArbeitgeberInnen als überflüssige Arbeitskräfte betrachtet. Das passiert vor allem in den Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit. 2. Arbeitslosigkeit oder ein unsicherer Arbeitsplatz. 3. Streitigkeiten mit dem/der vorherigen ArbeitgeberIn oder schlechte Arbeitsbeziehungen mit KollegInnen.<sup>126</sup>

Eine Unternehmensgründung aufgrund des Notwendigkeitsmotivs ist ein Merkmal von „factor-driven“ Ländern, wobei die Frauen im Vergleich zu den Männern ihr Unternehmen öfter aufgrund einer Notwendigkeit als aus einer Möglichkeit heraus gründen. In den „efficiency-driven“ Ländern haben die Frauen im Jahr 2002 eher aus Notwendigkeit heraus gegründet, 2010 war das Hauptmotiv für Gründungen jedoch bereits „opportunity“, also das Möglichkeitsmotiv, was eine Änderung der Gründungsmotivation andeutet.<sup>127</sup>

Dagegen war es in den „innovation-driven“ Ländern das „opportunity“ Motiv, das als der wichtigster Motivationsfaktor angesehen wurde. In den letzten Jahren hat sich dieser Trend jedoch geändert und Unternehmen, die aus einer Notwendigkeit heraus gegründet werden,

---

<sup>125</sup> vgl. Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, S. 37.

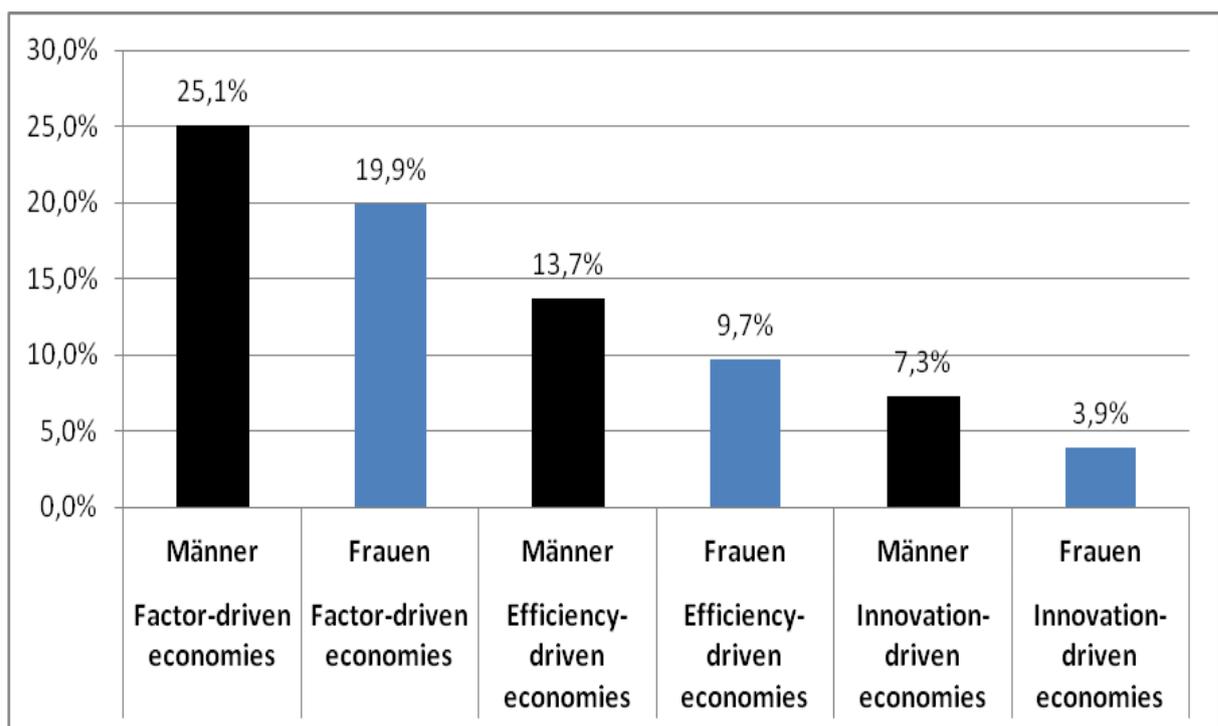
<sup>126</sup> vgl. Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, S. 38.

<sup>127</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 6f.

haben zugenommen. Diese Veränderung ist jedoch laut der Untersuchung geschlechtsunabhängig und hängt eher mit der ökonomischen Entwicklung zusammen.<sup>128</sup>

Darüber hinaus wurden im Rahmen der GEM Projekte die Gründungsaktivitäten von Frauen und Männern in allen drei Gruppen verglichen. Die Abbildung 1 zeigt, dass in allen Gruppen der Anteil der männlichen Unternehmensgründer den Anteil der Gründerinnen in den untersuchten Ländern überragt, wobei der 3,4-prozentige Unterschied bei „innovation-driven economies“ den kleinsten darstellt. In den „efficiency-driven economies“ beträgt der Unterschied zwischen den männlichen und den weiblichen UnternehmensgründerInnen 4%. In den „factor-driven economies“ gibt es um 5,2% mehr Gründer als Gründerinnen.<sup>129</sup>

**Abbildung 1: Gründungsaktivitäten (TEA – Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) von Frauen und Männern in „factor-driven“, „efficiency-driven“ und „innovation-driven“ Ländern (in %)**



Quelle: vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 19., eigene Bearbeitung

<sup>128</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 6f.

<sup>129</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 19.

## **4.1.2 Merkmale der Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen**

Folgendes Kapitel setzt sich mit den Merkmalen der Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen auseinander, da diese einen indirekten Einfluss auf die Motivation der Unternehmensgründerinnen haben. In dem ersten Unterkapitel werden die persönlichen Merkmale der Gründerinnen erläutert, wie zum Beispiel Alter und Bildung. Der zweite Teil beschreibt die betrieblichen Merkmale der Gründerinnen; in dieser Arbeit liegt der Fokus auf Größe, Rechtsform und Sektor des Unternehmens. In Kapitel 5 werden einige der Merkmale noch einmal aufgegriffen und die Charakteristik der österreichischen und slowakischen Unternehmerinnen wird verglichen.

### ***4.1.2.1 Persönliche Merkmale***

Zu den persönlichen Merkmalen der Unternehmerinnen gehören alle Eigenschaften und Charakteristika, die die Person der Unternehmensgründer oder Gründerin prägen. Die wichtigsten Merkmale sind: Alter, Ausbildung und Weiterbildung der Gründungsperson, Familienstand, Kinder, soziale Herkunft, Verwendung der Freizeit, Berufserfahrung und Persönlichkeitsmerkmale wie Durchsetzungsvermögen, Führungs- und Entscheidungsfähigkeit, Leistung oder Streben nach Unabhängigkeit.<sup>130</sup> Im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit liegt der Fokus vor allem auf Alter und Bildung.

Im Allgemeinen haben die Frauen in den einkommensstarken Ländern eine bessere Ausbildung als die Frauen in den einkommensschwachen und „factor-driven“ Ländern, in denen fast 40% der Unternehmensgründerinnen keinen Abschluss einer höheren Schulausbildung haben. Bei einem Vergleich der Unternehmensgründerinnen (Frauen, die weniger als 3 Jahren selbständig tätig sind) und der Unternehmerinnen (Frauen, die über 3 Jahre ihr eigenes Unternehmen führen) wurde festgestellt, dass die Gründerinnen eine höhere Ausbildung haben. Diese Tendenz kann damit erklärt werden, dass Frauen heutzutage allgemein einen besseren Zugang zu höherer Bildung haben und diesen auch ausnutzen.<sup>131</sup>

---

<sup>130</sup> vgl. Voigt, M.: *Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg* 1994, S. 101, 128.

<sup>131</sup> vgl. Allen, E. et al.: *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2007, Report on Women and Entrepreneurship: Executive Summary* 2007, S. 3.

Die bereits oben erwähnte Forschung von GEM aus 2010 hat die Altersgruppen der Unternehmensgründerinnen zum Zeitpunkt der Gründung in verschiedenen Typen der Länder verglichen und folgendermaßen analysiert:<sup>132</sup>

- Altersgruppe 18-24: eine hohe Anzahl der Unternehmensgründerinnen in den „factor-driven economies“, in den „innovation-driven economies“ ist diese Altersgruppe am wenigsten vertreten.
- Altersgruppe 25-34: mit fast 35% der Gründerinnen in den „factor-driven economies“ und 33% der Gründerinnen in den „efficiency-driven economies“ bildet diese Altersgruppe den größten Anteil der Unternehmensgründerinnen. In den „innovation-driven“ Ländern liegt der prozentuale Anteil dagegen nur bei 26% bei den Frauen, jedoch bei fast 30% bei den Männern.
- Altersgruppe 35-44: ist in den „factor-driven“ und „efficiency-driven“ economies die zweitgrößte Altersgruppe; in den „innovation-driven“ Ländern die größte, wo der Anteil der Unternehmensgründerinnen bei 31% liegt.
- Altersgruppe 45-54: ist mit 24% eine große Altersgruppe in den „innovation-driven“ Ländern, wo der Anteil der Unternehmensgründerinnen um fast 2% größer ist als der Anteil der Unternehmensgründer. In den „factor driven economies“ ist diese Altersgruppe nur sehr klein, was ein spiegelverkehrtes Bild zu der Altersgruppe 18-24 ergibt.
- Altersgruppe 55-64: ist die kleinste Altersgruppe in allen Ländern; vor allem in den „factor-driven economies“ bildet sie nur einen 4 prozentigen Anteil der gesamten Unternehmensgründerinnen.

In der Tabelle 2 auf der Seite 21 in der vorliegenden Masterarbeit ist der Anteil der weiblichen Selbständigen in der Europäischen Union („innovation-driven economies“) der Altersgruppe 50 – 64 fast 20% und der, der 65+ über 45%. Hier wurde jedoch eine andere prozentuelle Basis genommen und es handelt sich nicht nur um die

---

<sup>132</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 26f.

Unternehmensgründerinnen, sondern auch um Unternehmerinnen, die schon länger selbständig sind. Laut den Forschungsergebnissen des Autors gründen die Frauen in der EU ihr eigenes Unternehmen in einem höheren Alter und bleiben als Selbständige auch oft noch im Pensionsalter tätig. Geschlechtsunabhängig wird ein Unternehmen generell erst nach einer Berufserfahrung gegründet, die nicht nur das Human Kapital eines Unternehmensgründers oder einer Gründerinn erweitert, sondern auch zu einer Vergrößerung der notwendigen finanziellen Ressourcen beiträgt.<sup>133</sup>

#### **4.1.2.2 Betriebliche Merkmale**

Zu den betrieblichen Merkmalen gehören alle Merkmale, die ein Unternehmen definieren; in diesem Unterkapitel werden vor allem die Unternehmensgröße, Rechtsform und der Sektor erläutert.

Obwohl ein von Leicht et al. durchgeführter empirischer Vergleich von Unternehmerinnen aus den 1970er und 1990er Jahren gezeigt hat, dass die Frauen auch in der Vergangenheit zu Ein-Personenunternehmen geneigt haben, ist es zu einer Gründungsexpansion von kleinen Unternehmen vor allem in 1990er Jahren gekommen.<sup>134</sup> Eine weitere Analyse der Unternehmerinnen von Meyer und Harabi bestätigt diese Charakteristik der Frauen-Unternehmen. Da die Unternehmensgröße einen direkten Einfluss auf den Umsatz hat, sind die Umsätze, sowie die Investitionsmöglichkeiten kleiner. Im Vergleich zu Männern wird von den Unternehmerinnen das Einzelunternehmen als Rechtsform vor einer AG (Aktiengesellschaft) oder GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung) bevorzugt.<sup>135</sup>

Empirisch wurden folgende drei Gründe für diese Entwicklung bestätigt: Erstens ist es ein Mangel an Eigenkapital, das die Frauen zur Unternehmensgründung brauchen. Das kleinere Eigenkapital kann mit geringeren Löhnen und weniger Berufserfahrung erklärt werden. Außerdem werden die Gewinne aus der unternehmerischen Tätigkeit von Frauen eher für den Ausgleich der Verschuldung als für die Expansion eingesetzt, was zwar zu

---

<sup>133</sup> vgl. Teichgraber, M.: European Union Labour Force Survey – Annual results 2011, S. 6.;

<sup>134</sup> vgl. Leicht, R. et al.: Selbständige Frauen in Deutschland 2004, S. 12.

<sup>135</sup> Vgl. Meyer, R./Harabi, N.: Women-Power under the Microscope 2000, S. 10f.

Eigenkapitalerhöhung führt, aber den raschen Wachstum des Unternehmens verhindert, sodass viele Unternehmerinnen weiterhin zu KMU gehören.<sup>136</sup>

Zweitens richtet sich die Strategie der Frauen auf das KMU Gebiet, da die Mehrzahl der KundInnen Privatpersonen oder Klein- und Mittelunternehmen sind. Die Geschäftsstrategien, die sich auf die ausländischen oder internationalen GeschäftspartnerInnen und KundInnen richten, kommen überwiegend bei den Männern vor. Die Studie kam auch zu dem Schluss, dass die zeitliche Flexibilität und Selbstverwirklichung von den Unternehmerinnen in den Vordergrund gestellt und bei der Auswahl der Unternehmensform und Größe beabsichtigt wird.<sup>137</sup>

Mit Rücksicht auf die wirtschaftliche Domäne, wurde anhand der empirischen Untersuchungen eine Überrepräsentation der Frauen in den traditionellen „weiblichen“ Wirtschaftssektoren (z.B. Erziehung und Unterricht, Gesundheits- und Sozialwesen, Gastgewerbe) bestätigt. Diese sind vorwiegend durch eine höhere Fluktuationsrate und einen kleineren Anspruch an unternehmerische Fähigkeiten gekennzeichnet.<sup>138</sup>

Aus den vier wirtschaftlichen Sektoren (Landwirtschaft, Produktion, Business Services und kundenorientierte Dienstleistungen) wird der Bereich der Dienstleistungen von beiden Geschlechtern bevorzugt. Ungefähr eine Hälfte der Unternehmensgründer und fast drei Viertel der Unternehmensgründerinnen sind in den kundenorientierten Dienstleistungsbereichen tätig. In den „innovation-driven economies“ sind ungefähr 22% der Unternehmerinnen in Business Services (unternehmensorientierte Dienstleistungen) tätig, was um fast 14% mehr ist, als in den „factor-driven“ Ländern.<sup>139</sup>

Umgekehrt gründen nur 12% der Unternehmerinnen der „innovation-driven“ und der „efficiency-driven economies“ ihr Unternehmen in der Landwirtschaft, was um 10% weniger ist als bei den Unternehmensgründerinnen in den „factor-driven economies“.<sup>140</sup>

---

<sup>136</sup> vgl. Meyer, R./Harabi, N.: Women-Power under the Microscope 2000, S. 11.

<sup>137</sup> vgl. Meyer, R./Harabi, N.: Women-Power under the Microscope 2000, S. 12.

<sup>138</sup> vgl. Leicht, R. et al.: Selbständige Frauen in Deutschland 2004, S. 15.

<sup>139</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 24ff.

<sup>140</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 24ff.

### 4.1.3 Schwierigkeiten der Unternehmensgründerinnen und Unternehmerinnen

Eigenschaften und persönliche Einstellungen der Unternehmensgründerinnen spielen bei der Gründung eines Unternehmens eine wichtige Rolle. Bei den Unternehmerinnen mit einer negativen Einstellung und einem kleinen Selbstvertrauen sind die Gründungswahrscheinlichkeit sowie die Überlebenschancen ihres Betriebes bedeutend geringer. Vor allem das Vertrauen in die eigenen Unternehmens- und Managementfähigkeiten sind bei den Unternehmensgründerinnen im Vergleich zu den Unternehmensgründern geringer ausgeprägt.<sup>141</sup>

Als die bedeutendsten Gründungsprobleme wurden folgende Hemmungen identifiziert: „*Probleme der Fremd- und Eigenkapitalbeschaffung*“, „*Fehlende Managementenerfahrung*“, „*Hohe Arbeitsbelastung*“ und „*Fehlende Unterstützung durch Familie oder Partner*“.<sup>142</sup> Obwohl eine Kapitalbeschaffung und eine mangelnde Unterstützung geschlechtsspezifisch von den Frauen häufiger angegeben werden, sind diese Gründungsprobleme für beide Geschlechter signifikant groß und eher geschlechtsneutral eingestuft.<sup>143</sup>

Die Überlebenschancen der neugegründeten Betriebe variieren je nach dem Typ des Landes („factor-driven“, „efficiency-driven“ oder „innovation-driven“), wo ein Unternehmen gegründet wird. In den „factor-driven economies“ ist die Überlebensrate von Betrieben signifikant kleiner als in den „innovation-driven economies“. Dennoch kann nicht bestätigt werden, dass die Unternehmensgründerinnen in den „factor-driven economies“ mehr Gründungsproblemen haben, da ein Abbruch einer selbständigen Unternehmenstätigkeit nicht als eine negative Tatsache angesehen werden kann. Als Gründe für einen Abbruch der Unternehmenstätigkeit werden meist folgende genannt: Möglichkeit zum Verkauf, erfolgloses Unternehmen, finanzielle Probleme, bessere Arbeitsmöglichkeiten, Pension, persönliche Anlässe oder Zufall. Geschlechtsspezifisch haben mehr Frauen finanzielle Probleme und persönliche Anlässe angegeben, wobei bei Männern Möglichkeit zum Verkauf und bessere Arbeitsmöglichkeiten hervorstechen.<sup>144</sup>

---

<sup>141</sup> vgl. Fuchs, B.: Theoretische Begründungen und praktische Ansätze zur Ausschöpfung des Gründungspotenzials von Frauen 2011. S. 168.

<sup>142</sup> Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 174.

<sup>143</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 174.

<sup>144</sup> vgl. Kelley, D. et al.: 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide 2010, S. 32f.

## 4.2 Frauen als Führungskräfte

Als ein wichtiger Exkurs wird in diesem Unterkapitel auf die weiblichen Führungskräfte eingegangen, da die Gründungsmotivation in einem Zusammenhang mit der Führung eines Unternehmens ein beachtlicher Teil der vorliegenden Arbeit ist. Der Begriff „Führung“, die Kompetenzen einer Führungskraft, die theoretischen Diskurse zur Frage nach der Existenz eines „weiblichen Führungsstils“ und die Maßnahmen zur Inkorporation der Frauen als Führungskräfte werden im Folgenden erläutert.

### 4.1.1 Führung

Zum Thema Führung wurden bereits zahlreiche Publikationen veröffentlicht, der Begriff hat jedoch keine eindeutige Definition und kann unterschiedlich beschrieben werden, je nachdem, welche Aspekte in die Definition miteinbezogen werden, z.B.:

*„Führung ist die zielbezogene Beeinflussung in einem sozialen Gebilde“<sup>145</sup>*

*„Führung wird als zielorientierte, wechselseitige und soziale Beeinflussung zur Erfüllung gemeinsamer Aufgaben in und mit einer strukturierten Arbeitssituation definiert. Sie vollzieht sich zwischen hierarchisch unterschiedlich gestellten Personen.“<sup>146</sup>*

*„Leadership is inherently a group rather than individual phenomenon. It is widely understood as the process of social influence through which a group member’ enlists and mobilizes the aid of others in the attainment of a collective goal.“<sup>147</sup>*

Beim Begriff Führung kann man diesbezüglich über zwei Komponenten sprechen: MitarbeiterInnen und Aufgaben. Bei der Orientierung von einem/r UnternehmerIn auf die Aufgaben bezieht sich die Führung auf Maximierung des Gewinnes, Zielsetzung, Planung

---

<sup>145</sup> Woll, A. 2000 zit. nach Kleinert, C.: Frauen an der Spitze 2007, S. 27.

<sup>146</sup> Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit 2000. S. 19.

<sup>147</sup> Chemers, M.M.: Leadership effectiveness 2001, S. 376.

oder Kontrolle; bei der Orientierung auf die MitarbeiterInnen sind die Ziele einer Führung Motivation oder Lenkung.<sup>148</sup>

Führung wird auf jeder Ebene und auf jeder Hierarchiestufe von einer Person oder einer Gruppe ausgeübt und abhängig von der Führungsebene werden die Führungskräfte als GruppenleiterIn, ManagerIn oder Abteilungs- oder GeschäftsleiterIn genannt.<sup>149</sup> Demzufolge kann eine Führungskraft als ein/e LeiterIn definiert werden, der/die „eine Weisungsbefugnis über die Arbeitszeit“ von anderen MitarbeiterInnen hat. Eine Führung fasst daher auch eine fachliche Leitung bei Projekten oder eine Betreuung und Überwachung eines/r PraktikantIn mit ein.<sup>150</sup>

#### **4.1.2 Kompetenzen der Führungskräfte**

Geschlechtsunabhängig werden von den Führungskräften bestimmte Kompetenzen erwartet, die ihnen ermöglichen ihre Aufgaben zu erfüllen. Die Anforderungen unterscheiden sich laut Oswald Neuberger aufgrund von Funktion, Unternehmensgröße, Ebene, Branche und Technologie des Unternehmens. Als die allgemeinen Ansprüche an die Führungskräfte werden folgende Fähigkeiten anerkannt: Teamarbeit, Kreativität, Bereitschaft zur Weiterbildung, interkulturelle Kompetenzen, Flexibilität, Konfliktmanagement und Kommunikation. Die Kommunikation ist nicht nur wichtig im Sinne von Informationsgewinn durch Gespräche, sondern auch in Bezug auf das Zuhören, Evaluieren und Bewerten von MitarbeiterInnen. Des Weiteren spielen auch Innovationsvorschläge und Realisierung, sowie gute Vermittlungsfähigkeiten eine bedeutende Rolle.<sup>151</sup>

Vor allem die Flexibilität, Team- und Lernfähigkeit waren bereits 2000 nach einer empirischen Untersuchung von der „Werkstatt für Organisations- und Personalforschung“ in der Liste der wichtigsten Fähigkeiten. Schon damals wurden diesen Fähigkeiten den Schätzungen zufolge eine große Zukunftsperspektive zugeschrieben, was durch spätere Studien als richtig bestätigt wurde. Dieselbe Untersuchung der „Werkstatt für Organisations- und Personalforschung“ hat weiterhin einen „Bedeutungswandel des Führungsverhaltens“ für

---

<sup>148</sup> vgl. Westerholt, B.: Frauen können führen 1995, S. 53f.

<sup>149</sup> vgl. Kleinert, C.: Frauen an der Spitze 2007, S. 27.

<sup>150</sup> vgl. Grannemann, U.: Führung: Definition und Begriffe o.J., S. 2.

<sup>151</sup> vgl. Neuberger, O.: Führen und führen lassen 2002, zit. nach Henn, M.: Die Kunst des Aufstiegs 2012, S. 29ff.

2010 prognostiziert, wo die Führungskräfte ihre Leistung erhöhen, indem sie mehr „ergebnisorientiert“ und „leistungsorientiert“ sind. Umgekehrte Charaktereigenschaften wie „autoritativ“, „manipulativ“ oder „laissez-faire orientiert“ verlieren an Bedeutung.<sup>152</sup>

Laut den Stellungen von anderen WissenschaftlerInnen, die sich mit der Problematik der Führung beschäftigen, sind die wichtigsten Eigenschaften der Führungskräfte vor allem „Influence“ (Einfluss), „Trust“ (Vertrauen), „Fairness (Gerechtigkeit) und „Charisma“ (Ausstrahlung). Einflussreiche Führungskräfte sind von großer Bedeutung, da sie andere MitarbeiterInnen zu Handlungen motivieren und sicherstellen, dass die neuen Ideen verfolgt und verwirklicht werden. Die MitarbeiterInnen folgen ihren Führungskräften umso leichter, umso größer das Vertrauen in Erfolg und Profit von einem Projekt ist oder von einer neuen Idee. Die Gerechtigkeit und Ausstrahlung der Führungskräfte versichern, dass die Gruppenmitglieder ihre Aufgaben bestmöglich erfüllen und Inspirationsbildung in der Gruppe gefördert wird.<sup>153</sup>

#### **4.1.3 Weiblicher Führungsstil**

Die Existenz und die Charakteristika eines „typisch weiblichen Führungsstils“ wurden von WissenschaftlerInnen und ForscherInnen lange diskutiert. Was zeichnet einen weiblichen Führungsstil aus, kann er überhaupt geschlechtsspezifisch abgegrenzt werden? Seine potenziellen Einflüsse auf einen Unternehmenserfolg wurden bereits in den 60er Jahren von WissenschaftlerInnen in den USA erforscht. Laut den Ergebnissen sind Frauen in den Führungspositionen unterrepräsentiert, weil sie „Defizite“ an gewissen Führungseigenschaften aufweisen, die im gegebenen Kulturkreis von einer Führungskraft erwartet werden.<sup>154</sup>

Die ersten Erklärungen für dieses „Defizit“ hatten ihre Grundlage in den evolutionsbiologischen Annahmen, wo davon ausgegangen wird, dass unterschiedliche Gehirnstrukturen bei Frauen und Männern unterschiedliche Verhaltensmuster in Bezug auf Problemlösungen hervorrufen. Das weibliche limbische System verursacht, dass bei den Frauen symbolische Kommunikation, Problemverständnis und Emotionen stärker entwickelt

---

<sup>152</sup> vgl. Matiaske, W. et al.: Anforderungen an Spitzenführungskräfte 2002, S. 14 – 17.

<sup>153</sup> vgl. Platow, M. et al.: Leadership as the Outcome of Self-Categorization Processes 2003, S. 36.

<sup>154</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 210ff.

sind. Dagegen sind die Männer eher an einer Problemelimination orientiert. Dieses unterschiedliche Krisenmanagement wirkt sich auf das Konkurrenzverhalten und die Selbstdarstellung aus. Außerdem werden den männlichen Führungskräften die Eigenschaften wie „Neugier“, „Rivalität“ und „Dominanzstreben“ zugeschrieben.<sup>155</sup> Die evolutionsbiologischen Annahmen werden als ein Teil der Differenztheorie betrachtet, die besagt, dass Frau und Mann nicht gleich sind.<sup>156</sup> Differenztheorie ist auch heute noch in der wissenschaftlichen Literatur vorherrschend und schreibt den weiblichen Führungskräften „besondere kommunikative Fähigkeiten“ zu.<sup>157</sup>

Ein „*geschlechtsspezifischer weiblicher Führungsstil*“ kann daher als „*partizipativ, kommunikativ und mitarbeiterorientiert*“ charakterisiert werden.<sup>158</sup>

Andere WissenschaftlerInnen stellen die Existenz einen „typischen weiblichen Führungsstils“ in Frage, da ein Führungsstil nicht eindeutig „männlich“ oder „weiblich“ definiert werden kann und dadurch nicht empirisch nachweisbar ist.<sup>159</sup> Diese Annahmen werden der Gleichheitstheorie zugeteilt, laut der Frauen und Männer gleich sind. Die Unterrepräsentation der weiblichen Führungskräfte wird von den VertreterInnen der Gleichheitstheorie durch strukturelle Barrieren und andere Förderungsmethoden erklärt.<sup>160</sup>

Laut einer dritten Theorie ist der weibliche Führungsstil ein Konstrukt eines Kulturkreises. Die Unterrepräsentation der Frauen in den Top-Management Positionen wird durch soziale Konstruktionen erklärt, wie z.B.: „Glass Ceiling“, „Token Woman“ (vgl. Kap. 3.2.2.2), oder „Think Manager – Think Male“.<sup>161</sup> Laut der „Think Manger – Think Male“ These bilden die Vorurteile eine Erklärungsbasis für den kleinen Anteil von Frauen in den Führungspositionen.<sup>162</sup> Das Phänomen „Glass Ceiling“ oder „Gläserne Decke“ schildert die Schwierigkeiten von Frauen in Führungspositionen zu kommen als eine unsichtbare Barriere,

---

<sup>155</sup> vgl. Eltaewa, A. et al.: Frauen in Führungspositionen 2002, S. 37ff.

<sup>156</sup> vgl. Henn, M.: Die Kunst des Aufstiegs 2012, o.S.

<sup>157</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 212.

<sup>158</sup> Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 212.

<sup>159</sup> vgl. Voigt, M.: Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg 1994, S. 212.

<sup>160</sup> vgl. Henn, M.: Die Kunst des Aufstiegs 2012, o.S.

<sup>161</sup> vgl. Henn, M.: Die Kunst des Aufstiegs 2012, o.S.

<sup>162</sup> vgl. Hannover, B./Kessels, U.: Erklärungsmuster weiblicher und männlicher Spitzen-Manager zur Unterrepräsentation von Frauen in Führungspositionen 2003, S. 198.

die die motivierten und hochqualifizierten Kandidatinnen einer Spitzenposition überwinden müssen.<sup>163</sup>

Als einer der Gründe für Probleme beim Karriereanstieg einer Frau von einem Job im Mittelmanagement zu einer Top-Management Position wurde ein höheres Risiko der Fluktuation wegen familiären Verpflichtungen benannt. Mehrere empirische Forschungen, unter anderem von Osterloh, haben die Existenz der „gläsernen Decken“ widerlegt. Erstens wurde keine höhere Fluktuation der weiblichen Führungskräfte bestätigt. Zweitens sind die Frauen im Vergleich zu den Männern an den vergleichbaren Positionen leistungsfähiger, da sie mehr Einsatz zeigen müssen, um eine Spitzenposition zu bekommen.<sup>164</sup>

Ferner wurde von den VertreterInnen der Differenztheorie bewiesen, dass das Einsetzen eines weiblichen Führungsstiles zum Erfolg eines Unternehmens beitragen kann. Die weiblichen Führungskräfte werden oft als teamorientiert, sowie MitarbeiterInnen- und KundInnenorientiert charakterisiert. Im Gegensatz zu ihren männlichen Kollegen, die eher eine gesellschaftliche Anerkennung und persönliche Ziele verfolgen, konzentriert sich eine weibliche Unternehmensführung mehr auf die Unternehmensziele.<sup>165</sup>

Um den Mangel an Frauen in den Führungspositionen aufzuheben, wurden zahlreiche Maßnahmen eingeführt. Als ein Beispiel können die Maßnahmen der EU genannt werden, die Einhalten einer bestimmten Frauenquote in den Firmen verlangen. Manche Staaten haben diese Quote in die eigene Legislative eingebaut; in anderen Ländern ist diese Quote vor allem in Staatsbetrieben einzuhalten.<sup>166</sup> Trotz aller Bestimmungen und Anordnungen steigt der Anteil der weiblichen Führungskräfte nur langsam: von 0,1% bis 1,7% im Jahr 2011. Die folgende Abbildung zeigt die genaue jährliche Steigerung in der letzten 10 Jahren (2003 – 2012).<sup>167</sup>

---

<sup>163</sup> vgl. Osterloh, M./Littmann-Wernli, S.: Die „gläserne Decke“: Realität und Widersprüche 2000, S. 125.

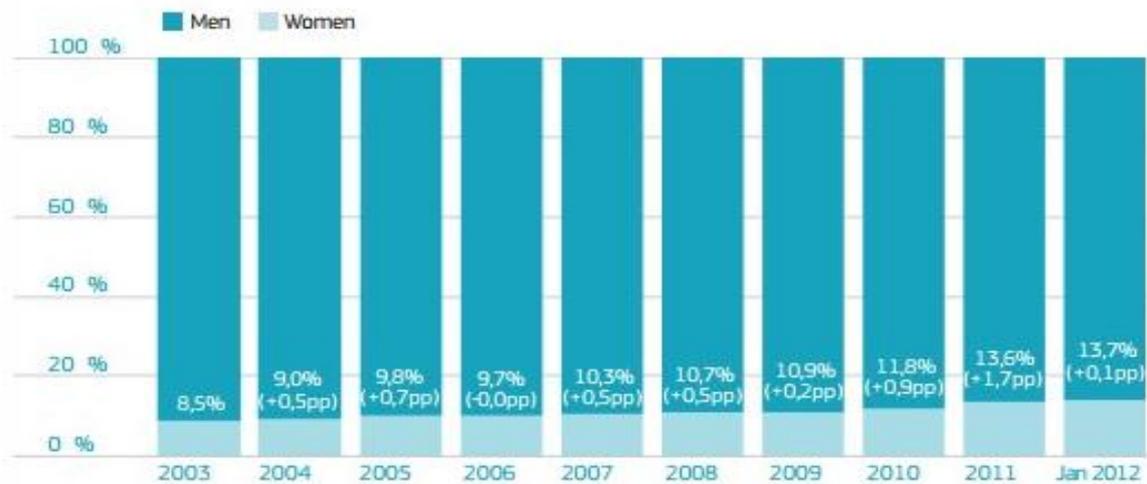
<sup>164</sup> vgl. Osterloh, M./Littmann-Wernli, S.: Die „gläserne Decke“: Realität und Widersprüche 2000, S. 137.

<sup>165</sup> vgl. Bischoff, S.: Unternehmenserfolg durch Frauen an der Spitze: Mehr Frauen = mehr Erfolg? 2000, S. 395.

<sup>166</sup> vgl. European Commission: Women in economic decision-making in the EU: Progress report 2012, S. 13f.

<sup>167</sup> vgl. European Commission: Women in economic decision-making in the EU: Progress report 2012, S. 10.

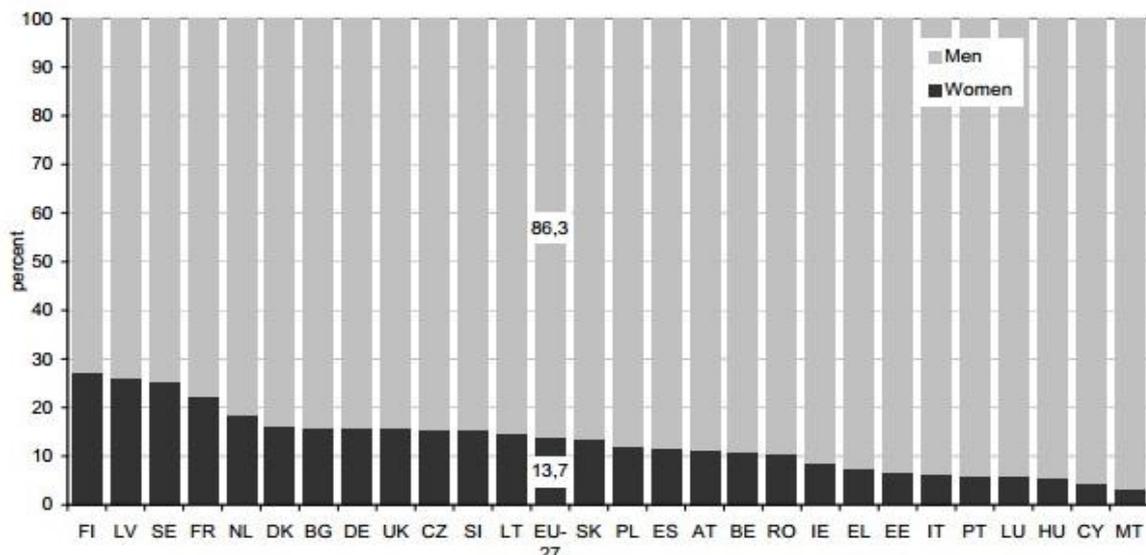
**Abbildung 2: Frauen und Männer in der Führungspositionen in der EU (2003-2012)**



Quelle: European Commission: Women in economic decision-making in the EU: Progress report 2012, S. 10

In der Abbildung 2 ist deutlich abzulesen, dass der prozentuelle Anteil der Frauen in den Führungspositionen 2012 in der EU 13,7% war, was im Vergleich zum Jahr 2003 eine Steigerung um nur 5,7% innerhalb von 10 Jahren darstellt. In der Abbildung 3 wurde die Situation in den verschiedenen EU Staaten zu vergleichen. Die Slowakei hat mit 13,6% einen höheren Anteil an weiblichen Führungskräften als Österreich mit ungefähr 11,5%.<sup>168</sup>

**Abbildung 3: Frauen und Männer in Führungspositionen in den einzelnen Staaten der EU (2012)**



Quelle: European Commission: Progress on equality between women and men in 2011 2012, S.11

<sup>168</sup> vgl. European Commission: Progress on equality between women and men in 2011 2012, S.11

### **4.3 Empirische Untersuchung der Motivation der Gründerinnen**

Im Kapitel 4 wurden die Ansätze und Forschungen zu den Unternehmensgründerinnen erläutert. Zahlreiche Untersuchungen haben bestätigt, dass Frauen eine andere Motivation für eine Unternehmensgründung haben als Männer. Die Vereinbarkeit von Familie und Arbeit ist für Frauen eine deutlich stärkere Motivation selbständig tätig zu werden. Es wurde bewiesen, dass Frauen einen anderen Führungsstil haben und dass sie Schwierigkeiten haben, sich in den Top-Management Positionen zu etablieren. Aus diesem Grund ist der Anreiz von Frauen, eine Führungskraft zu werden, als potenzielle Motivation zur Unternehmensgründung zu betrachten.

Einige Merkmale der von Frauen gegründeten Unternehmen, wie die geringe Größe der selbigen, haben weltweit eine ähnliche Tendenz. Alter von Gründerinnen, Gründung aus „necessity“ oder „opportunity“ sind die Merkmale von Gründerinnen, die vom ökonomischen Stand der Länder abhängig sind und deswegen Unterschiede aufweisen können und die in meiner Arbeit auch beforscht wurden.

In dem folgenden Kapitel werden diese theoretischen Hintergründe mit den Ergebnissen meiner empirischen Untersuchung verglichen. Da die Motivation zur Unternehmensgründung einen direkten Zusammenhang mit den Problemen der Unternehmensgründerinnen und den fördernden Maßnahmen hat, werden diese mit einbezogen. Um die Motivation von möglichst vielen Gründerinnen oder potenziellen Gründerinnen herauszufinden, habe ich als Erhebungsmethode die quantitative Untersuchung gewählt.

#### **4.3.1 Methodisches Design und Erhebungsverfahren**

Als die Methode der quantitativen Erhebung habe ich Selektives Sampling ausgewählt. Selektives Sampling bedeutet, dass die Auswahlkriterien für das Sampling schon im Vorhinein festgelegt werden, um das Untersuchungsfeld genauer bestimmen und abgrenzen zu können.<sup>169</sup>

---

<sup>169</sup> vgl. Schirmer, D.: Empirische Methoden der Sozialforschung 2009, S. 114.

Das erste soziodemographische Merkmal das bei der Untersuchung festgelegt wurde war die Variable „Geschlecht“. Das zweite Merkmal war die Teilnahme an „*Regionfemme*“, das die Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen unterstützt. Somit wurden die Frauen angesprochen, die ein Unternehmen gegründet haben, gründen wollen, oder auch die Frauen, die zwar ursprünglich selbständig sein wollten, aber ihre Meinung geändert haben und kein Unternehmen mehr gründen wollen. Das dritte vorgegebene Merkmal war slowakische oder österreichische Staatsangehörigkeit.

Die Fragen wurden nach der Durchführung und Auswertung der Interviews mit den Leiterinnen von „*Regionfemme*“ formuliert. Die Projektbeschreibung sowie die genaue Auswertung von den Interviews folgen im Kapitel 5. Im Weiteren stützt sich die Fragenformulierung auf meine Forschungsfrage und vorherige Literaturrecherche. Da ich den Einfluss von bestimmten Faktoren beforschen will und mich für geschlossene Fragen entschieden habe, kann nur eine bestimmte Bandbreite an Antworten ausgewählt werden. Die deutsche und die slowakische Version des Fragebogens sind im Anhang nachzulesen.

Der Entwurf des Fragebogens wurde an zwei Unternehmensgründerinnen geschickt, um die Verständlichkeit des Fragebogens testen zu können und nach diesem erfolgreichen Pre-Test wurden die Fragen im Fragebogen präzisiert. Da der Fragebogen an die Frauen mittels einer Funktion von „Google Doc“ online geschickt wurde, habe ich den Fragebogen für die meist verwendeten Webbrowser erfolgreich getestet.

Die Ergebnisse der Erhebung wurden in SPSS bearbeitet, weil sich dieses Programm sehr gut zur Bearbeitung von statistischen Daten eignet. Zur Auswertung wurden vor allem die Funktionen von Häufigkeitsanalysen verwendet und bei mehreren Antwortmöglichkeiten wurden sie mit der Funktion von Kreuztabellen ergänzt. Die zusätzlichen graphischen Darstellungen wurden in Excel gemacht.

### 4.3.2 Analyse der erhobenen Daten

Die Daten meiner empirischen Studie stützen sich auf die Analyse von Fragebögen von insgesamt 50 Befragten; 27 aus Österreich und 23 aus der Slowakei. Die Tabelle 5 stellt die unternehmerische Tätigkeit der Frauen dar. Lediglich 14% der Frauen wollen kein Unternehmen gründen und 20% sind sich nicht sicher, ob sie ein Unternehmen gründen wollen. Die restlichen 66% der Befragten sind bereits selbständig, in der Gründungsphase oder wollen innerhalb eines Jahres ein Unternehmen gründen, was auf eine starke unternehmerische Tätigkeit der befragten Frauen hindeutet.

**Tabelle 5: Unternehmerische Tätigkeit der Befragten**

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja, ich bin über 3 Jahre selbständig	16	32,0
	Ja, ich bin weniger als 3 Jahre selbständig	9	18,0
	Ich bin gerade in der Gründungsphase	1	2,0
	Nein, aber ich habe vor, innerhalb eines Jahres ein Unternehmen zu gründen	7	14,0
	Nein, ich bin nicht sicher, ob ich ein Unternehmen gründen werde	10	20,0
	Nein, und ich plane es auch nicht	7	14,0
	Gesamt	50	100,0

Quelle: Auswertung von Fragebögen, eigene Bearbeitung

Die analysierten soziodemographischen Merkmale waren außer Nationalität noch Erwerbslage, Ausbildung und Alter. Die Analyse der Erwerbslage zeigt, dass die befragten Frauen überwiegend zu folgenden Gruppen gehören: Selbständige (42%), abhängig Erwerbstätige (28%) und Studentinnen (22%). Die restlichen 8% sind Frauen in der Pension, in Karenz oder derzeit auf Arbeitssuche. Bei dem höchst erreichten Schulabschluss hat die Mehrheit der Frauen einen Hochschulabschluss (64%) oder die Matura (30%).

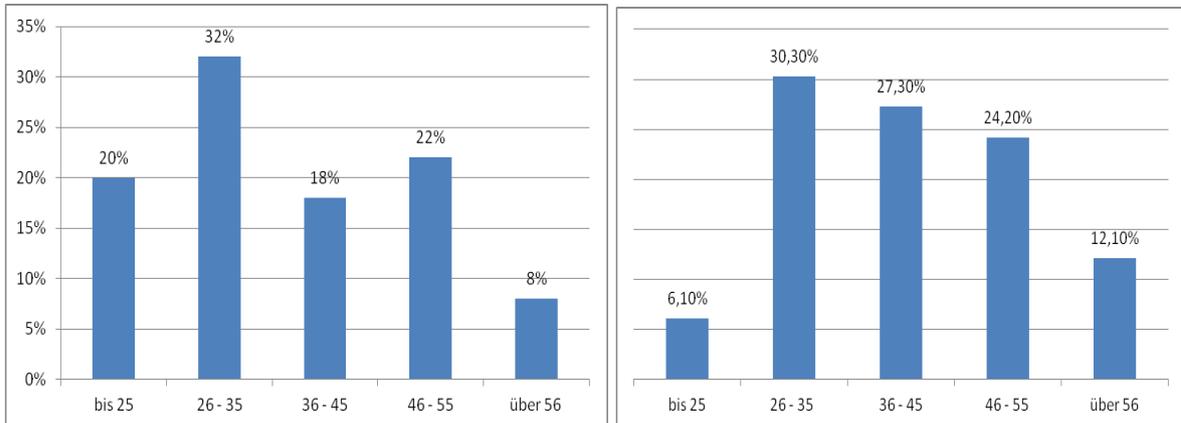
Die Abbildung 4 zeigt anschließend die Altersgruppen der Befragten, wobei die Gruppe der Frauen im Alter von 26-35 Jahren die größte Gruppe darstellt und Frauen bis 25 Jahre die zweitgrößte Gruppe in der rechten Abbildung und drittgrößte Gruppe in der linken Abbildung ist. Der rechte Teil der Abbildung zeigt nur die Frauen, die aktiv unternehmerisch tätig sind; schließt also die Frauen aus, die kein Unternehmen gründen wollen oder sich nicht sicher sind, ob sie in der Zukunft selbständig werden. Die Gruppe der Frauen bis 25 Jahre ist in

diesem Fall die kleinste und der Unterschied zwischen den Altersgruppen ist wesentlich kleiner. Die Gruppe der Frauen im Alter von 26-35 Jahren ist auch bei diesem Vergleich die größte.

**Abbildung 4: Altersgruppen der Befragten im Vergleich zu der unternehmerischen Tätigkeit**

Links – alle Befragte

Rechts – nur Selbständige



Quelle: eigene Bearbeitung

Da der Schwerpunkt der Untersuchung die Gründungsmotive der Frauen waren, listet die Tabelle 6 die möglichen Gründungsmotive und derer Häufigkeit, sowie einen Vergleich zwischen Österreich und der Slowakei auf.

**Tabelle 6: Gründungsmotive der Befragten**

		Antworten		Land		Land	
		N	Prozent	AT	SR	AT	SR
Die meist genannten Gründungsmotive <sup>a</sup>	Ausweg aus Arbeitslosigkeit	8	6,0%	3	5	37,5%	62,5%
	Vereinbarung Familie und Arbeit	18	13,4%	9	9	50%	50%
	Spaß	34	25,4%	21	13	61,8%	38,2%
	Führungskraft	2	1,5%	2	0	100%	0%
	Diskrimination Geschlecht	1	,7%	0	1	0%	100%
	Diskrimination Alter	7	5,2%	3	4	42,9%	57,1%
	Diskrimination Ausbildung	2	1,5%	2	0	100%	0%
	Realisierung von Visionen	28	20,9%	18	10	64,3%	35,7%
	Finanzielle Sicherheit	7	5,2%	3	4	42,9%	57,1%
	Nachhaltigkeit	9	6,7%	6	3	66,7%	33,3%
	Fähigkeiten präsentieren	12	9,0%	8	4	66,7%	33,3%
	Erfolg von Familienmitglieder	6	4,5%	3	3	50%	50%
	<b>Gesamt</b>		<b>134</b>	<b>100,0%</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	

Quelle: eigene Bearbeitung

Sowohl in Österreich als auch in der Slowakei wurden folgende Faktoren als die größten Anreize zur Unternehmensgründung genannt: eine Tätigkeit ausüben, die Spaß macht (25,4%), Realisierung von Visionen (20,9%), Vereinbarkeit von Familie und Arbeit (13,4%) und die Möglichkeit, eigene Fähigkeiten zu präsentieren (9%). Es wurden keine eindeutigen Unterschiede zwischen den Gründerinnen in beiden Ländern festgestellt.

Außerdem wurden die Befragten aufgefordert anzukreuzen, ob sie die Gründung eines Unternehmens als eine Notwendigkeit (negativ) oder eine Möglichkeit (positiv) betrachten. 70% aller Befragten schätzen eine Unternehmensgründung positiv ein und 30% der befragten Frauen haben ein Unternehmen aus einer Notwendigkeit heraus gegründet oder würden ein Unternehmen aufgrund einer Notwendigkeit gründen.

Die Tabelle 7 bietet einen Überblick über die slowakischen und österreichischen Gründerinnen. Obwohl das Möglichkeitsmotiv in den beiden Ländern überwiegend vertreten ist, wurde bei den slowakischen Gründerinnen das Notwendigkeitsmotiv verhältnismäßig häufiger genannt als bei den österreichischen Gründerinnen. 77,8% der Österreicherinnen betrachtet eine Unternehmensgründung als „opportunity“, wobei nur 60,9% der Slowakinnen dieses Motiv benannt haben.

**Tabelle 7: Gründungsmotive in der Slowakei und in Österreich in %**

	<b>Positive</b>	<b>Negative</b>	<b>Anzahl der Befragten</b>
<b>Österreich</b>	77,8	22,2	27
<b>Slowakei</b>	60,9	39,1	23

Quelle: eigene Bearbeitung

Außerdem wurden die Frauen befragt, was ihrer Meinung nach die größten Probleme bei der Gründung sind und welche fördernden Maßnahmen sie sich wünschen würden. In der Tabelle 9 sind die häufigsten Probleme bei einer Unternehmensgründung: wenig Kapital (28,8%), wenig Informationen und die Angst vor dauerhafter Verschuldung (jeweils 21,2%), wenig Ausbildung (14,4%), keine Unternehmensidee (9,6%) und wenig Vertrauen in eigene Fähigkeiten (4,8%).

Als fördernde Maßnahme war eine finanzielle Unterstützung mit 33% die meist gewünschte. Verhältnismäßig werden in Österreich mehr Kinderbetreuungsplätze gewünscht und in der Slowakei vor allem Änderungen durch den Gesetzgeber verlangt. Diese Tendenz ist bereits nach der Durchführung der Expertinneninterviews sichtbar geworden.

**Tabelle 8: Probleme bei der Gründung**

		Antworten		Land		Land	
		N	Prozent	AT	SR	AT	SR
Die meist genannten Gründungsprobleme <sup>a</sup>	Wenig Kapital	30	28,8%	17	13	56,7%	43,3%
	Wenig Informationen	22	21,2%	15	7	68,1%	31,9%
	Wenig Vertrauen	5	4,8%	0	5	0%	100%
	Keine Unternehmensidee	10	9,6%	5	5	50%	50%
	Kein Rückkehr von Investitionen	22	21,2%	13	9	59%	41%
	Wenig Ausbildung	15	14,4%	11	4	73,3%	26,7%
Gesamt		104	100,0%	27	27		

Quelle: eigene Bearbeitung

**Tabelle 9: Gefragte fördernde Maßnahmen**

		Antworten		Land		Land	
		N	Prozent	AT	SR	AT	SR
Fördernde Maßnahmen für Unternehmerinnen <sup>a</sup>	Kinderbetreuungsplätze	10	10,6%	8	2	80%	20%
	Weiterbildungsmöglichkeiten	14	14,9%	6	8	42,9%	57,1%
	Zugang zu Informationen	17	18,1%	9	8	53%	47%
	Änderungen durch Gesetzgeber	22	23,4%	8	14	36,4%	63,6%
	Finanzielle Unterstützung	31	33,0%	17	14	54,8%	45,2%
Gesamt		94	100,0%	27	23		

Quelle: eigene Bearbeitung

### 4.3.3 Datenauswertung

Die Erhebung der Fragebögen hatte das Ziel, die zweite Forschungsfrage zu beantworten:

*Sind die Schwierigkeiten, sich als eine Führungskraft in einem Unternehmen durchzusetzen eine Motivation für Frauen ein eigenes Unternehmen zu gründen und welche anderen Faktoren spielen bei diesem Entscheidungsprozess noch eine wichtige Rolle?*

Bei der Befragung wurden folgende Anreize als die wichtigsten genannt: Realisierung von Visionen, etwas machen, was Spaß bringt, Vereinbarkeit von Familie und Arbeit und Präsentation eigener Fähigkeiten. Lediglich 1 Frau (1,5% der befragten Frauen) hat angegeben, dass sie sich als eine Führungskraft durchsetzen wollen und das dies ihre Motivation zur Gründung ist.

Bei dem Entscheidungsprozess spielen auch andere Faktoren eine wichtige Rolle, wie z.B. die Reichweite der passenden fördernden Maßnahmen, Unterstützung durch den Staat, finanzielle Lage, Zugang zu Informationen und die Möglichkeit der Weiterbildung.

Einige Frauen, die überlegt haben ein Unternehmen zu gründen, haben ihre Meinung geändert. Dies betrifft vor allem Frauen in der Altersgruppe bis 25 Jahre. Nur wenige der befragten Frauen gehören zur Altersgruppe über 45 Jahre. Lediglich bis zu 2% der Frauen gaben Arbeitslosigkeit und Diskrimination aufgrund ihres Alters, Geschlechts oder ihrer Ausbildung als Gründungsmotiv an. Die Unterrepräsentation älterer Frauen kann jedoch auch dadurch erklärt werden, dass die Befragung online durchgeführt wurde und dadurch ein Teil der befragten Gruppe abgeschreckt wurde.

## **5. Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen im österreichisch-slowakischen Raum**

In den vorherigen Kapiteln wurde die Bedeutung einer Förderung für die UnternehmerInnen und vor allem für die GründerInnen bereits angesprochen. Wie im dritten Kapitel erwähnt wurde, sind es nicht nur die spezifischen Eigenschaften und Fähigkeiten, die eine Frau zu einer Unternehmensgründung braucht, sondern auch die Ressourcen. Das folgende Kapitel setzt sich daher genauer mit den Förderungsmethoden der Unternehmensgründerinnen auseinander, wobei der Schwerpunkt auf den österreichisch-slowakischen Raum gelegt wird. Als das Ziel des Kapitels wurde die Bearbeitung der dritten Unterfrage gesetzt:

***Welchen Einfluss hat das österreichisch-slowakische Projekt „Regionfemme“ auf den Entscheidungsprozess von Frauen, die ein Unternehmen gründen wollen?***

Die Beantwortung dieser Frage ist von großer Relevanz für das Verständnis bezüglich der Motivation von Frauen, die eine selbständige Erwerbstätigkeit ausüben wollen, weil eine Entscheidung zur Unternehmensgründung durch die Möglichkeit einer Förderung stark beeinflusst wird.

Demzufolge ist das erste Unterkapitel den verschiedenen Förderungsmethoden gewidmet, um einen Überblick über Möglichkeiten zu gewinnen, die die Frauen als die Unternehmensgründerinnen haben, wenn sie sich selbständig machen wollen. Im zweiten Schritt werden sowohl Merkmale und Motivation der Gründerinnen, als auch die Arbeitsmarktsituation und Förderungsaktivitäten in Österreich und in der Slowakei angesprochen. Die Unternehmerinnen und Gründerinnen werden anhand von statistischen Daten aus beiden Staaten, und dann im Rahmen der Zusammenarbeit am Beispiel vom Projekt „Regionfemme“ analysiert.

„Regionfemme“ wird in dieser Arbeit als ein Beispiel für die Förderung von Frauen als Unternehmensgründerinnen im österreichisch-slowakischen Raum und somit auch als ein Versuch gelebter Chancengleichheit herangezogen. Daher werden im zweiten Teil dieses Kapitels die Schwerpunkte dieses Projektes angesprochen. Die verwendeten Daten zum Kapitel 5.5. „Regionfemme“ habe ich aus der Plattform zu dem Projekt, Newslettern und

Webseiten gewonnen. Zusätzlich habe ich drei Gründungsberatungsseminare besucht, die einen Teil meiner empirischen Untersuchung bilden.

Der letzte Teil dieses Kapitels ist ein zweiter Teil meiner empirischen Untersuchung, der für die Bearbeitung der Unterfrage von großer Bedeutung ist. Als Forschungsmethode wurden zwei ExpertInnen Interviews mit den Projektleiterinnen von „*Regionfemme*“ geführt. Die Ergebnisse der Interviewanalysen, sowie ein Resümee der bearbeiteten Daten schließen das Kapitel ab.

## **5.1 Förderung der Unternehmerinnen und Gründerinnen**

*„Frauenförderung soll in umfassendem Sinne verstanden werden als ein Bündel unterschiedlicher Ideen, Ziele, Programme und Maßnahmen, die Frauen insbesondere in beruflichen Belangen fördern sollen. Von besonderer Bedeutung sind dabei Frauenförderpläne und Quoten, Frauenbeauftragte, Arbeits(teil)zeitregelungen, Programme zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Weiterbildung und Qualifizierung.“*<sup>170</sup>

Eine Frauenförderung kann aus mehreren Sichtpunkten betrachtet werden und dadurch unterschiedlich verstanden werden. Einige politische Maßnahmen zur Förderung von Frauen wurden bereits im Kapitel 3.1.2 „Neuere Perspektiven im österreichisch-slowakischen Raum“ angesprochen.

Die frauenfördernden Maßnahmen können nicht nur einen politischen, sondern auch einen wirtschaftlichen Charakter haben. Ferner existieren spezielle Förderungen, die gezielt an Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen gerichtet sind.<sup>171</sup>

Die fördernden Organisationen, deren Zielgruppe die Unternehmerinnen sind, können aus einer nationalen oder einer internationalen Perspektive betrachtet werden. „*Frau in der Wirtschaft*“ ist ein Beispiel einer österreichischen frauenfördernden Organisation, aus einer nationalen Betrachtungsweise.<sup>172</sup> Als ein Beispiel einer internationalen Organisation kann der Dachverband „*FEM*“ (Female Europeans of Medium and Small Enterprises) genannt werden,

---

<sup>170</sup> Goy, A.: Vernetzte Frauen 2004, S. 97f.

<sup>171</sup> vgl. European Commission: Women Entrepreneurship Portal 2012, o.S.

<sup>172</sup> vgl. European Commission: Women Entrepreneurship Portal 2012, o.S.

der außer „*Frau in der Wirtschaft*“ weitere 14 Mitglieder in 10 Ländern hat.<sup>173</sup> Auf einer tieferen Ebene existieren noch Netzwerkorganisationen, Veranstaltungen, sowie nationale Projekte („*Initiative Frauen Gründen*“) oder internationale Projekte („*Regionfemme*“).<sup>174</sup>

Die Unternehmensgründerinnen können in verschiedensten Bereichen unterstützt werden; die Hauptkategorien der Förderung können laut Brockmann/Staak folgend benannt werden:<sup>175</sup>

- Finanzierung: die Gründerinnen bekommen finanzielle Ressourcen zur Förderung ihrer Existenzgründung in Form von Beteiligungen, Darlehen oder Zuschüssen.
- Qualifizierung: die Unternehmensgründerinnen können durch professionelle Beratung oder Coaching-Programme ihre Kenntnisse und sozialen Kompetenzen verbessern oder erweitern.
- Informationen: Informationen zu gründungsspezifischen Problemen oder Formalitäten werden weitergegeben und die Gründerinnen werden durch verschiedenste Portale oder Netzwerke über wichtige Änderungen informiert.
- Infrastruktur: den Unternehmensgründerinnen wird ein freier Zugang zu Räumen und Telekommunikationsmöglichkeiten gewährleistet.
- Bildung von Netzwerken: durch verschiedene Veranstaltungen, Messen oder Kongresse wird es Frauen erleichtert Netzwerke zu gründen.
- Gesetzliche Rahmenbedingungen: Anpassung der gesetzlichen Regelungen und Vorschriften, sodass z.B. die Kleinunternehmen (zu denen die Mehrheit der Unternehmensgründerinnen zählt) auf dem Arbeitsmarkt nicht benachteiligt werden.

---

<sup>173</sup> vgl. FEM: The European Association of Female Entrepreneurs and Co-entrepreneurs 2011, o.S.

<sup>174</sup> vgl. European Commission: Women Entrepreneurship Portal 2012, o.S.

<sup>175</sup> vgl. Brockmann, H./ Staak, T.: Gründungsförderung zur Bereinigung von Marktversagen auf Absatzmärkten – ein konzeptioneller Ansatz 2011, S. 28.

## 5.2 Gründerinnen in Österreich

In Österreich liegt der Anteil der männlichen Gründer deutlich über dem Anteil der Gründerinnen. Vor allem in der Altersgruppe 35-44 Jahre gründen die Männer um 10% mehr Unternehmen als die Frauen. Andererseits gründen Frauen häufiger im Alter zwischen 25-34 Jahren und nennen als Gründungsmotiv die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Die zweite Altersgruppe, wo die Anzahl der Gründerinnen größer ist, ist die Altersgruppe zwischen 45-54 Jahren, wo österreichische Frauen die Re-Orientierungsphase als Motiv für die Unternehmensgründung genannt haben.<sup>176</sup>

Für beide Geschlechter steht die Selbstverwirklichung bei einer Unternehmensgründung im Vordergrund. Die Gründung eines Unternehmens wird somit als „opportunity motive“ betrachtet. In Tabelle 5 ist zu erkennen, dass das Möglichkeitsmotiv in Österreich des bei beiden Geschlechtern bei 78% liegt.<sup>177</sup>

**Tabelle 10: Gründungsmotive nach Geschlecht, Österreich (2007)**

	weiblich	männlich	Gesamt
Möglichkeitsmotiv	78,44%	78,44%	76,67%
Notwendigkeitsmotiv	5,42%	7,05%	6,43%
andere Motive	16,14%	14,51%	16,90%

Quelle: vgl. Apfelthaler, G. et al.: Global Entrepreneurship Monitor 2008, S. 17.

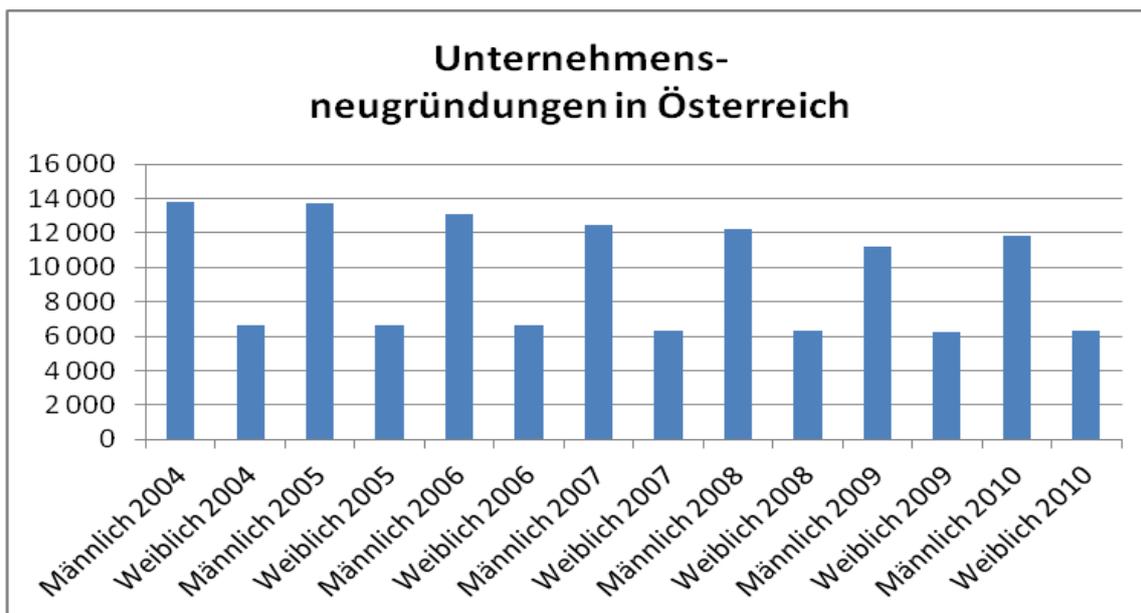
Bei einer Betrachtung der weiblichen Unternehmensgründerinnen in Österreich seit 2004 kann festgestellt werden, dass die Anzahl an Gründerinnen nicht gestiegen ist, sondern gesunken hat, da es 6613 Unternehmerinnen in 2004, aber nur 6282 Unternehmerinnen in 2010 gab. Aus Abbildung 4 ist abzulesen, dass im Jahr 2010 doppelt so viele Männer ein Unternehmen gegründet haben wie Frauen (13825 Männer/6613 Frauen). Im Jahr 2004 lag der Anteil männlicher Unternehmensgründer noch bei 66%, wobei der Anteil von männlichen Gründern ebenfalls gesunken ist (von 13825 Gründer in 2004 auf 11797 Gründer in 2010).<sup>178</sup>

<sup>176</sup> vgl. Apfelthaler, G. et al.: Global Entrepreneurship Monitor 2008, S. 18.

<sup>177</sup> vgl. Apfelthaler, G. et al.: Global Entrepreneurship Monitor 2008, S. 17.

<sup>178</sup> vgl. Statistik Austria: Ergebnisse im Überblick: Unternehmensdemografie 2010, o.S.

Abbildung 5: Unternehmensneugründungen nach Geschlecht, Österreich (2004-2010)



Quelle: vgl. Daten von Statistik Austria: Ergebnisse im Überblick: Unternehmensdemografie eigene Bearbeitung

Um mehr Frauen zur Unternehmensgründung zu bewegen wurden in Österreich frauenfördernde Maßnahmen bewilligt:

*„Das österreichische Unternehmensgründungsprogramm enthält spezielle Elemente für Frauen und Migrantengemeinden [sic]. Bei Teilnahme an speziellen Frauenschulungskursen erhalten Frauen einen um 50% höheren Zuschuss zu den Fortbildungskosten.“<sup>179</sup>*

Bildung wird somit als einer der wichtigsten Faktoren erkannt, der die Unternehmensgründungsaktivitäten der Frauen fördert. Die Förderung von Migrantinnen, die selbständig tätig sein wollen, gehört zu den spezifischen frauenfördernden Maßnahmen in Österreich. In der Slowakei sind diese Maßnahmen wenig verbreitet. Außerdem wurden Strategien zur Gleichstellung der Geschlechter entwickelt, deren Ziel es ist, Hindernisse bei der Unternehmensgründung durch Frauen abzubauen. Als Beispiel können Maßnahmen genannt werden, die gegen Barrieren bei der Gewährung von Krediten für Gründerinnen kämpfen.<sup>180</sup>

<sup>179</sup> Lechner, F.: Selbständige Erwerbstätigkeit in Europa 2010, S. 24.

<sup>180</sup> vgl. Bundeskanzleramt Österreich: Gleichstellung von Frauen und Männern am Arbeitsmarkt 2010, S. 37.

### 5.3 Gründerinnen in der Slowakei

Allgemein betrachtet sind die Gründungsaktivitäten der Population in der Slowakei hoch, da sie im Jahr 2011 einen Wert von 28,4% erreicht haben, was zwei Mal so viel wie ein europäischer Durchschnitt ist. Dieser hohe Anteil an Unternehmensgründungen kann durch zwei Faktoren erklärt werden. Erstens gibt es im Staat ein Mangel an Arbeitsplätzen in großen Betrieben und zweitens versuchen die erfolglosen UnternehmerInnen noch einmal ein Unternehmen zu gründen und Gewinn zu erzielen. Trotzdem ist der Anteil der Frauen an den Gründungsaktivitäten in der Slowakei mit 29% niedrig und liegt deutlich unter dem europäischen und globalen Durchschnitt. Diese Entwicklung zeigt, dass an den Gründungsaktivitäten, die in der Slowakei ziemlich hoch sind, die Frauen nur einen kleinen Anteil haben. Die folgende Tabelle stellt diese Entwicklung dar.<sup>181</sup>

**\*Tabelle 11: Unternehmensgründer und Gründerinnen (2011), Vergleich Global und Slowakei (in %)**

	Gründungen Männer	Gründungen Frauen	Anteil der Frauen an Gründungsaktivitäten
Weltweit im Durchschnitt (54 Länder)	13,5	8,3	37
Europa im Durchschnitt (26 Länder)	10,0	5,1	34
Slowakei	20,3	8,1	29

Quelle: Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, Daten von „The Global Entrepreneurship Monitor 2011“, eigene Bearbeitung

Das Potenzial der Gründerinnen ist in der Slowakei hoch, aber wegen der negativen Einstellungen der Gesellschaft zum Unternehmertum nicht voll ausgeschöpft. Vor allem die Frauen sehen häufig eine selbständige Erwerbstätigkeit als keine gute Karrierewahl, weil sie sich selbst als minderwertige Unternehmensleiterinnen einschätzen. Außerdem werden die Gelegenheiten zu einer Unternehmensgründung von diesen Frauen oft nicht erkannt und

<sup>181</sup> vgl. Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, S. 78 – 82.

\* „Gründungen Männer/Frauen“ ist ein prozentueller Anteil der GründerInnen, wo die Basis (100%) die ganze Population des jeweiligen Landes darstellt. Zum Beispiel; aus der gesamten Population von Männern in den 54 europäischen Ländern haben 13,5% ein Unternehmen gegründet und aus der gesamten Population von Frauen haben 8,3% der Frauen ein Unternehmen gegründet.

ausgenutzt. So können die individuellen und gesellschaftlichen Einstellungen zu einer Unternehmensgründung als Hindernisse für slowakische Gründerinnen betrachtet werden.<sup>182</sup> Dennoch hat sich die Anzahl der weiblichen Gründerinnen seit 2000 mehr als verdoppelt und der Wachstumsindex der Gründerinnen ist bereits im Jahr 2008 auf 206,3% gestiegen.<sup>183</sup> Die meisten Frauen gründen ihre Ein-Personenunternehmen im Alter zwischen 40-59 Jahren.<sup>184</sup> Dieser schnelle Anstieg der Wachstumsrate der Gründerinnen, trotz vielen negativen Einstellungen zur selbständigen Erwerbstätigkeit, kann durch den Motivationsfaktor „Notwendigkeit“ erklärt werden. Die slowakischen Frauen gründen, weil sie keine andere Alternative des Erwerbes sehen.<sup>185</sup>

Ein 30 prozentiger Anteil an Gründerinnen kann auch mit zahlreichen Gründungsproblemen erklärt werden, die die Gründungsmotivation sowie die Überlebenschance der neugegründeten Unternehmen verkleinern. Laut einer Forschung, die 2010 in der Slowakei durchgeführt wurde, haben 94,2% der slowakischen Gründerinnen Probleme in der Gründungsphase. Als die häufigsten Probleme wurden genannt:<sup>186</sup>

- Informationsmangel: Zu wenig Informationen zur Unternehmensgründung oder ein erschwerter Zugang zu den Informationen, die nicht an einem Ort übersichtlich aufgelistet sind. Das Fehlen von Kenntnissen über Buchhaltung, Recht und Steuer, sowie fehlende Informationen über die sich schnell ändernde Gesetzeslage in der Slowakei.
- Administration: Als ein weiteres Problem wurden lange und aufwendige administrative Prozesse, Bürokratie, sowie unwillige BeamtenInnen genannt.
- Kapital: Ein nicht ausreichendes Eigenkapital und wenige Möglichkeiten, einen Kredit zu bekommen.
- KundInnenmangel: Kleine oder keine Klientel, erschwerte KundInnenkommunikation, geringeres Selbstbewusstsein und dadurch Probleme mit KundInnengewinnung.

---

<sup>182</sup> vgl. Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, S. 78 – 82.

<sup>183</sup> vgl. Barošová, M: Vybrané aspekty podnikania žien 2009, S. 167.

<sup>184</sup> vgl. Barošová, M: Vybrané aspekty podnikania žien 2009, S. 149.

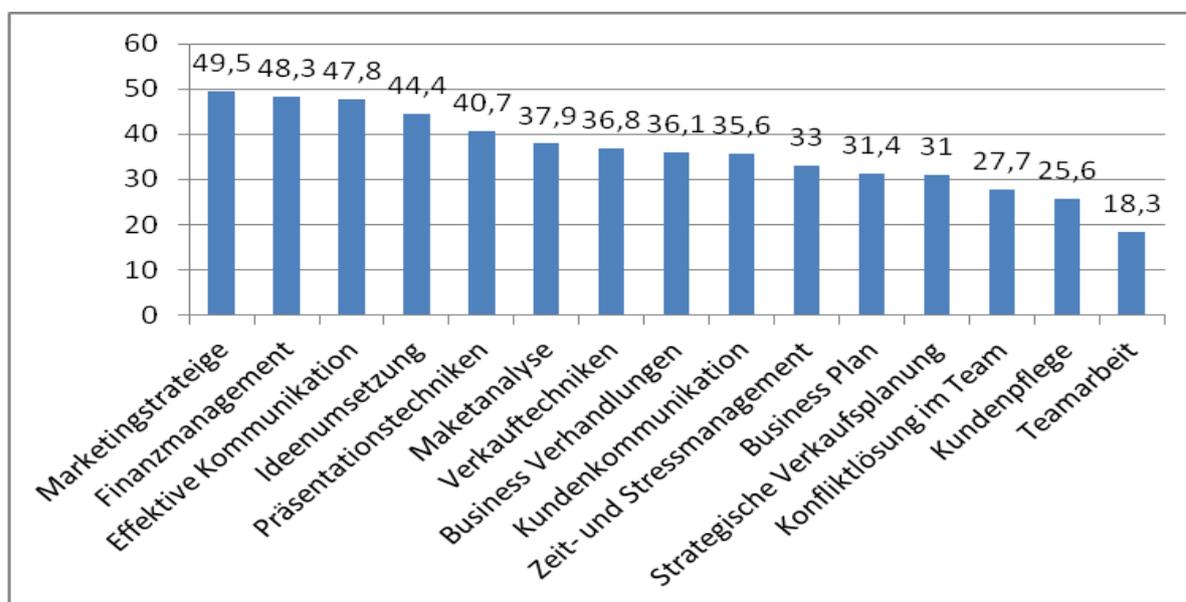
<sup>185</sup> vgl. Pilková, A. et al.: Podnikanie na Slovensku 2012, S. 83f.

<sup>186</sup> vgl. Filadelfiová, J.: Empirický výskum pre Akadémiu pre začínajúce podnikateľky 2010, S. 6.

Als Förderungsmaßnahmen wurden von den befragten Frauen folgende Verbesserungsvorschläge genannt: deutliche Informationen und klare Hinweise zur Unternehmensgründung, Stabilität der Legislative, zugängliche KundInnendatenbank, bessere finanzielle Möglichkeiten für Unternehmensgründerinnen, Netzwerke für Unternehmerinnen und bessere Weiterbildungsmöglichkeiten. Die Ausbildung und die Weiterbildung wurden als ein bedeutender Faktor von slowakischen Unternehmerinnen anerkannt und über 61,3% der Frauen hat weiterbildende Seminare, Kurse oder Lehrgänge absolviert. Von diesen Frauen hat die Mehrheit die weiterbildenden Kurse vor der Unternehmensgründung oder als etablierte Unternehmerinnen besucht, da die Zeit während des Gründungsprozesses begrenzt war.<sup>187</sup>

Von den restlichen 38,7% der Frauen, die keine Seminare besucht haben, haben 73% angegeben, dass sie Interesse haben ihre Ausbildung zu erweitern. Über 70% bevorzugen als Ausbildungsform Vorlesungen mit praktischen Beispielen; als eine Alternative haben die Frauen Trainingsprogramme angegeben. Im Weiteren wurde gefragt, welche Themen die wichtigsten für eine Unternehmensgründung und Führung seien. Die folgende Abbildung zeigt, dass die meist gewünschten Themen Marketingstrategie, Finanzmanagement und effektive Kommunikation sind.<sup>188</sup>

**Abbildung 6: Die erwünschten Weiterbildungsseminare in der Slowakei (in %)**



Quelle: vgl. Filadelfiová, J.: Empirický výskum pre Akadémiu pre začínajúce podnikateľky a jej vzdelávacie aktivity 2010, S. 31, eigene Bearbeitung

<sup>187</sup> vgl. Filadelfiová, J.: Empirický výskum pre Akadémiu pre začínajúce podnikateľky 2010, S. 6 – 13.

<sup>188</sup> vgl. Filadelfiová, J.: Empirický výskum pre Akadémiu pre začínajúce podnikateľky 2010, S. 21f, 31.

## 5.4 Projekt „Regionfemme“

„Regionfemme“ ist ein grenzüberschreitendes Projekt, das die Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen in Österreich und in der Slowakei fördert und somit die Kooperationsnetzwerke, vor allem im Wirtschaftsraum Wien-Bratislava, aufbaut.<sup>189</sup> Das Projekt ist von den Finanzmitteln der Europäischen Union gefördert und für den Zeitrahmen 2007-2013 geplant. „Regionfemme“ wird von drei Projektpartnern betreut und hat vier Projektleiterinnen, die sich um den Ablauf und Management des Projektes kümmern.<sup>190</sup>

### 1.4.1 Projektpartner

1. Slowakische Handels- und Industriekammer (Slovenská Obchodná a Priemyselná Komora)

Die Hauptaufgaben dieser slowakischen, öffentlich-rechtlichen Institution sind die Beratung und Unterstützung von UnternehmerInnen, die Organisation von Seminaren zu verschiedenen wirtschaftlichen Themen, sowie die Zusammenarbeit mit staatlichen Einrichtungen und Organisationen.<sup>191</sup>

2. Wirtschaftskammer Wien

„Frau in der Wirtschaft“ ist ein Teil der Wirtschaftskammer Wien, der eine operative Funktion im Projekt hat und gleichzeitig der einzige österreichische Projektpartner ist. Die Ziele von „Frau in der Wirtschaft“ sind Gleichheit für Selbstständige zu erreichen, Weiterbildung und finanzielle Hilfe für Unternehmerinnen zu gewährleisten, Wochengeld zu erhöhen, sowie Betreuungshilfe steuerlich anzuerkennen.<sup>192</sup>

3. „Assoziation der Unternehmerinnen“ (Združenie žien v podnikaní)

Diese Assoziation wurde im Jahr 2000 gegründet und ist ein Dachverband für alle slowakischen Organisationen, die die wirtschaftlichen Interessen von Frauen vertreten. Die Vereinigung ist auf Beratung, Ausbildung und Vernetzung der Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen ausgerichtet.<sup>193</sup>

---

<sup>189</sup> vgl. Wirtschaftskammer Wien, Frau in der Wirtschaft: *Regionfemme* 2012, o.S.

<sup>190</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

<sup>191</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

<sup>192</sup> vgl. Wirtschaftskammer Wien, Frau in der Wirtschaft: *Interessenvertretung* 2012, o.S.

<sup>193</sup> vgl. *Združenie žien v podnikaní* 2012, o.S.

## 5.4.2 Schwerpunkte des Projektes

Das Ziel des Projektes ist es, den Anteil an Unternehmerinnen in der Slowakei und in Österreich zu erhöhen und damit zu der Wirtschafts- und Sozialentwicklung der beiden Staaten beizutragen. Die Zielgruppe von „*Regionfemme*“ bilden nicht nur die Unternehmensgründerinnen, sondern auch bereits tätige Inhaberinnen kleiner bis mittelständischer Unternehmen und Geschäftsführerinnen. Die Aktivitäten des Projektes können zu den folgenden 7 Punkten zusammengefasst werden:<sup>194</sup>

1. „Akademie für Gründerinnen“ in Wien, „Akademie für Gründerinnen“ in Bratislava, sowie „Akademie für Unternehmerinnen“ in Bratislava (Weiterbildung für unternehmerisch tätige Frauen)
2. Magazin „*Erfolgreiche Unternehmerin*“ („*Úspešná podnikateľka*“)
3. Gründungsberatung für Slowakinnen in ihrer eigenen Muttersprache
4. Klub „*Regionfemme*“
5. Kontakttreffen: Wien-Bratislava
6. Internetportal
7. Deutsch-Kurse für Anfängerinnen und Fortgeschrittene

Einige der Tätigkeiten werden im nächsten Teil ausführlicher beschrieben. Die Informationen und Daten zu dem Tätigkeitsprofil des Projektes habe ich folgendermaßen gewonnen: Auswertung der Einladungsformulare für die Mitglieder; Besuch der Plattform; Analyse des Newsletters und des Magazins „*Erfolgreiche Unternehmerin*“; Teilnahme an drei Gründungsberatungsseminaren.

### 5. 4. 2. 1 „Akademie für Gründerinnen“

Der Lehrgang „Akademie für Gründerinnen“ hat jeweils in Wien und Bratislava stattgefunden und das Programm wurde von der Slowakei und von Österreich getrennt erstellt. Fünf Durchgänge mit jeweils 45 Lehreinheiten sind sowohl in Bratislava als auch in Wien abgehalten worden. Die Aufnahmebedingung war ein persönliches Interview. Abgeschlossen haben die Frauen die Akademie dadurch, dass sie einen Business Plan präsentiert haben,

---

<sup>194</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

wofür sie eine Urkunde erhielten. In der Slowakei wurde zusätzlich zu der „Akademie für Gründerinnen“ die „Akademie für Unternehmerinnen“ angeboten, deren Ziel es war slowakischen Unternehmerinnen zu helfen, ihr Unternehmen weiterzuentwickeln.<sup>195</sup> Die im Lehrgang besprochenen Themen waren in Wien und Bratislava ähnlich; es wurde ein Basiswissen zu den wichtigsten wirtschaftlichen Bereichen vermittelt: Buchhaltung und Recht, Marketing für Klein und Mittelbetriebe, Werbung, Verkauf, Förderungen, Kooperation, Motivation und Effizienz, Finanzmanagement und Steuern, Business Plan Erstellung, Zeit- und Stressmanagement und Kommunikation mit KlientInnen.<sup>196</sup>

#### **5. 4. 2. 2 Magazin „Erfolgreiche Unternehmerin“ („Úspešná podnikateľka“)**

Die Hauptaktivität der Organisation „Die Assoziation der Unternehmerinnen“ war im Rahmen dieses Projektes ein Magazin herauszugeben, das die Teilnehmerinnen von „Regionfemme“ kostenlos bestellen konnten. Die Schwerpunkte des Magazins waren: die Frauen über neue Projektaktivitäten informieren und sie durch Best-Practice Beispiele von Unternehmerinnen zu motivieren. Die Best-Practice Beispiele stellen die Ausgangssituation, Probleme, Erfolge und Motivation von Unternehmerinnen dar, die bereits mehrere Jahre erfolgreich selbständig tätig sind. Außerdem wurden die Unternehmerinnen durch Ratschläge von BeraterInnen unterstützt, die sich mit den juristischen und ökonomischen Problemen der Mitglieder auseinandergesetzt hatten.<sup>197</sup>

#### **5. 4. 2. 3 Muttersprachliche Gründungsberatung**

Die Gründungsberatung wurde von der Wirtschaftskammer Wien organisiert und die Zielgruppe waren Slowakinnen, die in Wien ein Unternehmen aufbauen wollten. Dieses Service hat den Slowakinnen ermöglicht, sich über ihre Angelegenheiten zu informieren und die speziellen Gründungsprobleme auf Slowakisch lösen zu können. Das Gründungsberatungsservice wurde einmal pro Monat zu je 4 Stunden angeboten, hatte eine Form der Gruppendiskussion (max. 12 Personen) und wurde von einem Gründungsberater betreut. Das Ziel war nicht nur die Förderung der Gründung, sondern auch eine Unterstützung

---

<sup>195</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.,

<sup>196</sup> vgl. Magazin „Erfolgreiche Unternehmerin“ 12/2012, S. 2.

<sup>197</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

der unternehmerischen Tätigkeiten in Wien.<sup>198</sup> Nach der Teilnahme an drei Gründungsberatungen habe ich die folgenden Themen als die Hauptthemen bzw. die Schwerpunkte der Beratung festgestellt:

- Wohnen in Österreich: eine finanziell günstige Wohnung, Bedingungen für den Kauf einer Wohnung und Bau eines Hauses; Anmeldungen für Haupt- oder Nebenwohnsitz in Wien
- Selbständig werden: welche Formulare werden gebraucht, Dauer der Formalitäten, Möglichkeit von mehreren selbständigen Erwerbstätigkeiten in zwei Staaten, Unterschied zwischen Liebhaberei und Gewerbe
- Steuer und Versicherung: Steuerabgaben, steuerliche Vorteile für Ein-Personenunternehmen, Krankenkassen in Österreich
- Leben in Österreich: Anmeldung von Autos, Platzvergabe in den Kindergärten in Wien
- Familie in Österreich: Integration von Kindern, staatliche Unterstützung von körperlich behinderten Kindern, Form von Karenz in Österreich

#### **5. 4. 2. 4 Klub „Regionfemme“**

Der Klub „*Regionfemme*“ wurde 2011 in der Slowakei als eine zusätzliche Aktivität des Projektes eingeführt. Im Gegensatz zu der Akademie ist der Klub nicht als ein Lehrgang, sondern in Form eines eintägigen oder zweitägigen Seminars abgehalten worden und das Seminar konnte ohne Verpflichtung besucht werden. Das Ziel ist, den Unternehmerinnen, den Gründerinnen, den Managerinnen sowie den Leiterinnen weiterbildende Aktivitäten zu spezifischen Themen anzubieten.<sup>199</sup> Zu den beliebtesten Seminaren zählen nach einer Auswertung von Einladungen zu den Seminaren folgende Themenbereiche:

1. Projektmanagement und Zeitmanagement: gute Vorbereitung und Bearbeitung von KundInnenbestellungen, um Probleme und Komplikationen aufgrund von zu vermeiden.
2. Marketingstrategien: Werbung des Unternehmens im Internet.
3. Steuererklärung.
4. Unternehmensverträge: Vorbereitung auf die Erstellung von Verträgen.
5. Burn-out: Zeit-

---

<sup>198</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

<sup>199</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

und Stressmanagement, Gleichgewicht zwischen Beruf und Familie. 6. Arbeitsbeziehungen in der Praxis.

Außerdem wurden Simulationsspiele angeboten, wo Frauen die Möglichkeit hatten, anhand realer Beispiele sowohl die positiven als auch die negativen Auswirkungen eigener Entscheidungen zu bewerten. Im Rahmen des Spieles wurden Unternehmenserfolg, Produktivität und Effektivität der Führung sichtbar und von den BeraterInnen bewertet.

#### **5. 4. 2. 5 Kontakttreffen**

Das Kontakttreffen findet einmal jährlich abwechselnd in Wien und Bratislava statt, wobei folgende Ziele im Vordergrund stehen: Erfahrungsaustausch der slowakischen und der österreichischen Unternehmerinnen, Netzwerkaufbau und Informationsaustausch. Außerdem wird ein Thema während des Treffens behandelt, das die Unternehmerinnen und Gründerinnen weiterbildet und somit zu einer Erweiterung der Unternehmens- und Gründungswissens beiträgt.<sup>200</sup> Im Rahmen des Projektes wurden folgende fünf grenzüberschreitende Kontakttreffen organisiert:<sup>201</sup>

29. 01. 2010 (Wien) – Vorstellung der ersten Absolventinnen der Akademie der Gründerinnen mit einem Vortrag zum Verkaufsverhalten von Frauen.

10. 12. 2010 (Bratislava) – Diskussion zu Kooperationsmöglichkeiten zwischen slowakischen und österreichischen Unternehmerinnen.

25. 05. 2011 (Wien) – Kennenlernen der Dienstleistungen der WKO, wie z.B. „Creative Space“, sowie die Möglichkeit über die Kooperationsbereiche (z.B. Handel, Kunst, Tourismus, persönliche Dienstleistungen) mehr Informationen zu gewinnen.

19. 06. 2012 (Bratislava) – Besichtigungen von zwei erfolgreichen Betrieben (Modeatelier und Restaurant).

14. 12. 2012 (Wien) – effiziente Benutzung von Marketingmethoden, beispielsweise durch Verwendung von Socialmedia und Internetwerbung.

---

<sup>200</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

<sup>201</sup> vgl. Plattform *Regionfemme* 2012, o.S.

## 5.5 Empirische Datenerhebung

In diesem Kapitel wird der Einfluss von „*Regionfemme*“ auf den Entscheidungsprozess von potenziellen Gründerinnen erforscht, um die Anreize zur Unternehmensgründung im österreichisch-slowakischen Raum definieren zu können. Da dieses Thema aus vielen zusammenhängenden Kategorien besteht, wurde als Erhebungsverfahren das Expertinneninterview gewählt. Die Kategorien, die ich ausgewählt habe, um das Thema gründlich bearbeiten zu können, waren: frauenfördernden Aktivitäten des Projektes, Erfolg des Projektes, Nachfrage nach spezifischen Seminaren, Motivationstreiber, Hindernisse bei der Gründung und Typen der Frauen, die an dem Projekt teilgenommen haben. Aus diesen Überlegungen wurde das Leitfadeninterview als passende Interviewform ausgewählt und die Interviewfragen sind im Anhang zu sehen.

### 5.5.1 Methodisches Design und Erhebungsverfahren

Das Leitfadeninterview als eine Form des nichtstandardisierten Interviews wurde als Erhebungsverfahren in der vorliegenden Arbeit ausgewählt. Die offenen Fragen während der Interviews waren eine Grundlage, um die verlangten Kategorien ins Gespräch bringen zu können. Außerdem ist ein Leitfadeninterview von Vorteil, wenn mehrere Themen behandelt werden müssen und einzelne bestimmte Informationen gewonnen werden sollen.<sup>202</sup>

Im Rahmen des Leitfadeninterviews wurden 10 offene Fragen vorbereitet; 3 Einführungsfragen die in die Thematik einführen sollen und 7 Schlüsselfragen, deren Beantwortung im Vordergrund steht. Da ein spezielles Wissen und bestimmte Kenntnisse verlangt wurden, wurden die Leiterinnen des Projektes „*Regionfemme*“ als Interviewpartnerinnen ausgewählt. Die Erhebungsmethode, die in der vorliegenden Arbeit zur Verwendung gekommen ist, ist somit das Leitfadeninterview mit Expertinnen.

Die Kontaktaufnahme wurde per e-mail realisiert und alle 4 Projektleiterinnen waren mit dem Interview einverstanden, wobei ein Mehrpersoneninterview von ihrer Seite erwünscht war,

---

<sup>202</sup> vgl. Gläser, J./ Laudel, G.: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse 2010, S. 111.

um die Fragen ergänzend beantworten zu können. In Folge dessen wurde das erste Interview mit den zwei österreichischen Projektleiterinnen und das zweite Interview mit zwei Expertinnen von der slowakischen Seite vereinbart:

Interviewpartnerinnen A und B sind die Leiterinnen des Projektes „*Regionfemme*“ aus Österreich, die das Projekt von Anfang an betreut haben. Ein persönliches Interview mit Beiden wurde am 09. 10. 2012 durchgeführt. Interviewpartnerin A ist zuständig für problemlosen Ablauf der Projektaktivitäten und Interviewpartnerin B arbeitet schon seit über 16 Jahren mit Unternehmerinnen und Gründerinnen.

Interviewpartnerin C und D sind die Leiterinnen des Projektes „*Regionfemme*“ aus der Slowakei und ein persönliches Interview mit beiden wurde am 18.10.2012 durchgeführt. Interviewpartnerin C ist die Projektmanagerin und Interviewpartnerin D organisiert die Seminare.

### **5.5.2 Analyse der erhobenen Daten**

Die Interviews wurden im November 2012 transkribiert und als die Form der Verschriftung wurde die Standardorthographie ausgewählt, die sich an den Normen der geschriebenen Sprache orientiert und dadurch einen übersichtlichen Vergleich von Aussagen der InterviewpartnerInnen ermöglicht.<sup>203</sup> Als das Interpretationsverfahren wurde die Themenanalyse in der Form des Textreduktionsverfahrens verwendet, mit der die inhaltliche Zusammenfassungen, Vergleiche und Spezifika eines Themas untersucht werden können.<sup>204</sup> Im ersten Schritt wurden die Textstellen mit den wichtigsten Themen markiert, deren Charakteristika und Subkategorien identifiziert wurden. Im zweiten Schritt wurden die Zusammenhänge zur Theorie, sowie Unterschiede in den Aussagen erkannt.<sup>205</sup> Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden folgende Themen abgegrenzt: Projekte zur Förderung von Frauen, frauenfördernde Aktivitäten von „*Regionfemme*“, Gründungsmotivation, Hindernisse bei der Unternehmensgründung und Erfolg des Projektes.

---

<sup>203</sup> vgl. Kowal, S./O Connell, D.: Zur Transkription von Gesprächen 2004, S. 441.

<sup>204</sup> Vgl. Froschauer, U./ Lueger, M.: Das qualitative Interview 2003, S. 110.

<sup>205</sup> Vgl. Froschauer, U./ Lueger, M.: Das qualitative Interview 2003, S. 160f.

### **5. 5. 2. 1 Projekte zur Förderung von Frauen**

Zu diesem Thema wurden alle Textabschnitte der Interviews zugeteilt, die sich mit einer Beschreibung der frauenfördernden Projekte auseinandergesetzt haben. Die Charakteristika dieses Themas war erstens die Entstehungsinitiative von „*Regionfemme*“, zweitens die Existenz der anderen Projekte für die Unternehmerinnen und drittens ein subjektiver Vergleich von „*Regionfemme*“ und anderen Projekten.

Die Interviewpartnerin C hat als Projekthauptpartner die „Slowakische Handels- und Industriekammer“ in Bratislava und die „Wirtschaftskammer Wien“ bezeichnet. Als Projektnebenpartner nannte sie die „Assoziation der Frauen in Unternehmen“. Das Projekt wird laut der Interviewpartnerin C von der Europäischen Union in dem Sinne gefördert, dass alle Aktivitäten kostenlos sind, da sie mit Finanzmitteln der EU bezahlt werden.<sup>206</sup> Die Interviewpartnerin D hat bestätigt, dass das Projekt von drei Projektpartnern unterstützt wird, weist aber darauf hin, dass „*Die Gründungsinitiative nicht von der EU gekommen ist.*“<sup>207</sup>

Die Europäische Union fördert ausgewählte Programme oder Projekte innerhalb eines begrenzten Planungszeitraumes, die auf verschiedene Subjekte, Territorien oder Zielgruppen gerichtet sind. Ein Ideenaustausch derzeitiger Projektpartner während eines Treffens, das zum Abschluss eines anderen Projektes stattgefunden hat, war die Gründungsinitiative für das Entstehen von „*Regionfemme*“. Die slowakische Wirtschaftskammer hat das Projekt entworfen und das Projekt wurde von der Europäischen Union für den Zeitraum 2007 – 2013 bewilligt.<sup>208</sup>

Die Interviewpartnerin A hat bestätigt, dass die Initiative für das Projekt aus der Slowakei gekommen ist:

*„Entstanden ist es eigentlich, weil die Wirtschaftskammer Bratislava uns angeredet hat, ob wir ein Projekt machen wollen, ... Und dann haben wir gesagt okay, wir machen halt in Wien auch so etwas, weil wir wissen, es ist da ein Bedarf.“*<sup>209</sup>

---

<sup>206</sup> vgl. Interviewpartnerin C (2012), Z. 5-11, 40-43.

<sup>207</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 44.

<sup>208</sup> vgl. Interviewpartnerin D (2012), Z. 44 – 69.

<sup>209</sup> Interviewpartnerin A (2012), Z. 7-8, 12-13.

Alle Interviewpartnerinnen haben bestätigt, dass es auch mehrere andere frauenfördernde Projekte gibt, deren Fokus auf der Kooperation zwischen Gebieten oder Ausbildungsmöglichkeiten liegt.<sup>210</sup> „Regionfemme“ ist jedoch die erste derartige Kooperation im österreichisch-slowakischen Raum mit so einer breiten Palette der Ausbildungsmöglichkeiten für die Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen.<sup>211</sup>

### **5. 5. 2. 2 Frauenfördernde Aktivitäten von „Regionfemme“**

Diesem Thema wurden alle Textstellen zugeteilt, die die Tätigkeitsbereiche des Projektes identifizieren. Als Subkategorien, die dieses Thema charakterisieren wurden Seminarangebot und Kooperation im österreichisch-slowakischen Raum ausgewählt. Nachfrage und Angebot an verschiedenen Seminaren und Weiterbildungsmöglichkeiten in beiden Ländern werden verglichen und die Unterschiede sowie die Gemeinsamkeiten werden wichtige Zusammenhänge zu dem theoretischen Teil der Arbeit darstellen. Außerdem wird die Effektivität der Kooperation analysiert. Im Rahmen der Kooperation wird das Gründungsverhalten der Frauen in Österreich und in der Slowakei verglichen und ein Zusammenhang zu der historischen Entwicklung in beiden Ländern wird hergestellt.

Die Interviewpartnerin A teilt die Aktivitäten des Projektes in zwei Teile. Der erste ist die Akademie, wo Wien und Bratislava unabhängig voneinander die Programme für Frauen anbieten, die in ihren Heimatländern ein Unternehmen gründen wollen. Die Hauptthemen der österreichischen Akademie sind: Marketing, Einnahme- und Ausgangsrechnung, Förderungen und Kundenkommunikation. Der zweite Teil ist die Gründungsberatung für Slowakinnen, die in Österreich ein Unternehmen gründen wollen. Ein erhöhtes Interesse an bestimmten Seminarthemen gibt es nicht.<sup>212</sup>

Laut der Interviewpartnerin B gibt es kein Interesse an spezifischen Seminaren aus dem Grund, weil es ein Lehrgang ist, wo die Frauen alle Kurse absolvieren müssen und dafür ein Zeugnis als Abschlussurkunde bekommen. Jedoch aus eigenen Erfahrungen, die sie in der

---

<sup>210</sup> vgl. Interviewpartnerin B (2012), Z. 93 – 115; vgl. Interviewpartnerin D (2012), Z. 63 – 69.

<sup>211</sup> vgl. Interviewpartnerin C (2012), Z. 6 – 7, vgl. Interviewpartnerin A (2012), Z. 55 – 56.

<sup>212</sup> vgl. Interviewpartnerin A (2012), Z. 14 – 36, 57 – 61.

Branche gesammelt hat, kann sie bestätigen, dass die Marketingthemen mehr gefragt sind als Buchhaltung oder Business Plan.<sup>213</sup>

*„Aber generell, gibt es natürlich Themen, die Unternehmerinnen und Gründerinnen mehr interessieren als andere, sage ich so, emotionelle. Also Marketing kommt immer besser an wie Buchhaltung.“<sup>214</sup>*

Die Interviewpartnerin C unterscheidet ebenfalls die österreichischen, die slowakischen und die grenzüberschreitenden Aktivitäten des Projektes.<sup>215</sup> Die Interviewpartnerin D unterscheidet das Angebot der slowakischen Akademie für die Gründerinnen und für die Frauen, die bereits Unternehmerinnen sind und sich weiterbilden wollen oder ihr Unternehmen effizienter führen wollen.<sup>216</sup> Die Themen, die angesprochen werden beschreibt sie als:

*„...eine Grundstruktur der Kenntnisse, die jede Unternehmerin haben sollte. Nicht um eine Spezialistin in dem Gebiet zu sein... Nur was sie wissen sollte, was existiert, welche Möglichkeiten es gibt und wie man sie ausnutzen kann. Damit sie die Grundregeln kennenlernt.“<sup>217</sup>*

Im Vergleich mit den Projektaktivitäten, die in Österreich angeboten werden, werden in Bratislava einzelne Seminare veranstaltet, die die Frauen auf das Unternehmertum in Österreich vorbereiten. Die Hauptthemen sind das Steuer- und Krankenkassensystem in Österreich, sowie Unternehmensmöglichkeiten und Unterschiede zwischen den Ländern. Allgemein wurden nach den „hard-skills“ Themen, die „soft-skills“ Themen wie Unternehmensführung und Selbstpräsentation angeboten. Diese weiterbildenden Seminare haben den Frauen die Möglichkeit gegeben, sich in solchen Bereichen weiterzubilden, die sie spezifisch verlangt haben, z.B: Kommunikation mit einem anspruchsvollen Klient, Marketinginstrumente, sowie Unterschiede im Business-Umfeld in der Slowakei und in Österreich.<sup>218</sup>

---

<sup>213</sup> vgl. Interviewpartnerin B (2012), Z. 66 – 87.

<sup>214</sup> Interviewpartnerin B (2012), Z. 76 – 77.

<sup>215</sup> vgl. Interviewpartnerin C (2012), Z. 13 – 20.

<sup>216</sup> vgl. Interviewpartnerin D (2012), Z. 231 – 238.

<sup>217</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 226 – 229.

<sup>218</sup> vgl. Interviewpartnerin D (2012), Z. 90 – 112.

Die zweite Subkategorie dieses Themas bildet die Kooperation der Frauen in beiden Ländern und das damit zusammenhängende Gründungsverhalten. Die Projektleiterinnen in Österreich und in der Slowakei haben die Kooperation als eher schwierig beschrieben. Die Kooperationsaktivitäten richten sich hauptsächlich auf die Slowakinnen, die ein Unternehmen in Österreich gründen wollen; eine umgekehrte Situation kommt jedoch fast nicht vor.

Interviewpartnerin A: Von den österreichischen Frauen, die eine Firma in der Slowakei gründen wollen, gibt es eher wenige. *„Es gibt, wir haben schon so ein Netzwerk, ..., aber dabei wird eher nicht gegründet, sondern da suchen sie einfach Geschäftspartnerinnen für gewählte Aktivitäten,...“*<sup>219</sup>

Interviewpartnerin B: *„Ganz generell muss ich sagen, ist das Interesse der Wienerinnen, Kontakte zu Bratislava zu knüpfen, nicht sehr stark. Das hat sehr viel mit der Sprachbarriere zu tun.“*<sup>220</sup>

Interviewpartnerin C: *„Das passiert meistens nicht.“*<sup>221</sup>

Interviewpartnerin D: *„...Das passiert wirklich meistens nicht....den Schnittpunkt bilden die Frauen, von denen gibt es nicht viel, die sowohl in der Slowakei als auch in Österreich unternehmen wollen. Oder die, die nur in Österreich unternehmen wollen.“*<sup>222</sup>

Schaut man sich an welche Kurse besonders beliebt sind fällt auf, dass sich die Gründerinnen vor allem für die „soft-skills“ Seminare interessieren und dass die Nachfrage an weiterbildenden Aktivitäten sehr hoch ist. Somit wurde bestätigt, dass die Frauen dem Humankapital viel Bedeutung zuschreiben. Außerdem bieten die weiterbildenden Seminare der „Akademie für Gründerinnen“ eine Möglichkeit an, mehr Informationen zu gewinnen, was viele Gründungsprobleme abbauen und die Gründungsmotivation fördern kann.

---

<sup>219</sup> Interviewpartnerin A (2012), Z. 39 – 42.

<sup>220</sup> Interviewpartnerin B (2012), Z. 120 – 122.

<sup>221</sup> Interviewpartnerin C (2012), Z. 23.

<sup>222</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 34 – 36.

### 5. 5. 2. 3 Gründungsmotivation

Nach den Interviewtranskriptionen ist es eindeutig geworden, dass die Gründungsmotivation in einem direkten Zusammenhang mit den Typen der Frauen steht, die ein Unternehmen gründen wollen. Aus diesem Grund wird das Thema „Gründungsmotivation“ durch die Beschreibung von unterschiedlichen Gruppen der potenziellen Gründerinnen charakterisiert.

Die Interviewpartnerinnen A und B beschreiben die Gründungsmotive der Österreicherinnen. Interviewpartnerin B sieht den Erwerb nicht als die Hauptmotivation und identifiziert die Motive der Gründerinnen als: soziale Sicherheit, Ausweg aus der Krise und Verfolgung eigener Visionen:

*„...Koordinierbarkeit, Familie und Büro. Du kannst sozusagen, was auch viele machen, nach der Karenz gleitend einsteigen. Es gibt eine gewisse soziale Sicherheit... Es gibt aber auch den Grund, dass sie den Job verlieren, keinen anderen finden, dass es sozusagen der letzte Ausweg aus der Krise ist. Und dann gibt es die Gruppe, die ganz gezielt sagt, ja, ich mache mich selbständig, ..., ich habe eine klare Vision und das ziehe ich durch.“<sup>223</sup>*

Die Interviewpartnerinnen C und D beschreiben dagegen die Gründungsmotive der Slowakinnen. Die Interviewpartnerin D unterscheidet bei den slowakischen Frauen zwischen drei Motiven für eine Unternehmensgründung: Harmonisierung von Beruf und Familienleben, Diskriminierung am Arbeitsplatz und Spaß an der Arbeit:

*„...und das sind meistens die drei Motive, wegen denen sie es machen: Sie haben das Gefühl, dass sie nichts schaffen und würden es gerne besser schaffen,... Dann die andere Gruppe, dort sind die Frauen, die ihre Arbeit verloren haben, in dem Alter 45 Plus und haben keine andere Möglichkeit. Niemand will sie, weil sie under-educated oder einfach alt sind. ...Und dann gibt es die dritte Gruppe der Frauen nach der Karenz, denen bewusst geworden ist, dass sie in diesen Prozess nicht zurückkehren wollen. Sie wollen nicht mehr 12 – 15 Stunden am Tag arbeiten und wollen keinen großen Gewinn, nein, das interessiert sie eher nicht.“<sup>224</sup>*

---

<sup>223</sup> Interviewpartnerin B (2012), Z. 185 – 190.

<sup>224</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 164 – 177.

Der Vergleich der Gründungsmotive der österreichischen und der slowakischen Frauen deutet darauf hin, dass für die Unternehmensgründerinnen in beiden Ländern Erfolg und Gewinn nicht der wichtigste Faktor ist. Die Koordinierbarkeit von Arbeit und Familie, Spaß an der Arbeit und ein Ausweg aus der Arbeitslosigkeit sind in beiden Ländern die meist genannten Gründungsmotive der Frauen. Verschiedene Typen von Frauen haben unterschiedliche Gründungsmotivationen und es handelt sich meistens um folgende drei Gruppen: Frauen nach der Karenz, ältere arbeitslose Frauen (45+) und Frauen, die zielgerichtet ihre Vision verfolgen und Spaß an der Arbeit haben wollen.

Die Vereinbarkeit von Arbeit und Familie, die als ein typisch weibliches Gründungsmotiv im Kapitel 4 beschrieben wurde, spielt also für die Frauen in Österreich und in der Slowakei tatsächlich eine wichtige Rolle. Dagegen wurde der Anreiz, eine Führungskraft im Unternehmen zu werden, von den Interviewpartnerinnen nicht benannt, seine Rolle beim Entscheidungsprozess der Gründerinnen konnte nicht bestätigt werden.

#### ***5. 5. 2. 4 Hindernisse bei der Unternehmensgründung***

Bei dem Thema Hindernisse bei der Unternehmensgründung ist zwischen den Gründungsproblemen, die nicht spezifisch einem Geschlecht zugeschrieben werden können und zwischen den Gründungsproblemen der Frauen zu unterscheiden. Zu den Charakteristika dieses Thema gehört außerdem auch das Land, in dem gegründet wird.

Die Interviewpartnerin A nennt als Hindernis bei einer Unternehmensgründung das Fehlen von Kinderbetreuungsplätzen, die finanziell leistbar sind, und die auch Kinder von Selbständigen akzeptieren.<sup>225</sup> Laut der Interviewpartnerin B ist der Mangel des Eigenkapitals ein weiterer hemmender Faktor, der aber nicht nur für weibliche Unternehmensgründerinnen ein Problem darstellt. Die Sprachbarrieren sind ein weiteres Problem, wenn man ein Unternehmen gründen will und Kooperation entwickeln will, wobei die österreichischen Frauen nicht nur bei der slowakischen Sprache, sondern auch bei der englischen Sprache Sprachbarrieren aufweisen.<sup>226</sup>

---

<sup>225</sup> vgl. Interviewpartnerin A (2012), Z. 203, 209.

<sup>226</sup> vgl. Interviewpartnerin B (2012), Z. 124 – 133, 231.

Die Interviewpartnerin C hat als ein Problem bezeichnet, dass sich die Frauen im System nicht orientieren können, was jedoch nicht als ein typisch weibliches Problem bezeichnet werden kann.<sup>227</sup> Die Interviewpartnerin D beschreibt das Projekt „Regionfemme“ als sehr wichtig, gerade für diese Frauen, da sie in der Akademie für Gründerinnen lernen können, wie sie sich orientieren sollen, was ihr Selbstbewusstsein erhöht. Außerdem fühlen sich die Frauen von der „männlichen Welt“ nicht akzeptiert und diskriminiert:

*„...aber die meisten haben Selbstbewusstsein verloren, orientieren sich nicht im System und fühlen sich minderwertig. Also man soll ein bisschen in dem Bereich arbeiten und versuchen, ihr Selbstbewusstsein zu erhöhen, ihnen die Informationen zur Verfügung stellen und das ist schon genug dazu, dass sie sich stärker fühlen.“<sup>228</sup>*

Außerdem haben slowakische Frauen Probleme mit dem „Business-Umfeld“ in Österreich, wenn sie ein Unternehmen in Österreich gründen wollen.<sup>229</sup>

Aus dem Vergleich von österreichischen und slowakischen Gründerinnen kann man schließen, dass die Probleme und Hindernisse bei einer Unternehmensgründung in beiden Ländern unterschiedlich sind. In Österreich haben die Unternehmensgründerinnen Probleme mit Kinderbetreuungsplätzen und in der Slowakei wurden als Haupthindernisse die Desorientierung im System und Diskriminierung aufgrund ihres Geschlechts und Alters identifiziert. Bei der Gründung im Ausland sind die Sprachbarrieren und das unterschiedliche wirtschaftliche Umfeld von Nachteil.

Das Projekt richtet sich in den beiden Ländern spezifisch auf die Bedürfnisse der Gründerinnen ein und bietet in Form einer Akademie, Gründungsberatung im Ausland und Sprachkursen für die Frauen eine Möglichkeit, Probleme abzubauen. Diese frauenspezifische Förderung unterstützt die Unternehmerinnen durch den Aufbau und die Erweiterung ihrer Human- und Netzwerkressourcen, was einen direkten Einfluss auf die Gründungsmotivation hat.

---

<sup>227</sup> vgl. Interviewpartnerin C (2012), Z. 186 - 188.

<sup>228</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 214 – 218.

<sup>229</sup> vgl. Interviewpartnerin D (2012), Z. 108 – 112.

### 5. 5. 2. 5 Erfolg des Projektes

Um den Erfolg des Projektes „Regionfemme“ als ein Thema anschaulich bearbeiten zu können, wurden zwei Subkategorien ausgewählt, die das Thema charakterisieren. Das ist erstens die Reaktion der Frauen auf das Projekt und die Einschätzung der Projektleiterinnen, wie viele Mitglieder von „Regionfemme“ schon ein Unternehmen gegründet haben.

Die Interviewpartnerin B hat das Projekt als erfolgreich bezeichnet, da immer wieder neue Frauen kommen, die die kostenlose Möglichkeit der Weiterbildung ausnützen wollen. Es ist geplant, dass in Österreich auch in Zukunft Projekte angeboten werden, die Frauen bei der Unternehmensgründung unterstützen sollen. Die Frauen werden weiterhin gefördert, entweder von einigen Unternehmensorganisationen oder durch selbständige Projekte<sup>230</sup>, wie z.B. die „Akademie für Gründerinnen“, die vorher ein selbständiges erfolgreiches Projekt war:

*„Wir haben so eine ungefähre Schätzung gemacht, dass ..., die Hälfte unserer Besucherinnen gegründet hat. Von dieser Akademie. Das ist extrem hoch.“<sup>231</sup>*

Die Kooperation mit „Frau in der Wirtschaft“ ist vorgesehen, jedoch gibt es keinen großen Bedarf nach einem Projekt, das die Kooperation mit Bratislava weiterentwickeln würde.<sup>232</sup>

Interviewpartnerin C hat bestätigt, dass die Nachfrage der Slowakinnen, das Projekt zu verlängern, sehr groß ist. Eine Bedingung dafür wäre jedoch eine Ausschreibung der EU, ein Projekt mit diesem Schwerpunkt zu entwickeln, was aber eher unwahrscheinlich ist.<sup>233</sup>

Den Erfolg von „Regionfemme“ bewertet sie folgend:

*„Allgemein gesagt, es bringt jeder Frau etwas, jede gewinnt nützliche Informationen, es kommt zu einem Erfahrungsaustausch, sie bekommen Ratschläge und Empfehlungen, das hilft jeder Frau. So gesagt, hat jede Frau etwas gewonnen, das Projekt hat jeder Frau geholfen.“<sup>234</sup>*

---

<sup>230</sup> vgl. Interviewpartnerin B (2012), Z. 241 – 245.

<sup>231</sup> Interviewpartnerin B (2012), Z. 266 – 268.

<sup>232</sup> vgl. Interviewpartnerin B (2012), Z. 241 – 245.

<sup>233</sup> vgl. Interviewpartnerin C (2012), Z. 250 – 255.

<sup>234</sup> Interviewpartnerin C (2012), Z. 300 – 303.

Laut der Interviewpartnerin D hat das Projekt „*Regionfemme*“ über 1000 Mitglieder und die Nachfrage nach den Seminaren und nach der Fortsetzung des Projektes ist groß:

*„Ich beginne damit, dass jedes Seminar vollbesetzt ist, es gibt sogar solche, wo wir mit der Kollegin ein Los ziehen müssen, um die Teilnehmerinnen auszuwählen, weil die Nachfrage so groß ist.“*<sup>235</sup>

*„Also jede will etwas, was gratis ist und Qualität hat, also die Nachfrage ist riesig. Das Problem besteht darin, eine Ausschreibung der EU zu bekommen, die so einen Schwerpunkt hätte. ...wenn wir ein solches Projekt noch machen dürfen, werden wir uns wahrscheinlich nicht nur ausschließlich der Zielgruppe Frauen widmen können.“*<sup>236</sup>

Da das Projekt in der Slowakei auch weiterbildende Seminare für Unternehmerinnen angeboten hat, ist der Beitrag der „*Regionfemme*“ bei dieser Gruppe nicht so leicht messbar wie bei Gründerinnen. Jedoch von den slowakischen Frauen, die die Akademie besucht haben, haben drei Viertel ein Unternehmen gegründet oder haben es geplant. Die Reaktion der Frauen war sehr positiv.<sup>237</sup>

Zusammenfassend war die Reaktion der Frauen auf das Projekt „*Regionfemme*“ sehr positiv. Die frauenfördernden Maßnahmen und Aktivitäten, die das Projekt angeboten hat, waren erfolgreich, da in den beiden Ländern über die Hälfte der Mitglieder ein Unternehmen gegründet hat (in Österreich über 50% und in der Slowakei über 75%). In der Slowakei besteht ein größerer Bedarf die Projektaktivitäten fortzusetzen. Diese Tatsache ist davon abzuleiten, dass die Mehrheit der slowakischen Frauen im österreichisch-slowakischen Raum gründen will. Dagegen konzentrieren sich die österreichischen Frauen innerhalb des Raumes eher auf einen Netzwerkaufbau und bevorzugen ihr Unternehmen im Heimatland zu gründen. Als der wichtigste Teil des Projektes wurde die Akademie erkannt, da die unternehmensspezifische Ausbildung einen positiven Einfluss auf die Gründungsmotivation der Frauen hatte und somit zur Förderung der Frauen beigetragen hat.

---

<sup>235</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 86 – 88.

<sup>236</sup> Interviewpartnerin D (2012), Z. 264 – 265.

<sup>237</sup> vgl. Interviewpartnerin D (2012), Z. 285 – 290.

## 6. Schlussbemerkungen

Die Unterrepräsentation von Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen, Etablierung von Frauen in den Führungspositionen sowie die Gleichstellung der Geschlechter sind Problembereiche, die aus zahlreichen Blickwinkeln befohrt und angesprochen wurden. Im Rahmen dieser Masterarbeit wurden vor allem die Motivation und Förderung von Unternehmensgründerinnen untersucht und es wurde eine Antwort auf folgende Forschungsfrage gesucht:

***Welche Anreize motivieren Frauen dazu, ihr eigenes Unternehmen zu gründen und sich somit als Führungskräfte zu etablieren und wie werden diese Frauen bei der Unternehmensgründung im österreichisch-slowakischen Raum unterstützt?***

Die Motivation zur Unternehmensgründung ist bei Frauen und bei Männern unterschiedlich. Die politische und wirtschaftliche Lage eines Landes hat auch einen erheblichen Einfluss auf die Gründungsmotivation von Frauen. Im österreichisch-slowakischen Raum haben laut der durchgeführten Forschung die befragten Frauen angegeben, dass für sie die folgenden Anreize sehr wichtig sind: Realisierung von Visionen, etwas machen, was Spaß bringt, Vereinbarkeit von Familie und Arbeit und Präsentation eigener Fähigkeiten. Diese Ergebnisse, vor allem die Vereinbarkeit des Privat- und Berufslebens entsprechen auch den Untersuchungsergebnissen anderer WissenschaftlerInnen, die in diesem Bereich geforscht haben. Eine Führungskraft zu werden konnte als ein Anreiz zur Unternehmensgründung hingegen nicht bestätigt werden.

Um passende Unterstützungsmaßnahmen ergreifen zu können, müssen die Problembereiche, Merkmale und Bedürfnisse von Unternehmensgründerinnen festgestellt werden. Zu den charakteristischen Merkmalen der Unternehmerinnen zählt die Unternehmensgröße, da sie meistens Ein-Personenunternehmen oder Klein- und Mittelunternehmen gründen. Als die größten Probleme wurden finanzielle Ressourcen, vor allem ein geringes Eigenkapital angegeben. Außerdem haben die Unternehmensgründerinnen Schwierigkeiten beim Zugang zu Informationen und häufig fehlende Kenntnisse über Finanzmanagement, Marketing und Buchhaltung. Die Untersuchungsergebnisse und die Expertinneninterviews deuten darauf hin, dass vor allem in Österreich fehlende Kinderbetreuungsplätze als großes Hindernis angesehen werden. Für die slowakischen Unternehmerinnen sind die ungünstigen Gesetze für Klein- und Mittelunternehmen von Nachteil.

Um die Frauen zu unterstützen wurden politische Maßnahmen zur Gleichstellung der Geschlechter getroffen. In Österreich wurden seit 1970 einige Arbeitsgemeinschaften gegründet, die die Gründerinnen und Unternehmerinnen vor allem beim Aufbau von Netzwerken gefördert haben. Obwohl bis 2011 die Anzahl der weiblichen Unternehmerinnen stark gestiegen ist, sind Frauen immer noch unterrepräsentiert. In der Slowakei bilden Frauen nur einen 29%igen Anteil der UnternehmerInnen.

Zu einem der neuesten Projekte zur grenzüberschreitenden Förderung von Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen kann „*Regionfemme*“ gezählt werden. Die Projektpartner (WKO Wien, WKO Bratislava und Assoziation der Unternehmerinnen) haben im Zeitrahmen von 2007-2013 Seminare veranstaltet, die die Frauen bei den Gründungsaktivitäten fördern sollen. Außerdem wurden Kontakttreffen zwischen Wien und Bratislava organisiert, um berufliche Kontakte von Unternehmerinnen und potenziellen Unternehmensgründerinnen im österreichisch-slowakischen Raum knüpfen zu können. Somit wird die Bildung von Netzwerkressourcen dieser Frauen unterstützt. Die weiterbildenden Seminare vergrößern außerdem die Human Ressourcen der teilnehmenden Frauen. Laut den Aussagen von Interviewpartnerinnen spielen auch die Gender-Theorien eine wichtige Rolle bei der Unterrepräsentation von Frauen in Führungspositionen. Andererseits soll laut diesen Theorien die Diskriminierung aufgrund des Geschlechts auch als ein Anreiz zur Unternehmensgründung gesehen werden. Diese Aussage konnte bei der quantitativen Untersuchung nicht bestätigt werden. Da jedoch die Stichprobe kleiner war, kann sie nicht eindeutig widerlegt werden.

Die Reaktion der Frauen auf das Projekt war sehr positiv und die Frauen werden weiterhin vor allem in der Form von weiterbildenden Seminaren unterstützt. Weitere mögliche Forschungen auf diesem Gebiet wäre eine Untersuchung der finanziellen Ressourcen, die den Frauen in diesem Raum zur Verfügung stehen oder wie sie finanziell am effizientesten gefördert werden könnten.

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kriterien von Klein- und Mittelunternehmen .....	14
Tabelle 2: Selbständige in der Europäische Union (2011).....	23
Tabelle 3: Unternehmensgründer und Gründerinnen (2011) im Global (in %) .....	45
Tabelle 4: Motivationstreiber .....	46
Tabelle 5: Unternehmerische Tätigkeit der Befragten.....	64
Tabelle 6: Gründungsmotive der Befragten .....	65
Tabelle 7: Gründungsmotive in der Slowakei und in Österreich in % .....	66
Tabelle 8: Probleme bei der Gründung .....	67
Tabelle 9: Gefragte fördernde Maßnahmen .....	67
Tabelle 10: Gründungsmotive nach Geschlecht, Österreich (2007).....	72
*Tabelle 11: Unternehmensgründer und Gründerinnen (2011), Vergleich Global und Slowakei (in %)......	74

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gründungsaktivitäten (TEA – Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) von Frauen und Männern in „factor-driven“, „efficiency-driven“ und „innovation-driven“ Ländern (in %)......	50
Abbildung 2: Frauen und Männer in der Führungspositionen in der EU (2003-2012) .....	61
Abbildung 3: Frauen und Männer in Führungspositionen in den einzelnen Staaten der EU (2012).....	61
Abbildung 4: Altersgruppen der Befragten im Vergleich zu der unternehmerischen Tätigkeit .....	65
Abbildung 5: Unternehmensneugründungen nach Geschlecht, Österreich (2004-2010) .....	73
Abbildung 6: Die erwünschten Weiterbildungsseminare in der Slowakei (in %)......	76

## Literaturverzeichnis

ASSIG, Dorothea et al. 1985. *Voraussetzungen, Schwierigkeiten und Barrieren bei Existenzgründungen von Frauen*. Untersuchungsbericht für den Senator für Wirtschaft und Arbeit, Berlin.

APPELT, Erna. 2009. Rahmenbedingungen und Etappen österreichischer Gleichstellungspolitik. In: APPELT, Erna (Hrsg): 2009. *Gleichstellungspolitik in Österreich*. Studienverlag, Innsbruck. S. 25 – 43.

BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene. 2000. Die österreichische Vereinigung der Unternehmerinnen. in: BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene/BENDL, Regine (Hrsg): 2000. *Unternehmerinnen*. Geschichte & Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 88 - 132.

BARTH-SCALMANI, Gunda. 2000. Frauen in der Welt des Handels an der Wende vom 18. zu m 19. Jahrhundert: Eine regionalgeschichtliche Typologie. in: BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene/BENDL, Regine (Hrsg): 2000. *Unternehmerinnen*. Geschichte & Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 17 - 48.

BEA, Franz Xaver/HAAS, Jürgen. 2005. *Strategisches Management*. 4 Aufl., Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH Stuttgart.

BENDL, Regine/RIEDL, Gabriela. 2000. Unternehmerinnen und Erfolg. in: BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene/BENDL, Regine (Hrsg): 2000. *Unternehmerinnen*. Geschichte & Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 239 - 273.

BISCHOFF, Sonja. 2000. Unternehmenserfolg durch Frauen an der Spitze: Mehr Frauen = mehr Erfolg? in: BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene/BENDL, Regine (Hrsg): 2000. *Unternehmerinnen*. Geschichte & Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 388 - 397.

BLUM, Andrea. 2004. *Weibliche Führungsstile*. Vergleichende Fallstudie zu den bestehenden Vorgesetzten-Mitarbeiter-Verhältnissen in Unternehmen, Diplomarbeit Universität Wien.

CHEMERS, Martin M. 2001. Leadership effectiveness: An integrative review in: HOGG, M.A./TINDALE, S. (Hrsg): 2001. *Blackwell handbook of social psychology: Group processes*. Malden, MA: Blackwell. S. 5 - 17.

DÖBLER, Thomas. 1998. *Frauen als Unternehmerinnen*. Erfolgspotentiale weiblicher Selbständiger. Gabler Verlag, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.

DÖBLER, Thomas. 2000. Theoretische Überlegungen zur Analyse von Geschlechtsspezifika von Unternehmerinnen und Unternehmern in: BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene/BENDL, Regine (Hrsg): 2000. *Unternehmerinnen*. Geschichte & Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 296 - 334.

ELTAEWA, Aigul et al.. 2002. *Frauen in Führungspositionen*. Shaker Verlag, Aachen.

FRECH, Monika 2000. Zur ökonomischen und motivationalen Lage selbständig tätiger Frauen in Österreich in: BANDHAUER-SCHÖFFMANN, Irene/BENDL, Regine (Hrsg): 2000. *Unternehmerinnen*. Geschichte & Gegenwart selbständiger Erwerbstätigkeit von Frauen. Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 335 - 369.

FROSCHAUER, Ulrike/ LUEGER, Manfred. 2003. *Das qualitative Interview*. Facultas Verlags- und Buchhandels AG WUV-Universitätsverlag, Wien.

FUNKEN, Christiane. 2004. *Geld statt Macht? Weibliche und männliche Karrieren im Vertrieb – eine organisationssoziologische Studie*. Campus Verlag, Frankfurt/New York.

GLÄSER, Jochen/ LAUDEL, Grit. 2010. *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. 4. Aufl., VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

GOY, Antje. 2004. *Vernetzte Frauen*. Netzwerke als Beitrag zur beruflichen Förderung von Frauen. Verlag Soziale Theorie & Praxis, Gelsenkirchen.

HAGL, Isolde. 2008. *Frauen als Unternehmerinnen*. Zur Bedeutung einer gendertheoretischen Erweiterung des ressourcenorientierten Ansatzes, Diplomarbeit Wirtschaftsuniversität Wien.

HANNOVER, Bettina/ KESSELS, Ursula. 2003. *Erklärungsmuster weiblicher und männlicher Spitzen-Manager zur Unterrepräsentation von Frauen in Führungspositionen*. Zeitschrift für Sozialpsychologie, 34 (3), 2003, S. 197 – 204.

HENN, Monika. 2012. *Die Kunst des Aufstiegs*. Was Frauen in Führungspositionen kennzeichnet. 2. aktualisierte Aufl. Campus Verlag, Frankfurt/New York.

HERING, Thomas/VINCENTI, Aurelio. 2005. *Unternehmensgründung*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München.

JUNGBAUER-GANS, Monika. 1993. *Frauen als Unternehmerinnen*. Eine Untersuchung der Erfolgs- und Überlebenschancen neugegründeter Frauen- und Männerbetriebe. Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main.

KIMMEL, Michael S. 2000. *The Gendered Society*. Oxford University Press, New York.

KLANDT, Heinz. 1990. Das Leistungsmotiv und verwandte Konzepte als wichtige Einflußfaktoren der unternehmerischen Aktivität, in: SZYPERSKI, Norbert/ROTH, Paul (Hrsg): 1990. *Entrepreneurship – Innovative Unternehmensgründung als Aufgabe*. Poeschel Verlag, Stuttgart. S. 88 – 96.

KLEINERT, Corinna et al.. 2007. *Frauen an der Spitze*. Arbeitsbedingungen und Lebenslagen weiblicher Führungskräfte. Campus Verlag, Frankfurt/New York.

KRYCHA, Klaus-Thomas. 1986. *Kleines Betriebswirtschaftslehre Lexikon*, 2. Aufl., Verlag für Wirtschaftsskripten, München.

KOWAL, Sabine/ O CONNELL, Daniel. 2004. Zur Transkription von Gesprächen, in: FLICK et al. (Hrsg): *Qualitative Forschung*. Ein Handbuch. Rowohlt, Reibek bei Hamburg. S. 437 – 447.

LANGE, Ralf. 2006. *Gender-Kompetenz für das Change Management*, 1. Aufl., Haupt Verlag Bern/Stuttgart/Wien.

LEICHT, René et al.. 2004. Selbständige Frauen in Deutschland in: KfW Bankengruppe (Hrsg): *Chefjinnensache*. Frauen in der unternehmerischen Praxis, Physica Verlag Heidelberg. S. 1 - 33.

NEUBERGER, Oswald. 2002. *Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung*. 6. Aufl., Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH Stuttgart.

OSTERLOH, Margit/ LITTMANN-WERNLI, Sabina. 2000. Die „gläserne Decke“: Realität und Widersprüche, in: PETERS, Sibylle/ BENSEL, Norbert (Hrsg): 2000. *Frauen und Männer im Management*. Diversity in Diskurs und Praxis. Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden. S. 123 – 140.

PLATOW, Michael et al.. 2003. Leadership as the Outcome of Self-Categorization Processes, in: KNIPPENBERG, Daan van/HOGG, Michael A. (Hrsg). 2003. *Leadership and Power*. Identity Processes in Groups and Organizations. S. 34 – 47.

SCHABUS, Melitta. 2004. *Geschlecht und Organisation*. Ein Vergleich zwischen betriebswirtschaftlichen Theorien und feministisch-utopischen Konzepten. Rainer Hampp Verlag, München und Mering.

SCHIRMER, Dominique. 2009. *Empirische Methoden der Sozialforschung*. Wilhelm Fink GmbH and Co. Verlags-KG, Paderborn.

SESSELMEIER, Werner/BLAUERMEL, Gregor. 1997. *Arbeitsmarkttheorien: Ein Überblick*. 2. Aufl., Physica-Verlag, Heidelberg.

VOIGT, Martina. 1994. *Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg*. Geschlechtsspezifische Besonderheiten bei Gründung und Führung von Unternehmen. Deutscher Universitätsverlag und Gabler Verlag, Wiesbaden.

WELTER, Friederike et al.. 2004. *Netzwerke und Gründungen von Unternehmen durch Frauen*. Duncker & Humblot GmbH, Berlin.

WESTERHOLT, Birgit. 1995. *Frauen können führen*. Erfolg und Karriere durch Motivation und Kompetenz. Deutscher Taschenbuch Verlag, München.

WOLF, Sabine. 2004. *Die Rolle sozialer Netzwerke bei Unternehmensgründungen von Frauen*. Diplomarbeit der Wirtschaftsuniversität Wien.

WOLL, Arthur. 2000. *Wirtschaftslexikon*. 9. Aufl., München, Wien.

WUNDERER, Rolf. 2000. *Führung und Zusammenarbeit*. Eine unternehmerische Führungslehre. Luchterhand Verlag GmbH, Neuwied.

## **Internetquellen**

ALLEN, Elaine I. PhD et al.. 2007. *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2007, Report on Women and Entrepreneurship: Executive Summary*.

<http://www.gemconsortium.org/docs/download/282> (abgerufen am: 31. 12. 2012).

APFELTHALER, Gerhard et al.. 2008. *Global Entrepreneurship Monitor*. Bericht 2007 zur Lage des Unternehmertums in Österreich.

<http://www.gemconsortium.org/docs/download/707>

(abgerufen am: 20. 12. 2012).

BAROŠOVÁ, Margita. 2009. *Vybrané aspekty podnikania žien*.

[http://www.sspr.gov.sk/IVPR/images/IVPR/vyskum/2009/Barosova/Vybrane\\_aspekty.pdf](http://www.sspr.gov.sk/IVPR/images/IVPR/vyskum/2009/Barosova/Vybrane_aspekty.pdf)

(abgerufen am: 10. 01. 2013).

BROCKMANN, Heiner/ STAAK, Thorsten. 2011. Gründungsförderung zur Bereinigung von Marktversagen auf Absatzmärkten – ein konzeptioneller Ansatz, in: KfW Bankengruppe (Hrsg). 2011. *Gründungsförderung in Theorie und Praxis*. Frankfurt am Main. S. 25 – 47.  
[http://k-f-w.net/kfw/de/I/II/Download\\_Center/Fachthemen/Research/PDF-Dokumente\\_Sonderpublikationen/Gruendungsfoerderung\\_in\\_Theorie\\_und\\_Praxis\\_Internet.pdf#page=175](http://k-f-w.net/kfw/de/I/II/Download_Center/Fachthemen/Research/PDF-Dokumente_Sonderpublikationen/Gruendungsfoerderung_in_Theorie_und_Praxis_Internet.pdf#page=175) (abgerufen am: 02. 01. 2013).

CATHOMEN, Ivo. o.J. FAQ Selbständigkeit.  
[http://www.careers.hslu.ch/080104\\_faq\\_ivo\\_cathomen.pdf](http://www.careers.hslu.ch/080104_faq_ivo_cathomen.pdf)  
(abgerufen am: 19. 02. 2013).

FILADELFIOVÁ, Jarmila. 2010. *Empirický výskum pre Akadémiu pre začínajúce podnikateľky a jej vzdelávacie aktivity*.  
[http://www.zzvp.sk/userdata/emp\\_vyskum\\_21.pdf](http://www.zzvp.sk/userdata/emp_vyskum_21.pdf)  
(abgerufen am: 02. 09. 2012).

FRANZEN, Axel/POINTNER, Sonja. o. J. *Sozialkapital: Konzeptualisierungen und Messungen*.  
[http://www.soz.unibe.ch/unibe/wiso/soz/content/e5976/e7491/e15583/e15588/e15885/files15886/KZSH47\\_05\\_Franzen.pdf](http://www.soz.unibe.ch/unibe/wiso/soz/content/e5976/e7491/e15583/e15588/e15885/files15886/KZSH47_05_Franzen.pdf) (abgerufen am: 10. 12. 2012).

FUCHS, Barbara. 2011. Theoretische Begründungen und praktische Ansätze zur Ausschöpfung des Gründungspotenzials von Frauen, in: KfW Bankengruppe (Hrsg). 2011. *Gründungsförderung in Theorie und Praxis*. Frankfurt am Main. S. 165 – 185.  
[http://k-f-w.net/kfw/de/I/II/Download\\_Center/Fachthemen/Research/PDF-Dokumente\\_Sonderpublikationen/Gruendungsfoerderung\\_in\\_Theorie\\_und\\_Praxis\\_Internet.pdf#page=175](http://k-f-w.net/kfw/de/I/II/Download_Center/Fachthemen/Research/PDF-Dokumente_Sonderpublikationen/Gruendungsfoerderung_in_Theorie_und_Praxis_Internet.pdf#page=175) (abgerufen am: 02. 01. 2013).

GRANNEMANN, Ulrich. o.J. *Führung: Definition und Begriffe*.  
<http://www.leadion.de/artikel.php?artikel=0984> (abgerufen am: 21. 08. 2012).

HACKLER, Darrene et al.. 2008. *Human Capital and Women's Business Ownership*. Small Business Research Summary Nr 323.  
<http://archive.sba.gov/advo/research/rs323tot.pdf> (abgerufen am: 08. 08. 2012).

KELLEY, Donna J. et al.: 2011. *2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide*. Global Entrepreneurship Monitor.

<http://www.gemconsortium.org/docs/download/768> (abgerufen am: 22. 12. 2012).

KVAPILOVÁ, Erika. 2006. Implementation of the Principle of Equality between Women and Men in the Labour Market in: PISCOVÁ, Magdaléna et al. (Hrsg.). 2006. *Slovakia on the way to gender equality*. S. 11 – 28.

[http://www.sociologia.sav.sk/old/dokument/equal\\_gender\\_en.pdf](http://www.sociologia.sav.sk/old/dokument/equal_gender_en.pdf) (abgerufen am: 30. 11. 2012).

LECHNER, Ferdinand. 2010. Selbständige Erwerbstätigkeit in Europa. Bericht der Europäischen Kommission.

[https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:0UZclM0RSiMJ:ec.europa.eu/social/BlobServlet%3FdocId%3D6137%26langId%3Dde+LECHNER,+Ferdinand.+2010.+Selbst%3%A4ndige+Erwerbst%3%A4tigkeit+in+Europa.+Bericht+der+Europ%C3%A4ischen+Kommission&hl=en&gl=at&pid=bl&srcid=ADGEESgcYEqx1g6j4C8q\\_8gAUDY5V4IFfYMgRfeGgs6e9G5eXEFbs\\_n1JQ7OPTRdnXE9JOOUtAIWU00jNG7Q9Sy74H4hzefjbZsWJNvSIS\\_iAQBGqFL8pFzR6sAjTqNdLUR7N-\\_pSeIX&sig=AHIEtbSwoOSH0wr8b91N88e30LvjKFIR9Q](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:0UZclM0RSiMJ:ec.europa.eu/social/BlobServlet%3FdocId%3D6137%26langId%3Dde+LECHNER,+Ferdinand.+2010.+Selbst%3%A4ndige+Erwerbst%3%A4tigkeit+in+Europa.+Bericht+der+Europ%C3%A4ischen+Kommission&hl=en&gl=at&pid=bl&srcid=ADGEESgcYEqx1g6j4C8q_8gAUDY5V4IFfYMgRfeGgs6e9G5eXEFbs_n1JQ7OPTRdnXE9JOOUtAIWU00jNG7Q9Sy74H4hzefjbZsWJNvSIS_iAQBGqFL8pFzR6sAjTqNdLUR7N-_pSeIX&sig=AHIEtbSwoOSH0wr8b91N88e30LvjKFIR9Q)  
(abgerufen am: 20. 12. 2012).

MATIASKE, Wenzel et al.. 2002. *Anforderungen an Spitzenführungskräfte*. Retrospektive und Perspektive: Eine empirische Untersuchung. Berichte der Werkstatt für Organisations- und Personalforschung e.V. Nr. 7, Berlin.

<http://hermes.unibw-hamburg.de/werkstatt/berichte/bericht07.pdf> (abgerufen am: 24. 08. 2012).

MEYER, Rolf/HARABI, Najib. 2000. *Women-Power under the Microscope: Gender specific differences among jung entrepreneurs*. An empirical analysis. Discussion paper 2000-04, Munich Personal RePEc Archive.

[http://mpira.ub.uni-muenchen.de/4425/1/MPRA\\_paper\\_4425.pdf](http://mpira.ub.uni-muenchen.de/4425/1/MPRA_paper_4425.pdf) (abgerufen am: 04. 12. 2012).

MÜRNER, Beat. o.J. *Geschlechtsspezifische Berufssegregation*. Erklärungsansätze und deren empirische Bedeutung.

<http://homepage.swissonline.ch/bmuerner/berufswahl/pdfs/segregation.pdf> (abgerufen am: 18. 08. 2011).

PICOT, Arnold. 1982. Transaktionskostenansatz in der Organisationstheorie: Stand der Diskussion und Aussagewert in: CHMIELEWICZ, Klaus et al. (Hrsg): 1982. *Die Betriebswirtschaft*. Fachzeitschrift 42, Heft 2, C.E. Poeschel Verlag, Stuttgart. S. 267 – 284.

<http://epub.ub.uni-muenchen.de/6875/1/6875.pdf> (abgerufen am: 15. 08. 2012).

PILKOVÁ, Anna et al.. 2012. *Podnikanie na Slovensku: vysoká aktivita, nízke rozvojové ašpirácie*. GEM Slovensko 2011.

<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2428> (abgerufen am: 21. 12. 2012).

SCHWAB, Klaus. 2012. *The Global Competitiveness Report 2012-2013*. World Economic Forum.

[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2012-13.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf) (abgerufen am: 22. 12. 2012).

TEICHGRABER, Martin. 2012. *European Union Labour Force Survey – Annual results 2011*. Eurostat, statistics in focus 40/2012.

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-SF-12-040/EN/KS-SF-12-040-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-040/EN/KS-SF-12-040-EN.PDF)

(abgerufen am: 03. 12. 2012).

Austria Wirtschaftsservice GmbH. 2005. Definition kleine und mittlere Unternehmen. 01. Jänner 2005, 4. Fassung.

[http://www.awsg.at/Content.Node/files/ergaenzendeinfos/Definition\\_KMU.pdf](http://www.awsg.at/Content.Node/files/ergaenzendeinfos/Definition_KMU.pdf) (abgerufen am: 24. 08. 2012).

Bundeskanzleramt Österreich. 2010. Gleichstellung von Frauen und Männern am Arbeitsmarkt.

<http://www.frauen.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=40025>

(abgerufen am: 10. 01. 2013).

Europäische Kommission. 2012. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Was ist ein KMU? Aktualisiert am: 19. 04. 2012.

[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_de.htm)  
(abgerufen am: 24. 08. 2012).

European Commission. 2012. Women Entrepreneurship Portal. Small and medium-sized enterprises (SMEs).

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/portal/>  
(abgerufen am: 06. 01. 2013)

European Commission. 2012. Women in economic decision-making in the EU: Progress report. A Europe 2020 initiative.

[http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/women-on-boards\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/women-on-boards_en.pdf)  
(abgerufen am: 29. 08. 2012).

European Commission. 2012. Progress on equality between women and men in 2011.

[http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/swd2012-85-gendereq\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/swd2012-85-gendereq_en.pdf)  
(abgerufen am: 04. 01. 2013).

European Commission. 2010. Strategy for equality between women and men.

[http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/strategy\\_equality\\_women\\_men\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/strategy_equality_women_men_en.pdf)  
(abgerufen am: 28. 08. 2012).

FEM. 2011. FEM – The European Association of Female Entrepreneurs and Co-entrepreneurs.

[http://portal.wko.at/wk/format\\_detail.wk?angid=1&stid=612216&dstid=9404&opennavid=0](http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=612216&dstid=9404&opennavid=0)  
(abgerufen am: 06. 01. 2013).

Plattform *Regionfemme*. <http://www.Regionfemme.eu>

(abgerufen am 07. 01. 2013)

Statistik Austria. 2012. Ergebnisse im Überblick: Unternehmensdemografie

[http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/unternehmen\\_arbeitsstaetten/unternehmensdemografie\\_insgesamt/neugruendungen/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/unternehmen_arbeitsstaetten/unternehmensdemografie_insgesamt/neugruendungen/index.html)

(abgerufen am 20. 12. 2012)

Wirtschaftskammer Österreich. 2011. Ein-Personen-Unternehmen (EPU) in Österreich.

[http://portal.wko.at/wk/format\\_detail.wk?AngID=1&StID=357341&DstID=17](http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=357341&DstID=17) (abgerufen am: 24. 08. 2012).

Wirtschaftskammer Österreich. 2012. Frau in der Wirtschaft.

[http://portal.wko.at/wk/format\\_detail.wk?angid=1&stid=96614&dstid=281&opennavid=666](http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=96614&dstid=281&opennavid=666)

(abgerufen am: 03. 12. 2012).

Wirtschaftskammer Wien. 2012. Frau in der Wirtschaft. *Regionfemme*.

Aktualisiert am 14. 02. 2012.

[http://portal.wko.at/wk/format\\_detail.wk?AngID=1&StID=535348&DstID=6350](http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=535348&DstID=6350)

(abgerufen am: 29. 08. 2012).

Združenie žien v podnikaní. 2012. <http://zzvp.sk/index.php?mod=page&id=111>

(abgerufen am 07. 01. 2013)

Clark, Nancy. WomensMedia. <http://www.womensmedia.com/new/Nancy-Clark-quotes.shtml> (abgerufen am: 28. 08. 2011).

o.A. 2011. Newsletter „*Gründer und Selbständige*“ vom 25. 08. 2011.

[http://fuerfrauenvonfrauen.files.wordpress.com/2011/09/frauen-nutzen-netzwerke-unzureichend\\_xing-studie.pdf](http://fuerfrauenvonfrauen.files.wordpress.com/2011/09/frauen-nutzen-netzwerke-unzureichend_xing-studie.pdf) (abgerufen am: 17. 08. 2011).

# ANHANG

## Fragebogen (Deutsch)

### 1. Haben Sie ein Unternehmen gegründet? (eine Antwortmöglichkeit)

- Ja, ich bin über 3 Jahre selbständig
- Ja, ich bin weniger als 3 Jahre selbständig
- Ich bin gerade in der Gründungsphase
- Nein, aber ich habe vor, innerhalb eines Jahres ein Unternehmen zu gründen
- Nein, ich bin nicht sicher, ob ich ein Unternehmen gründen werde
- Nein, und ich plane es auch nicht

### 2. Falls Sie ein Unternehmen bereits gegründet haben oder ein Unternehmen gründen wollen, wo sehen Sie Gründungsprobleme? (Bitte die 3 größten Probleme ankreuzen!)

- Ich habe zu wenig Kapital
- Ich bin zu wenig informiert und kenne mich im System nicht aus
- Ich habe wenig Vertrauen in meinen Fähigkeiten
- Ich habe keine gute Unternehmensidee
- Ich fürchte, dass meine Investitionen nicht zurückkommen
- Ich habe keine/ zu wenig Ausbildung und mir fehlen Kenntnisse von Buchhaltung, Finanzmanagement, Marketing usw.

### 3. Falls Sie ein Unternehmen bereits gegründet haben oder ein Unternehmen gründen wollen, was sind Ihre Gründungsmotive? (Bitte die 3 wichtigsten Motive ankreuzen!)

- Es ist für mich der einzige Ausweg aus der Arbeitslosigkeit
- Ich denke, dass ich als Unternehmerin meine Familie und Arbeit besser vereinbaren kann
- Ich will etwas machen, was mir Spaß macht
- Ich will mich als Führungskraft durchsetzen
- Ich fühle mich wegen meines Geschlechts diskriminiert
- Ich fühle mich wegen meines Alters diskriminiert
- Ich fühle mich wegen meiner Ausbildung diskriminiert
- Ich will meine Ideen und Visionen realisieren
- Ich denke, dass ich als Selbständige bessere finanzielle Sicherheit habe
- Ich will etwas Nachhaltiges schaffen

- Ich denke, dass es eine gute Gelegenheit ist, mich und meine Fähigkeiten zu präsentieren
- Meine Verwandten/Familie/Freunde haben ein Unternehmen gegründet und sind sehr erfolgreich

**4. Wie würden Sie Ihre Gründungsmotive bezeichnen? Eher als**

- Negativ – ich habe aus der „Notwendigkeit“ gehandelt
- Positiv – ich habe eine „Gelegenheit der Selbstverwirklichung“ gesucht

**5. Welche fördernden Maßnahmen würden Sie sich wünschen? (Bitte max. 3 Möglichkeiten ankreuzen!)**

- Mehr Kinderbetreuungsplätze
- Bessere Weiterbildungsmöglichkeiten
- Besseren Zugang zu Informationen
- Änderungen durch den Gesetzgeber ODER Änderungen der Gesetze/gesetzliche Maßnahmen
- Finanzielle Unterstützung

**6. Ihr Alter**

- Bis 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- 46 – 55
- Über 56

**7. Ihre Erwerbsslage (mehrere Antwortmöglichkeiten)**

- Abhängig erwerbstätig
- Selbständig
- Arbeitslos
- Karenz
- Studentin
- Pensionistin

**8. Ihr höchster erreichter Ausbildungsabschluss?**

- Pflichtschule
- Lehre
- Berufsbildende mittlere Schule
- Matura
- Hochschule/Universität

## Fragebogen (Slowakisch)

### 1. Máte v pláne začat' podnikat' alebo už podnikáte? (Iba jedna možnosť odpovede)

- Áno, podnikám už viac ako 3 roky
- Áno, podnikám menej ako 3 roky
- Som práve vo fáze založenia podniku
- Nie, ale mám v úmysle sa osamostatniť v priebehu jedného roka
- Nie, nie som si istá, či sa osamostatním
- Nie a ani to neplánujem

### 2. Ak ste sa už osamostatnili alebo to plánujete, čo sú podľa Vás najväčšie problémy pri založení podnikania? (Max. 3 odpovede)

- Mám príliš málo kapitálu
- Nemám dostatočné informácie a nevyznám sa v systéme
- Nedostatočná viera v seba a svoje schopnosti
- Nemám žiaden dobrý nápad na podnikanie
- Obávam sa, že sa mi moje investície nevrátia
- Mám nedostatočné vzdelanie, resp. chýbajú mi znalosti z určitých oblastí, napr. účtovníctvo, management, marketing atď.

### 3. Ak ste sa už osamostatnili alebo to plánujete, čo Vás najviac motivuje?

(Max. 3 odpovede)

- Je to pre mňa jediné východisko z nezamestnanosti
- Myslím si, že ako samostatná podnikateľka dokážem lepšie koordinovať prácu a rodinu
- Chcem robiť niečo, čo ma baví.
- Chcem sa týmto spôsobom presadiť vo vedení
- V zamestnaní som ako žena diskriminovaná
- V zamestnaní som kvôli svojmu veku diskriminovaná
- V zamestnaní som kvôli svojmu vzdelaniu diskriminovaná
- Chcem zrealizovať svoje vízie a nápady
- Myslím si, že mám ako podnikateľka lepšiu finančnú záruku
- Chcem vytvoriť niečo trvácne
- Myslím si, že je to dobrá príležitosť prezentovať seba a svoje schopnosti
- Moji známi/rodina/priatelia sa osamostatnili a sú veľmi úspešní

**4. Svoju motiváciu na osamostatnenie by ste označili skôr ako:**

- Negatívnu – osamostatnila som sa z nutnosti
- Pozitívnu – osamostatnila som sa, pretože som v tom videla dobrú príležitosť na sebarealizáciu

**5. Aké opatrenia na podporu podnikateliek by ste si želali? (Max. 3 odpovede)**

- Viac miest v škôlkach a podpora pri starostlivosti o deti
- Lepšie možnosti vzdelávania a podpora dodatočného vzdelania
- Lepší prístup k informáciám
- Zmena legislatívy a zákona o podnikaní
- Lepšia finančná podpora

**6. Váš vek**

- Do 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- 46 – 55
- Nad 56

**7. Povolanie/Činnosť (Možnosť viacerých odpovedí )**

- Zamestnanec
- Samostatne zárobkovo činná osoba
- Nezamestnaná
- Na materskej
- Študentka
- Na dôchodku

**8. Najvyššie dosiahnuté vzdelanie**

- Základné
- Stredné odborné bez maturity
- Úplne stredné odborné s maturitou
- Úplne všeobecné s maturitou
- Vysokoškolské

## **Leitfadeninterview (Deutsch)**

### **Einführungsfragen**

1. Sie sind eine der Leiterinnen des Projektes „*Regionfemme*“, konnten Sie bitte das Projekt näher vorstellen?
2. Wie lange betreuen Sie schon die Frauen, die am Projekt „*Regionfemme*“ teilnehmen?
3. Kennen Sie auch andere ähnliche Projekte zur Förderung von Frauen/Haben Sie an anderen ähnlichen Projekten schon gearbeitet?

### **Schlüsselfragen**

4. „*Regionfemme*“ organisiert verschiedene Seminare, die die Frauen bei der Gründung ihrer Erwerbstätigkeit unterstützen. Welche waren es bis jetzt und um welche haben sich die Frauen am meisten interessiert?
5. Was war die Reaktion der Frauen an dieses Projekt?
6. Was sind Ihrer Meinung nach die Motive, die die Frauen dazu führen, ihr eigenes Unternehmen zu gründen?
7. Wie würden Sie die Mehrheit der Teilnehmerinnen charakterisieren? Um welche Typen von Frauen handelt es sich am meisten?
8. Was sind Ihrer Meinung nach die bedeutendste Hindernisse/Probleme, die die Frauen bei der Unternehmensgründung haben?
9. Das Projekt endet dieses Jahr, wie beurteilen Sie den Erfolg von „*Regionfemme*“?
10. Gibt es den Bedarf und die Möglichkeit, das Projekt zu verlängern?

## Leitfadeninterview (Slowakisch)

### Einführungsfragen:

1. Vy ste vedúce projektu „Regionfemme“ na Slovensku, predstavili by ste mi tento projekt bližšie? Ako sa odlišuje projekt zo strany Rakúska?
2. Ako dlho vediete/sa staráte o ženy v tomto projekte?
3. Poznáte aj iné projekty, ktoré by týmto alebo iným spôsobom podporovali ženy na Slovensku/Rakúsku/EU? Pracovali ste už na podobných projektoch?

### Schlüsselfragen/Themen

4. „*Regionfemme*“ organizuje rôzne semináre, ktoré podporujú ženy pri založení podnikania, o aké semináre sa jedná? Ako sú organizované? O ktoré mali ženy najväčší záujem?
5. Aká bola reakcia žien na tento projekt?
6. Čo sú podľa Vás motívy/dôvody, kvôli ktorým sa ženy rozhodnú si založiť živnosť a sa osamostatniť?
7. Ako by ste charakterizovali ženy, ktoré sa zúčastňujú na seminároch? Dajú sa tu rozoznať určité skupiny/typy žien?
8. Čo sú podľa Vás najväčšie problémy, s ktorými sa ženy stretávajú keď sa chcú osamostatniť?
9. Tento projekt končí tento rok, ako by ste zhodnotili jeho úspešnosť?
10. Existuje možnosť alebo vôbec dopyt aby sa tento projekt predĺžil?

## **Zusammenfassung**

Die Gründe der Unterrepräsentation von Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen ist ein Thema, welches in der wissenschaftlichen Literatur aus vielen unterschiedlichen Blickwinkeln besprochen wurde. Die historische und derzeitige Rolle des Geschlechts in der Wirtschaft, ein anderer Zugang zu Humankapital-, Netzwerk- und Finanzressourcen und die Diskriminierung von Frauen aufgrund ihres Geschlechts sind einige Erklärungen für die weibliche Minderheit im Unternehmensbereich. In der Arbeit werden nicht nur diese theoretischen Ansätze zur Unterrepräsentation der Unternehmensgründerinnen besprochen, sondern auch fördernde Maßnahmen, die Frauen zu einer Unternehmensgründung ermutigen sollen.

Um die Frauen zielgerichtet fördern zu können, werden die Merkmale und die Motivation von Frauen untersucht, da sie einen direkten Einfluss auf potenzielle Gründungen haben. In der vorliegenden Arbeit werden diese im österreichisch-slowakischen Gebiet beforscht. Es wird in der vorliegenden Arbeit der Frage nachgegangen ob die Möglichkeit sich als Führungskraft zu etablieren als Gründungsmotiv gesehen werden kann. Notwendigkeitsmotiv und Möglichkeitsmotiv als Anreize zur Unternehmensgründung, Zusammenhänge zwischen soziodemographischen Merkmalen und Motivation von Unternehmensgründerinnen, sowie die Rolle des Projektes „*Regionfemme*“ sind Schwerpunkte dieser Arbeit. Die Rolle des grenzüberschreitenden Projektes „*Regionfemme*“ in der Förderung von Unternehmerinnen und Unternehmensgründerinnen ist ein zentraler Teil der Arbeit, da die richtige Unterstützung der Frauen zur steigenden Anzahl der Unternehmerinnen führen kann.

## **Abstract**

The reasons for the under-representation of women entrepreneurs and women in self-employment is a topic that has been discussed in the scientific literature from many different angles. The historical and current role of women in the economy, a different approach to human capital, network and financial resources and the discrimination of women because of their gender, and some of the explanations of the insufficient representation of women in the corporate sector. This study explains not only these theoretical approaches to under-representation of the women company founders, but also explores the measurements, which fight against it, such as support of women entrepreneurs.

The characteristics and motivations of women are examined in order to support women efficiently, as they can have a direct impact on the potential company founders. This study concentrates on the Austrian-Slovak territory. As one of the incentives for establishing the company is a possibility to become a company leader. Necessity and opportunity as incentives for self-employment, the relationship between socio-demographic characteristics and the motivation for self-employment, as well as the role of "*Regionfemme*" will be the focus of this study. The role of the cross-border project "*Regionfemme*" in the support of women entrepreneurs and company founders is an important part of the work, as the proper support of the women can lead to the increasing number of women entrepreneurs.

## **Lebenslauf**

### **LUCIA REZNAKOVA**

#### **Angaben zur Person**

Geburtsdatum und Ort 02. Dezember 1986, Malacky, Slowakei  
Staatsangehörigkeit Slowakei

#### **Schul- und Berufsbildung**

Zeitraum 3/2010 – 3/2013  
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten Industrielles Management  
Name und Art der Bildungs-  
oder Ausbildungseinrichtung Universität Wien  
Masterstudium, Int. Betriebswirtschaftslehre

Zeitraum 10/2009 – 4/2013  
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten Weltbild, Entwicklungszusammenarbeit  
Name und Art der Bildungs-  
oder Ausbildungseinrichtung Universität Wien  
Bachelorstudium, Kultur- u. Sozialanthropologie

Zeitraum 09/2006 – 10/2009  
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten Außenhandel, Logistik, Russisch  
Name und Art der Bildungs-  
oder Ausbildungseinrichtung Fachschul-Bachelorstudiengänge, Eisenstadt  
Bachelorabschluss, Int. Wirtschaftsbeziehungen

Zeitraum 09/2002 – 05/2006  
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten BWL, Ökonomie, Deutsch  
Name und Art der Bildungs-  
oder Ausbildungseinrichtung HAK, I. Karvaša. Bratislava, Slowakei  
Matura

#### **Auslandsaufenthalte**

Zeitraum 09/2008 – 01/2009  
Bezeichnung Auslandssemester  
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten Int. Marketing, Ökonomie  
Name und Art der Bildungs-  
oder Ausbildungseinrichtung HEC – Ulg Liege, Belgien

Zeitraum	07/2008 – 07/2008
Bezeichnung	Sommerhochschule
Hauptfächer/berufliche Fähigkeiten	Russische Kultur und Sprache
Name und Art der Bildungs- oder Ausbildungseinrichtung	Institut Pushkina, Moskau, Russland

### **Persönliche Fähigkeiten und Kompetenzen**

#### **Sprachen**

Slowakisch	Muttersprache
Tschechisch	Verhandlungssicher
Deutsch	Verhandlungssicher
Englisch	Verhandlungssicher
Russisch	Gute Kenntnisse in Wort
Spanisch	Gute Kenntnisse in Wort und Schrift

#### **PC-Kenntnisse**

MS-Office	Anwenderkenntnisse
SPSS	Basis Kenntnisse

#### **Zusätzliche Angaben**

Kunstschule	Im Zeitraum 1991- 1996, Malacky, Slowakei
-------------	---