



# **Erste Erfahrungen mit dem „KfW Gründercoaching Deutschland“**

**Ergebnisse der Befragung des Deutschen Gründerinnen Forums**

**Autorin: Dr. Jenna Voss**

## Inhalt

<b>Vorwort und Einführung</b> .....	<b>3</b>
<b>1 Rücklauf und Stichprobe</b> .....	<b>4</b>
1.1 Rücklauf.....	4
1.2 Profil der antwortenden Institutionen und Einrichtungen.....	4
<b>2 Bisherige Erfahrungen mit KfW-Gründercoaching</b> .....	<b>5</b>
2.1 Nutzung des Gründercoachings durch Gründerinnen und Gründer.....	5
2.2 Informationen für Gründer/innen.....	6
2.3 Leistbarkeit von Eigenanteil bei Gründer/innen.....	7
2.4 Bewertung des Antrags und des Zugangs für Frauen.....	7
2.5 Werbung und Ansprache.....	8
2.6 Bewertung der Zusammenarbeit mit Regionalpartnern.....	9
2.7 Bewertung der Beraterbörse .....	11
2.8 Verbesserungsvorschläge –Handlungsbedarf vor allem im Bereich der Werbung und Information.....	12
<i>Persönliche Kommentare und Verbesserungsvorschläge</i> .....	13
<b>3 Zusammenfassung</b> .....	<b>13</b>
<b>4 Fazit und Handlungsempfehlungen</b> .....	<b>15</b>

## Vorwort und Einführung

Das Deutsche Gründerinnen Forum (DGF e. V.) ist ein Expert/innen-Netzwerk, das sich seit mehr als zwölf Jahren für die Verbesserung der Rahmenbedingungen und des Klimas für Existenzgründungen von Frauen einsetzt. Hierfür hat das DGF zentrale Kompetenzen aufgebaut, zu denen die Lobbyarbeit für Existenzgründerinnen, Beratung von Gründerinnen und Multiplikatorinnen, die Entwicklung von Qualitätsstandards für gendergerechte Gründungsberatung und nicht zuletzt die Initiierung von innovativen Projekten zählen, die die Frauen auf dem Wege zu einer Existenzgründung unterstützen. Die aktuelle DGF-Umfrage zum „KfW-Gründercoaching Deutschland“ bildet einen Teil dieser Bemühungen und Aufgabenstellungen. Die Umfrage hat zum Ziel, erste Erfahrungen zur Nutzung und Umsetzung des KfW-Gründercoachings zu ermitteln und auszuwerten, insbesondere auch bezogen auf die Nutzung durch Frauen sowie Gründer/innen aus Arbeitslosigkeit. Zudem sollten Handlungsbedarfe und Verbesserungsmöglichkeiten ermittelt und aufgezeigt werden.

Fragestellungen der Umfrage sind insbesondere:

- Welche Erfahrungen konnten bisher mit dem KfW-Gründercoaching zielgruppenspezifisch gemacht werden?
- Wo liegen Stärken und wo Verbesserungsmöglichkeiten des KfW-Gründercoachings?
- Welche zielgruppenspezifischen Unterschiede gibt es bei der Nutzung, insbesondere zwischen Gründerinnen und Gründern?

Der Vorstand des Deutschen Gründerinnen Forums hat hierzu im Sommer 2009 einen standardisierten Fragebogen entwickelt und bundesweit an Beratungseinrichtungen, Regionalpartner und Nicht-

Regionalpartner bundesweit per email versandt. Abgefragt wurden insbesondere folgende Themenbereiche:

- 
- die Akzeptanz des KfW-Gründercoaching bei den Gründerinnen und Gründern,
  - die Leistbarkeit des Eigenanteils,
  - die Zufriedenheit mit der Gestaltung der Antragsunterlagen und des Antragsverfahrens,
  - die Bewertung der Werbung und Information sowie gezielte Ansprache der Zielgruppen,
  - die Bewertung der Zusammenarbeit der Partner und
  - die Bewertung der Beraterbörse.
- 

Ferner hat das DGF die angefragten Institutionen um konkrete Vorschläge gebeten, wie die Ausgestaltung und Nutzungsmöglichkeiten ggf. optimiert werden könnten.

Auf der Grundlage der Ergebnisse der Umfrage möchte das DGF

- 
- erste Umsetzungserfahrungen aus der Praxis systematisch darstellen,
  - Handlungsbedarfe und Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen sowie
  - konkrete Hinweise für die bevorstehenden Evaluierungen geben.

DGF-Vorstand: Dr. Birgit Buschmann, Jutta Dehoff-Zuch, Yvette Dinse, Edith Trossen-Pflug, Dr. Jenna Voss

## 1 Rücklauf und Stichprobe

### 1.1 Rücklauf

Im Rahmen der Umfrage zu den Erfahrungen mit dem KfW-Gründercoaching „Deutschland“ wurde ein standardisierter Fragebogen an ca. 1100 Beratungseinrichtungen und Förderinstitutionen in ganz Deutschland per Email verschickt. Geantwortet haben 100 Einrichtungen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von rund 10%, wobei 10 Einrichtungen die Fragen aufgrund keiner oder zu geringfügiger Erfahrungen mit dem KfW-Gründercoaching nicht beantworten konnten. Bei der Auswertung konnten 76 Fragebögen berücksichtigt werden.<sup>1</sup>

### 1.2 Profil der antwortenden Institutionen und Einrichtungen

An der Umfrage haben sich 76 49 (67%) Frauen und 24 (33%) Männer (Abb. 1) aus diversen Förder- und Beratungsorganisationen bundesweit beteiligt. Darunter befinden sich 33 (47%) Institutionen, die als Regionalpartner zusammenarbeiten, 37 (52%) gehören nicht den Regionalpartnern an (Abb. 2).

<sup>1</sup> Die folgende Auswertung bezieht alle auswertbaren Fälle ein. Aufgrund der kleinen Fallzahl werden bei der Auswertung allgemeine Häufigkeiten ausgezählt sowie eine Auswertung nach Geschlecht der Antwortenden und nach der Zugehörigkeit zu den Regionalpartnern vorgenommen. Einige der im Fragebogen gestellten Fragen konnten nicht von allen an der Umfrage Teilnehmenden beantwortet werden. Z. B. konnten frauenspezifische Einrichtungen die Fragen für die Zielgruppe „männliche Gründer“ nicht beantworten. Fehlende Antworten sind in fast allen Fragebereichen zu finden und als „k. A.“ gekennzeichnet. Alle Werte und Prozentangaben beziehen sich auf die tatsächlich geleisteten Antworten (N) auf die im Fragebogen gestellten Fragen. Die Prozentangaben sind gerundet.

Abbildung 1: Geschlecht der Antwortenden N=73

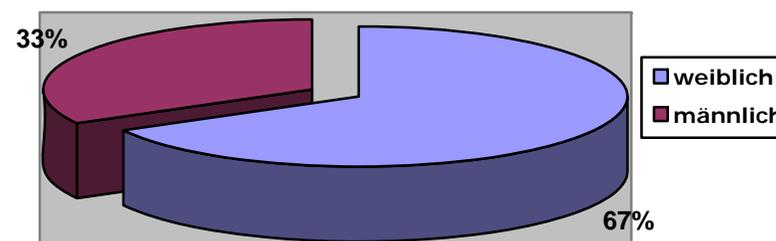
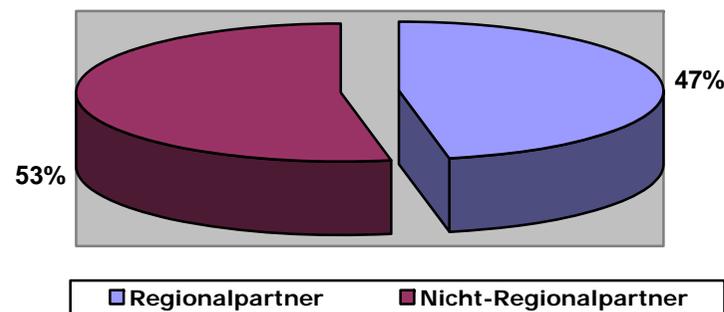
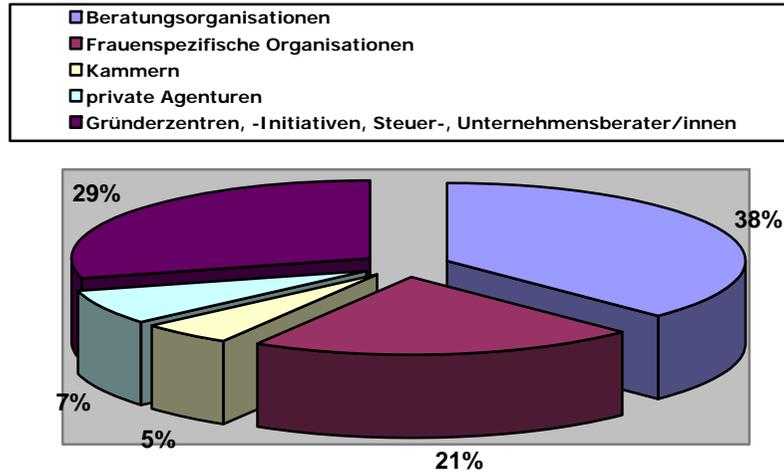


Abbildung 2: Verteilung nach Beteiligungsart N=70



Die größte Gruppe bilden die Beratungsorganisationen (38%), die sowohl Frauen als auch Männer beraten. Es sind öffentliche und private Einrichtungen dabei. 21% bilden die frauenspezifischen Einrichtungen u. a. die Gleichstellungsstellen sowie Frauengründungsnetzwerke. Weitere Einrichtungen wie Gründungsinitiativen, Gründerzentren, Steuer-, und Unternehmensberater/innen sowie Lotsendienste bilden ca. 29% der beteiligten Organisationen aus (Abb.3).

Abbildung 3: Beteiligte Institutionen N=75



## 2 Bisherige Erfahrungen mit KfW-Gründercoaching

### 2.1 Nutzung des Gründercoachings durch Gründerinnen und Gründer

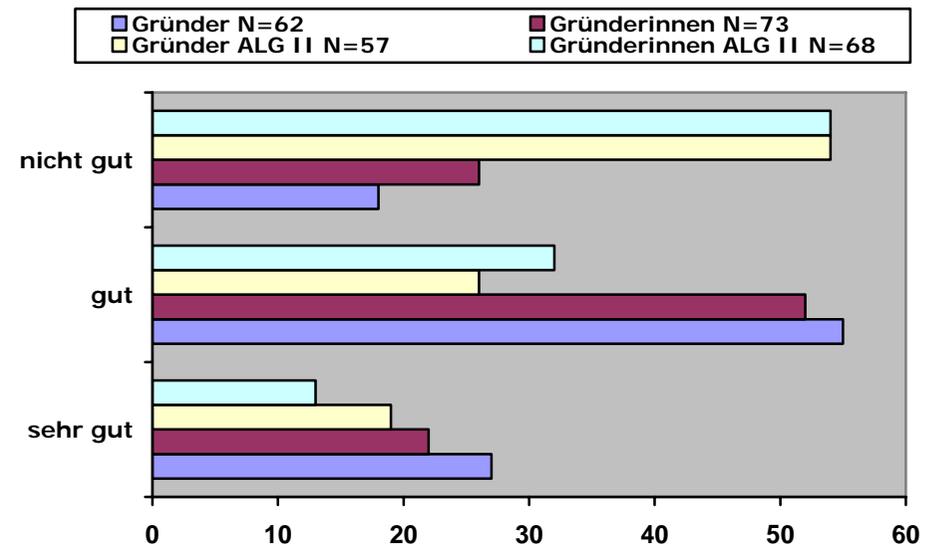
Die Mehrheit der Antwortenden (55%) beurteilt die Annahme des Gründercoachings durch Gründer als „gut“ und 27% als „sehr gut“. Auch die Annahme durch Gründerinnen wird mehrheitlich als „gut“ (52%) und „sehr gut“ (22%) bewertet, nur 19 Antwortende (26%) bewerten sie als „nicht gut“.

Vergleichbar, aber ein wenig kritischer fällt die Bewertung der Annahme durch Gründerinnen und Gründer aus der Arbeitslosigkeit (ALG I) aus: 80% beurteilen die Annahme durch Gründer als „gut“ (51%) und „sehr gut“. „Gut“ und „sehr gut“ finden 72% der Antwort-

tenden die Annahme durch Gründerinnen, knapp 28% beurteilen sie als „nicht so gut“.

Die Annahme durch Gründerinnen und Gründer ALG II wird mehrheitlich als „nicht gut“ bewertet (jeweils 54,4%) (Abb. 4).

Abbildung 4: Annahme durch Gründerinnen und Gründer in %



Die antwortenden Frauen schätzen die Nutzung des Gründercoachings durch Gründer vorwiegend als „gut“ und „sehr gut“ ein (ins. 86%), die Antworten der Männer fallen kritischer aus: 63% bewerten die Annahme zwar als „gut“, 25% jedoch als „nicht so gut“. Männer sind auch skeptischer in Bezug auf die Nutzung durch Gründerinnen. Über die Hälfte von ihnen bewertet die Nutzung durch Gründerinnen als „gut“, ein Viertel als „nicht so gut“. Knapp die

Hälfte der Frauen bewertet die Nutzung durch Gründerinnen als „gut“, jeweils ein Viertel als „nicht so gut“ oder als „sehr gut“.

Sowohl Frauen als auch Männer schätzen mehrheitlich die Nutzung durch Gründer (ALG I) als „gut“ ein. Die Nutzung durch Gründerinnen aus ALG I wird kritischer eingeschätzt. Mehrheitlich als „nicht so gut“ wird die Nutzung durch Gründer und Gründerinnen aus ALG II bewertet. Die Antworten unterscheiden sich nach Geschlecht nur geringfügig.

Die Regionalpartner bewerten die Nutzung durch Gründerinnen und Gründer sowie Gründer/innen aus der Arbeitslosigkeit (ALG I) deutlich besser als Nicht-Regionalpartner. Bei der Bewertung der Nutzung durch Gründer/innen aus ALG II fallen ihre Antworten jedoch kritischer aus als die der Nicht-Regionalpartner. Rund 60% stufen die Annahme durch Frauen und Männer als „nicht so gut“ ein.

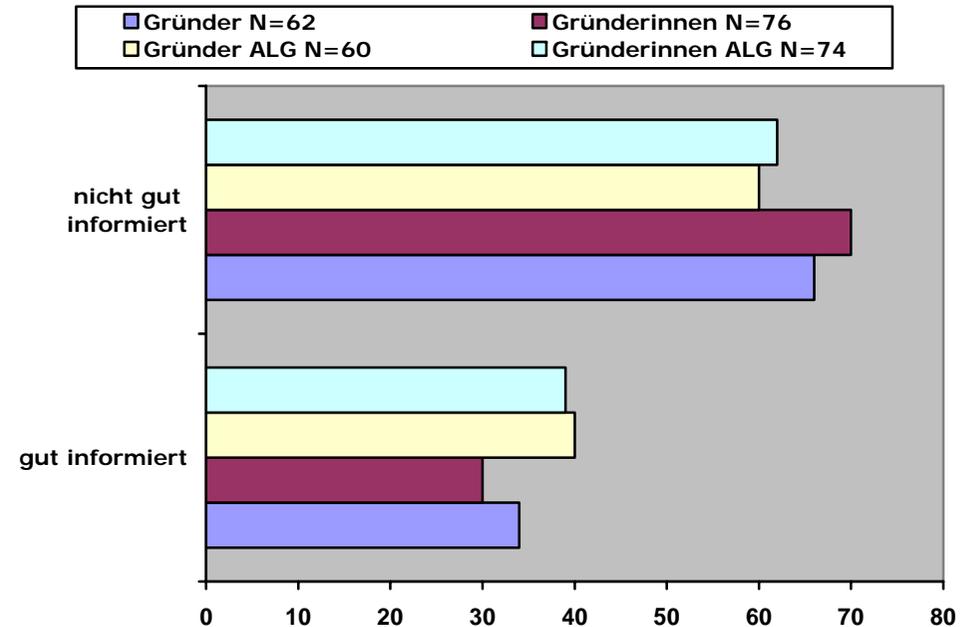
## 2.2 Informationen für Gründer/innen

Mehrheitlich wird die Information von Gründerinnen und Gründern als nicht ausreichend eingeschätzt. Bezogen auf Gründerinnen sind es sogar knapp 70%. Ähnlich fällt die Bewertung für die Gründer/innen aus der Arbeitslosigkeit aus (Abb. 5).

Ca. 60% der Antwortenden halten den Informationsstand für nicht ausreichend. Die Antworten der Männer fallen in diesem Bereich deutlich kritischer aus als die der Frauen.

Auch die Regionalpartner halten die Information von Gründer/innen mehrheitlich für nicht ausreichend. Sie bewerten die Information von Gründer/innen aus der Arbeitslosigkeit jedoch eher als gewährleistet. Bezüglich des Informiertseins der Gründer/innen fallen die Antworten der Nicht-Regionalpartner deutlich kritischer aus.

Abbildung 5: Finden Sie, dass Gründerinnen und Gründer über KfW-Coaching gut informiert sind? in %

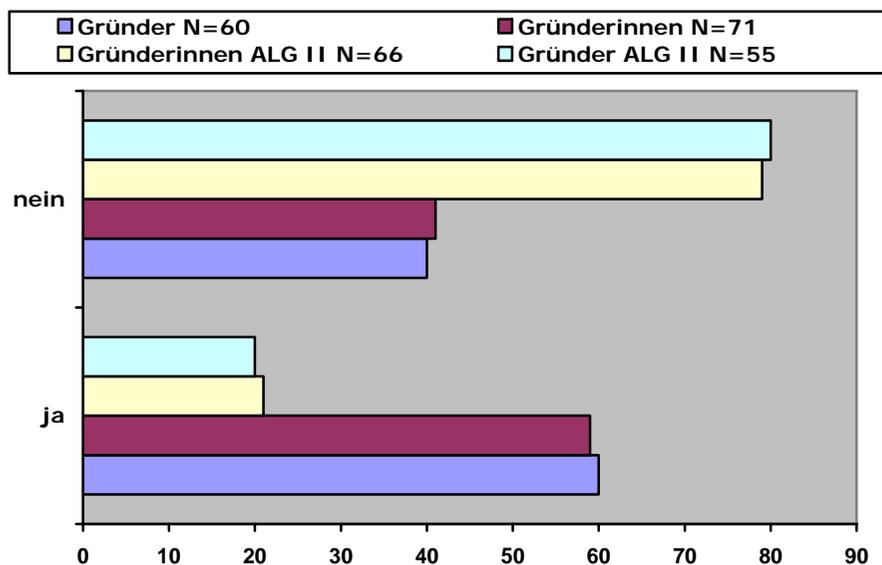


Auf die Frage, wo sich insbesondere Frauen über Gründercoaching informieren gaben die Antwortenden mehrheitlich die Kammern und die Wirtschaftsförderung an. Allerdings könnten zudem auch diverse Beratungsorganisationen und Gründungsnetzwerke und Initiativen sowie frauenspezifisch arbeitende Organisationen zwecks Information in Anspruch genommen werden.

### 2.3 Leistbarkeit von Eigenanteil bei Gründer/innen

Mehrheitlich wird die Leistbarkeit des Eigenanteils beim KfW-Gründercoaching als gegeben eingeschätzt (60%). Dass auch Gründerinnen und Gründer aus ALG II ihren Eigenanteil problemlos leisten können, verneinen aber ca. 80% der Antwortenden (Abb. 6).

**Abbildung 6: Kann der Eigenanteil durch Gründerinnen und Gründer problemlos geleistet werden? in %**



Aufgesplittet nach Geschlecht fallen die Antworten vergleichbar aus, dabei fällt auf, dass die Männer die finanzielle Leistbarkeit von Gründer/innen aus ALG II kritischer einschätzen als Frauen.

Die Regionalpartner bewerten die finanzielle Leistungsfähigkeit von Gründer/innen und Gründer/innen aus ALG II besser als die Nicht-Regionalpartner.

### 2.4 Bewertung des Antrags und des Zugangs für Frauen

67% der Antwortenden halten die Antragsunterlagen für übersichtlich und benutzungsfreundlich, aber knapp die Hälfte findet die Abwicklung „nicht so gut“. Von 43% der Befragungsteilnehmer/innen wird die Abwicklungsdauer als „nicht gut“ eingeschätzt. Den Zugang zum Gründercoaching für Frauen schätzen 29% der Antwortenden ebenfalls als „nicht gut“ ein. Die Bewertung der Antragsabwicklung durch die Antragsstellerinnen fällt bei 38% „nicht gut“, bei 46% jedoch „gut“ aus (Abb. 7, 8, 9).

**Abbildung 7: Sind die Antragsunterlagen übersichtlich und benutzungsfreundlich gestaltet? N=66 in %**

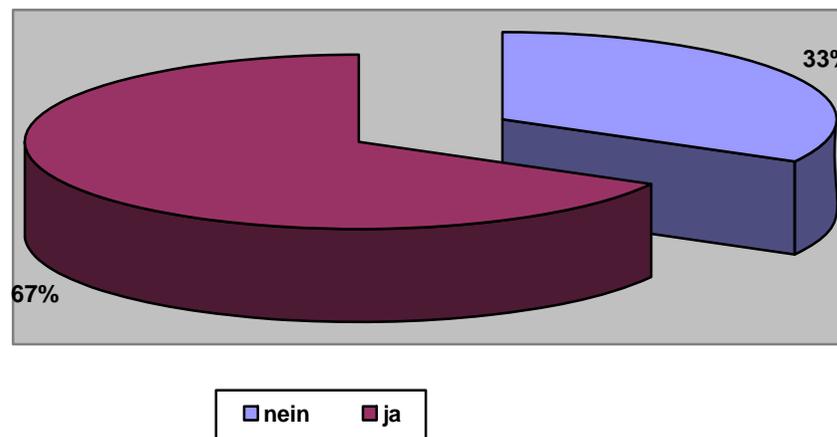
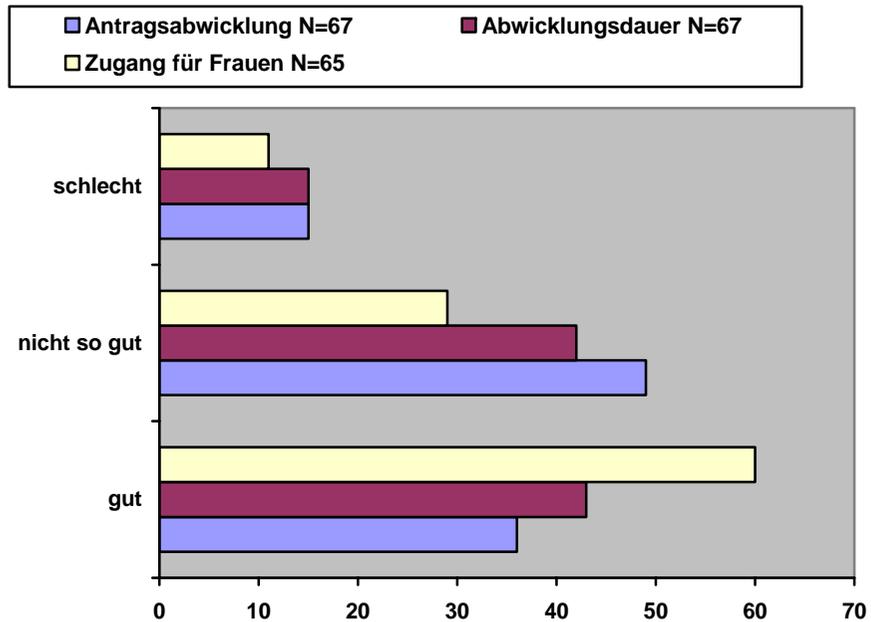


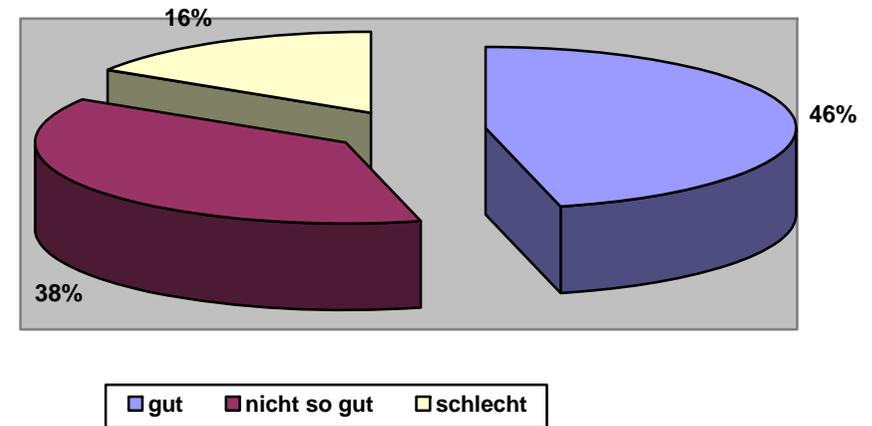
Abbildung 8: Bewertung der Durchführung des KfW-Coachings? N=66 in %



Die Bewertung der Frauen fällt kritischer aus als die der Männer. Am deutlichsten zeigt sich das bei der Einschätzung des Zugangs für Frauen: Diesen halten nur 48% Frauen für „gut“, während die Zustimmung der Männer bei 83% liegt.

Die Regionalpartner halten zwar die Antragsunterlagen mehrheitlich für gut gestaltet, sie bewerten die Antragsabwicklung jedoch kritischer als die Nicht-Regionalpartner. Den Zugang für Frauen schätzen sie mit 73% deutlich besser ein als die Nicht-Regionalpartner (48%).

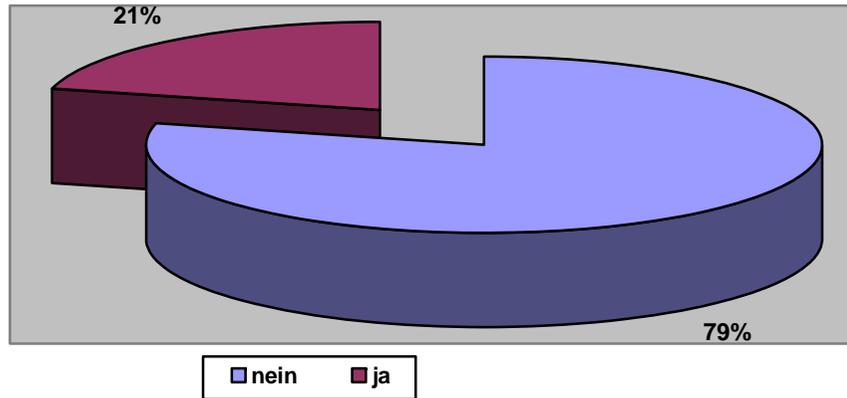
Abbildung 9: Wie bewerten die Antragstellerinnen die Antragsabwicklung? N=61 in %



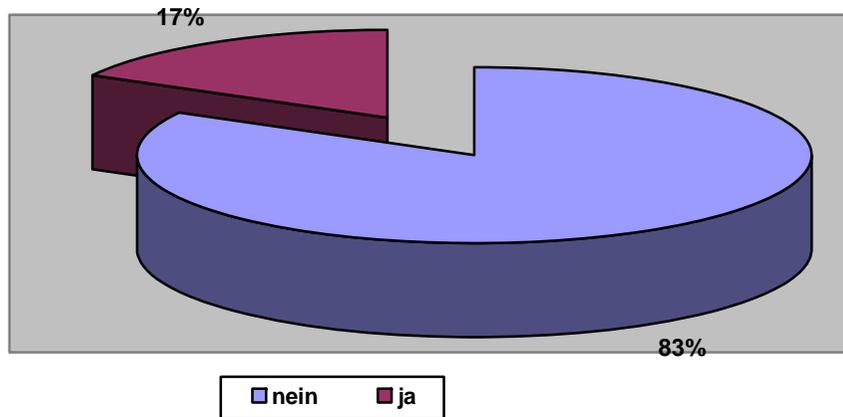
### 2.5 Werbung und Ansprache

Auf die Frage, ob für das KfW-Gründercoaching regional geworben wird, antworten 61% mit „ja“. Die Bewertung der zielgruppenspezifischen Werbung und Ansprache fällt aber insgesamt recht negativ aus: Knapp 80% der Befragten stellen fest, dass die Werbung und Ansprache nicht zielgruppenorientiert stattfindet. 83% befinden, dass es keine gezielte Ansprache von Frauen gibt (Abb. 10, 11).

**Abbildung 10: Sind die Werbung und Ansprache zielgruppenorientiert? N=70 in %**



**Abbildung 11: Richtet sich die Werbung und Ansprache gezielt an Frauen? N=72 in %**



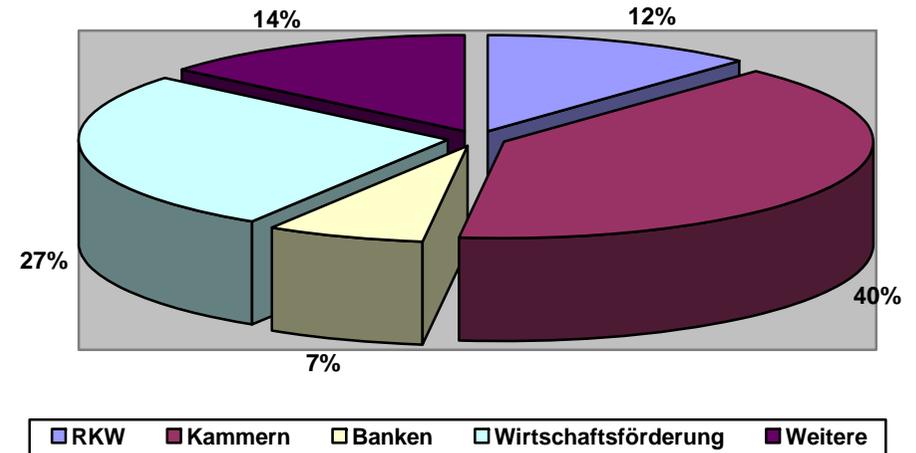
Unterschieden nach Geschlecht der Antwortenden zeigt sich, dass mehr Frauen die zielgruppenorientierte Ansprache als nicht ausrei-

chend einschätzen als Männer. Hingegen stellen prozentual mehr Männer fest, dass keine gezielte Ansprache von Frauen stattfindet. Deutlich mehr Regionalpartner als Nicht-Regionalpartner bejahen das Vorhandensein ausreichender regionaler Werbung für das KfW-Gründercoaching. Die zielgruppenorientierte Ansprache und gezielte Ansprache von Frauen wird hingegen mehrheitlich verneint. Gezielte Ansprache von Frauen verneinen (94%) Nicht-Regionalpartner gegenüber (75%) Regionalpartner.

### 2.6 Bewertung der Zusammenarbeit mit Regionalpartnern

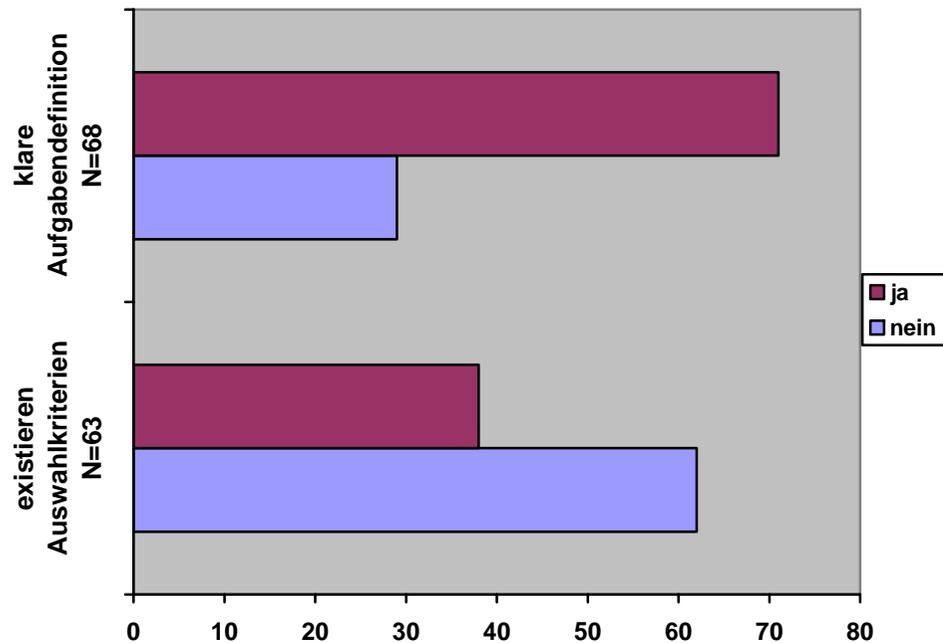
Die größte Gruppe der Organisationen, die als Regionalpartner tätig sind, bilden die Kammern, die zweitgrößte die Wirtschaftsförderung. Frauen beziehen Informationen zum Gründercoaching hauptsächlich über diese Institutionen: Kammern werden von 70% der Antwortenden und Wirtschaftsförderung von 54% genannt (Abb. 12).

**Abbildung 12: Welche Regionalpartner sind beteiligt N=75**



Über die Hälfte (55%) der Antwortenden befindet, dass die Zusammenarbeit der Regionalpartner regelmäßig und vertrauensbasiert stattfindet. 62% verneinen jedoch, dass die Auswahl der Partner für die Zusammenarbeit nach konkreten Kriterien vorgenommen wird. 71% stellen fest, dass sehen eine klare Definition der Aufgaben und Rollenteilung der Regionalpartner. Die Vernetzung hält nur die Hälfte der Antwortenden für ausreichend (Abb. 13, 14).

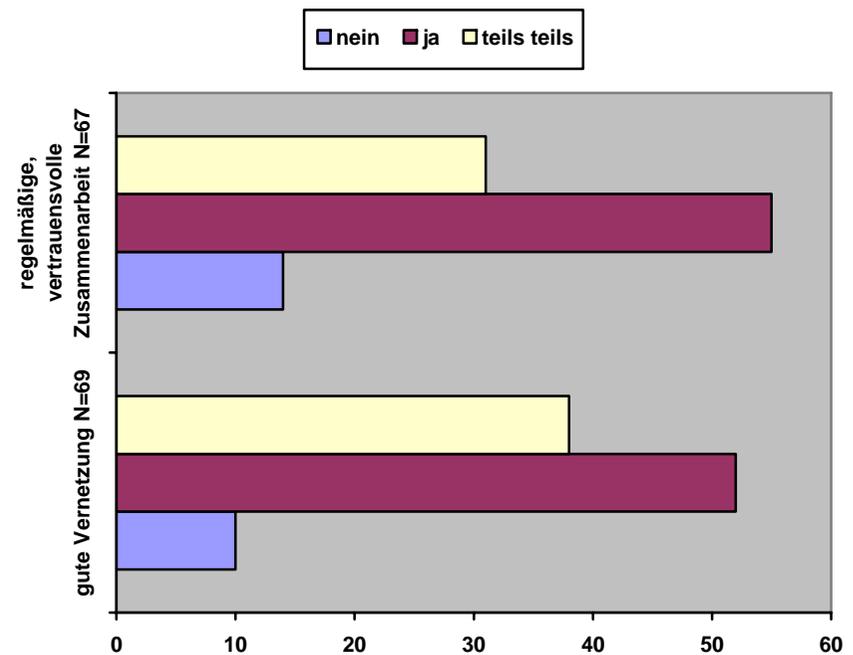
Abbildung 13: Bewertung der Zusammenarbeit I in %



Bei der Betrachtung der Antworten zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen. So halten erheblich mehr Männer (68%) als Frauen (45%) die Zusammenarbeit für regelmä-

Big und vertrauensvoll. Mehr Männer (72%) als Frauen (67%) halten die Aufgabendefinition und Rolle der Regionalpartner für klar und weniger Frauen (48%) als Männer (55%) bewerten die Vernetzung beim KfW-Gründercoaching in der Region als gut. Das Vorhandensein von Auswahlkriterien für die regionale Zusammenarbeit verneinen mehr Frauen (65%) als Männer (52%).

Abbildung 14: Bewertung der Zusammenarbeit II in %



Nur in Bezug auf die Frage nach regelmäßigen und vertrauensbasierten Zusammenarbeit äußern sich die Regionalpartner ein wenig kritischer: Knapp über die Hälfte von ihnen bejaht diese Frage, während es bei den Nicht-Regionalpartnern gut 60% sind.

## 2.7 Bewertung der Beraterbörse

Von über der Hälfte der Antwortenden wird die Beraterbörse als „nicht gut“ eingeschätzt. Auch bezüglich ihrer Nutzung äußern sich die Antwortenden skeptisch. Nur 23% stellen fest, dass die Börse gut genutzt wird. Über die Hälfte halten die Qualitäts- und Auswahlkriterien für Berater/innen für nicht gegeben bzw. nicht ausreichend. 58% finden, dass die Konstruktion der Börse Missbrauchsmöglichkeiten durch Unternehmensberater/innen zulässt (Abb. 15, 16, 17, 18).

Abbildung 15: Wie schätzen Sie die Beraterbörse ein? N=70 in %

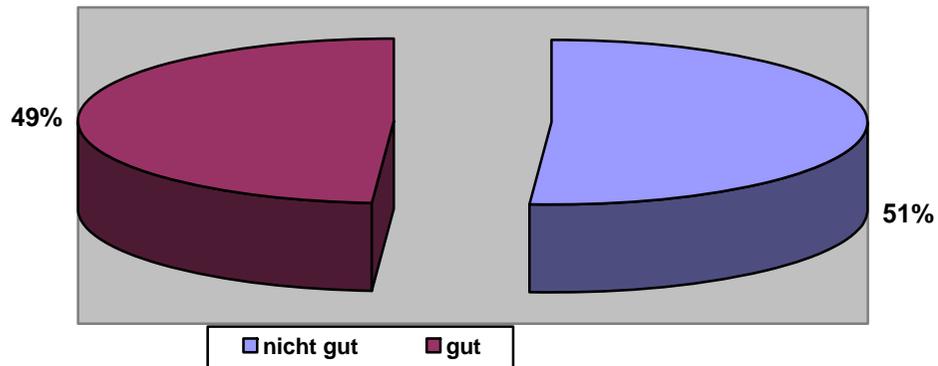


Abbildung 16: Wird die Börse genutzt? N=71 in %

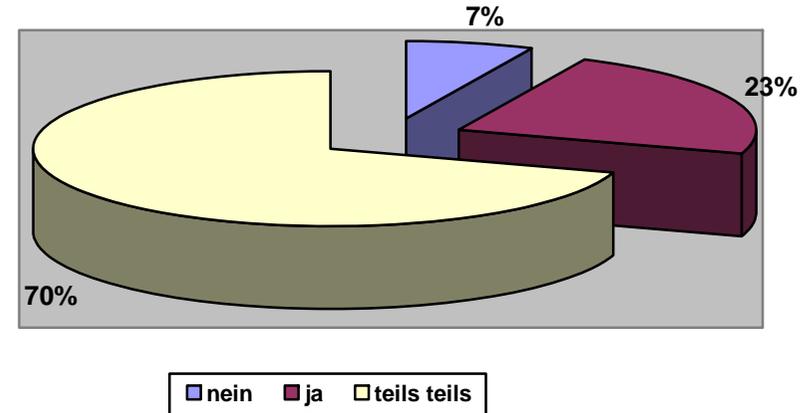
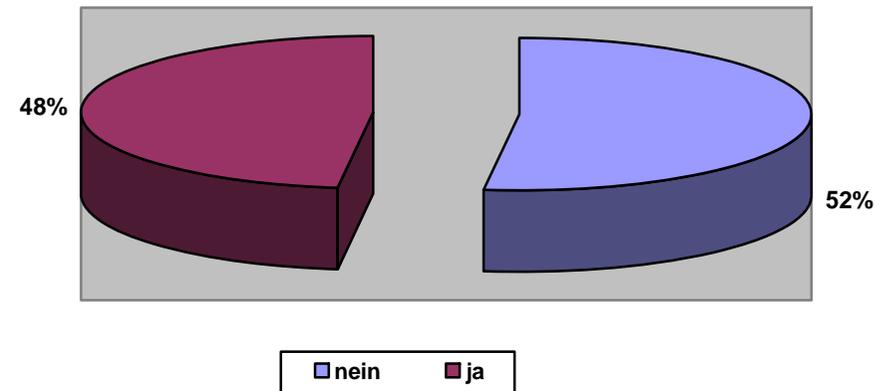
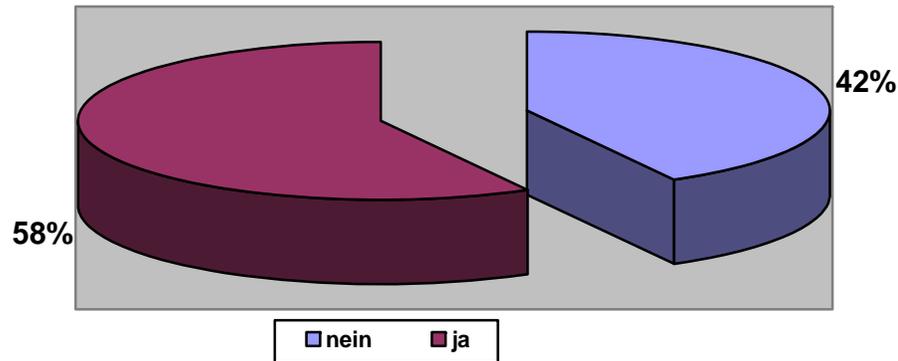


Abbildung 17: Existieren Qualitäts- und Auswahlkriterien für Berater/innen? N=67 in %



**Abbildung 18: Sehen Sie Missbrauchsmöglichkeiten für Unternehmensberater/innen? N=64 in %**



Nach Geschlecht differieren die Antworten relativ wenig, bis auf eine Ausnahme: Die Antworten der Männer (70% antworteten mit nein) hinsichtlich der Qualitäts- und Auswahlkriterien für Berater/innen fallen deutlich kritischer aus als die der Frauen (48% antworteten mit nein). Die Missbrauchsmöglichkeiten werden von Frauen hingegen kritischer eingeschätzt als von Männern.

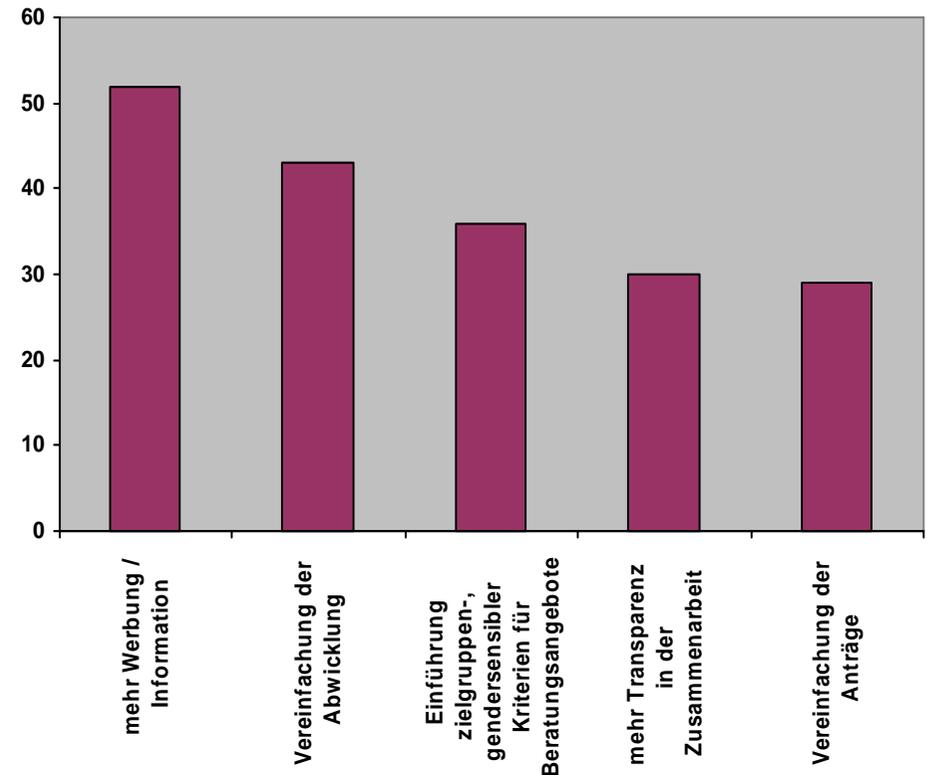
Die Regionalpartner bewerten die Börse zwar ähnlich wie die Nicht-Regionalpartner. Sie schätzen mit 38% gegenüber 9% der Nicht-Regionalpartner jedoch ihre Nutzung viel höher ein. Ihre Einschätzung hinsichtlich der Qualitätskriterien für Berater/innen fällt hingegen etwas kritischer aus, mehr von ihnen (68% ggü. 46%) sehen Missbrauchsmöglichkeiten durch Unternehmensberater/innen.

## 2.8 Verbesserungsvorschläge – Handlungsbedarf vor allem im Bereich der Werbung und Information

Die meisten Antwortenden (52) sehen den größten Handlungsbedarf im Bereich „Werbung und Information, damit die Zielgruppe Be-

scheid weiß“, 43 befürworten die „Vereinfachung der Abwicklung“, 36 die „Einführung von zielgruppen- und gendersensiblen Qualitätskriterien für Beratungsangebote“ und 30 „mehr Transparenz bezüglich regionaler Zusammenarbeit“ (Abb. 19).

**Abbildung 19: Ihre Verbesserungsvorschläge / Antworten gesamt=267 nach Anzahl**



Geschlechtsspezifisch zeigen sich bei der Bewertung kaum Unterschiede und auch aus der Sicht der Regionalpartner gibt es den größten Handlungsbedarf in den oben genannten Bereichen.

### ***Persönliche Kommentare und Verbesserungsvorschläge***

Viele der Antwortenden haben die Möglichkeit genutzt, einen persönlichen Kommentar bzw. Verbesserungsvorschlag abzugeben. Die meisten der offenen Statements beziehen sich hier auf die Nutzung der Beraterbörse, die laut dieser Aussagen als schwer nutzbar und unübersichtlich eingeschätzt wird. Bemängelt wird in diesem Bereich auch das Fehlen ausreichender Qualitätsstandards und Qualitätsprüfung; auch fehlen entsprechende Auswahlkriterien für die Berater/innen. Das habe zur Folge, dass in der Börse viele schlechte Berater zu finden seien. Die Börse wird des Weiteren als relativ unbekannt und daher entsprechend als weniger genutzt eingeschätzt, als ihr Potential es eigentlich zuließe. Als ein Schwachpunkt wird ebenfalls genannt, dass keine Förderung für Menschen mit Behinderungen stattfindet.

Plädiert wurde in erster Linie für mehr Transparenz der Beraterbörse. Einführung von Auswahlkriterien, Testierung / Zertifizierung von Berater/innen und Möglichkeit für Listung von Beratungsorganisationen wird als ein gangbarer Schritt in diese Richtung gesehen. Einführung einer Online-Beantragung und eine Vereinfachung der Bedienung der Börse könne dazu beitragen, die Nutzung der Börse zu intensivieren.

Weitere Vorschläge zielten auf eine Verbesserung der zielgruppenspezifischen Ansprache, Senkung des Eigenanteils für Gründerinnen und Gründer aus der Arbeitslosigkeit, insbesondere bei ALG II, Erhöhung der Förderungssumme und mehr Flexibilität bei der Nutzung

des Instrumentes. Kritisiert wurde auch die Auswahl der Regionalpartner, die als zu eng und von einigen Berater/innen als recht „willkürlich“ eingeschätzt wird. Die Erweiterung der Einbindung mehrerer Einrichtungen und Institutionen könnte zu einer breiteren Information, Werbung und Nutzung beitragen.

### **3 Zusammenfassung**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die **Nutzung des KfW-Gründercoachings** Deutschland durch Gründerinnen und Gründer insgesamt erfreulicherweise mehrheitlich als gut bis sehr gut bewertet wird. Unterschiede zeigen sich im Zusammenhang mit dem Status der Nutzer/innen: Die Inanspruchnahme durch Gründerinnen und Gründer, die das Arbeitslosengeld I beziehen, wird nur wenig kritischer bewertet. Die Nutzung durch Gründer/innen hingegen, die das Arbeitslosengeld II (das so genannte Harz IV) beziehen, wird als „schlecht“ bewertet. Diese Bewertung fällt sowohl für Frauen als auch Männer gleich negativ. Hervorzuheben sind an dieser Stelle hauptsächlich die besonders kritischen Bewertungen der Regionalpartner.

Hier wird daher Handlungsbedarf gesehen, die Rahmenbedingungen für die Nutzung durch Gründerinnen und Gründer aus der Arbeitslosigkeit II so auszugestalten, dass für diese Zielgruppe eine bessere Beteiligung erreicht werden kann.

Die **Informationen für Gründer/innen** werden mehrheitlich als unzureichend eingeschätzt. Dies gilt im besonderen Maße für die Gründerinnen. Dieser Umstand wird vor allem durch die Nicht-Regionalpartner moniert.

Auch hier besteht daher Handlungsbedarf zur Verbesserung. Über gezielte Information der Zielgruppen könnten mehr Nutzer/innen, vor allem Frauen erreicht werden, die bei ihrer Gründung mit diesem Instrument wirkungsvoller unterstützt werden könnten.

Die **Leistbarkeit des Eigenanteils** durch die Gründer/innen im Allgemeinen wird von den Antwortenden als „gut“ eingeschätzt. Hingegen werden die Möglichkeiten der ALG II Empfänger/innen, den Eigenanteil zu leisten, eindeutig negativ eingeschätzt und dies für beide Geschlechter.

Hier besteht daher ein großer Verbesserungsbedarf, um dieser Zielgruppe eine breitere Nutzung von KfW-Gründercoaching überhaupt erst zu ermöglichen.

Die **Antragsunterlagen** erhielten insgesamt positive Bewertungen. Dies trifft jedoch nicht in gleicher Weise auf die **Abwicklung** und die **Abwicklungsdauer** zu. Hier fielen die Bewertungen erheblich kritischer aus. Die Abwicklungsdauer schätzen die Regionalpartner besonders kritisch ein.

Auf der Grundlage dieser Bewertungen wird offensichtlich, dass auch in diesem Bereich Verbesserungsbedarfe bestehen. Für den Erfolg vieler Existenzgründungen ist von entscheidender Bedeutung, wie schnell die Gründer/innen an entsprechende Beratung bzw. Coaching gelangen und ihre Kompetenzen und Fähigkeiten entwickeln können.

Der **Zugang für Frauen** wird zwar mehrheitlich als gut eingeschätzt, jedoch insbesondere von den antwortenden Frauen werden die Zugangsmöglichkeiten für Gründerinnen eher skeptisch beurteilt.

Hier sieht das DGF daher die Notwendigkeit, den Frauen den Zugang zum Gründercoaching zu erleichtern und damit ihren Anteil an den Nutzer/innen zu erhöhen.

Die **Werbung** für das KfW-Gründercoaching sowie die **Ansprache** der Gründer/innen im Allgemeinen wird zwar mehrheitlich als gegeben eingeschätzt, die Bewertung der zielgruppenspezifischen Werbung und Ansprache fällt hingegen insgesamt negativ aus. Es wird auch mehrheitlich rückgemeldet, dass keine gezielte Ansprache von Frauen besteht. Dies sei bereits an der männlichen Sprachgebung des **Gründercoachings** sichtbar.

Hier wird dringend eine gendergerechte Bezeichnung (z. B. „Gründungscoaching“) empfohlen, sollen Frauen gleiche Chancen beim Zugang erhalten und als Gründerinnen für die Nutzung gewonnen werden.

Eine knappe Mehrheit der Befragten bewertet die **Zusammenarbeit der Regionalpartner** als vertrauensvoll und regelmäßig. Eine recht große Anzahl der Antwortenden kritisiert jedoch das Fehlen konkreter Kriterien für die Auswahl der Regionalpartner und von einer kleineren Gruppe wird zudem festgestellt, dass es an einer klaren Definition der Aufgaben fehlt und die Rollenzuweisungen der Regionalpartner nicht eindeutig geklärt sind. Die Vernetzung zwischen den Partnern hält nur die Hälfte für ausreichend. Diese Aussagen machen deutlich, dass es bei der Gestaltung der Zusammenarbeit zwischen Regionalpartnern und anderen Beratungseinrichtungen einen Verbesserungsbedarf gibt.

Die Bewertung der **Beraterbörse** fällt insgesamt gesehen recht negativ aus. Ihre Nutzung wird als nicht ausreichend eingeschätzt, das Fehlen der Qualitäts- und Auswahlkriterien für Berater/innen wird mehrheitlich bemängelt und in der Konstruktion der Börse

Missbrauchsmöglichkeiten vermutet. Auch hier sieht das DGF einen erheblichen Verbesserungsbedarf!

Die meisten **Verbesserungsvorschläge** zielen auf den Bereich Werbung und Information. Hier wird auch der größte Handlungsbedarf gesehen. Aber auch bei der Abwicklung der Anträge und den zielgruppen- und gendersensiblen Qualitätskriterien sowie der Transparenz werden Optimierungsbedarfe aufgezeigt.

#### 4 Fazit und Handlungsempfehlungen

Positiv ist hervorzuheben, dass das KfW-Gründercoaching von den Gründerinnen und Gründern insgesamt gut angenommen wird und damit seine beabsichtigte unterstützende Funktion ausübt. Es konnten aber auf der Grundlage der DGF-Umfrage Optimierungsbedarfe festgestellt werden:

Handlungsbedarf wird im Bereich der Nutzungsbedingungen vor allem bei der Information der Gründer/innen, der Leistbarkeit des Eigenteils durch Empfänger/innen von ALG II, der Werbung, der gezielte Ansprache und der Abwicklung der Anträge gesehen.

Ferner werden Defizite im Bereich der Zusammenarbeit zwischen den Partnern, bei der Abstimmung sowie bei der Ausgestaltung der Beraterbörse sichtbar.

Handlungsempfehlungen des DGF sind vor dem Hintergrund der Ergebnisse:

- Die Information für und Werbung von Gründer/innen stärker zielgruppenspezifisch auszugestalten sowie den Zugang für Frauen insbesondere durch gezielte gendersensible Ansprache und Werbung zu verbessern.

- Den Zugang und die Nutzung für Empfänger/innen von ALGII zu erleichtern – hier könnte eine Reduzierung des Eigenanteils die Rahmenbedingungen für diese Zielgruppe verbessern.
- Die Antragsabwicklung zu vereinfachen und beschleunigen.
- Die Zusammenarbeit zwischen Regionalpartnern und anderen Beratungsorganisationen zu intensivieren und die Einbindung der Organisationen zu stärken, insbesondere auch der Beratungseinrichtungen, die primär Frauen als Zielgruppe bedienen.
- Für die Listung in der Beraterbörse einheitliche Bewertungs- und Qualitätskriterien einzuführen und die Transparenz sowie den Zugang für geprüfte Berater/innen zu vereinfachen. Bisher schließt die Börse zudem Beratungsorganisationen gänzlich aus, was zu einer Wettbewerbsverzerrung und Nachteilen für die Qualitätssicherung führen kann. Daher wird empfohlen, die Listung für geprüfte Beratungsorganisationen zu ermöglichen.
- Die Empfehlungen des DGF richten sich zudem auf den Sprachgebrauch: Die Bezeichnung des Instrumentes als **Gründercoaching** wird dem Ziel einer gendersensiblen Sprachgebung nicht gerecht, um Frauen als Nutzerinnen zu gewinnen. Auch die Bezeichnung der Börse als **Beraterbörse** entspricht nicht der erforderlichen gendergerechten Sprachverwendung.