



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Power für Gründerinnen

Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen



FORSCHUNG

Ideen zünden!

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium
für Bildung und Forschung (BMBF)
Referat Chancengerechtigkeit in Bildung und Forschung
53170 Bonn

Bestellungen

schriftlich an den Herausgeber
Postfach 30 02 35
53182 Bonn

oder per

Tel.: 01805 - 262 302

Fax: 01805 - 262 303

(0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz)

E-Mail: books@bmbf.bund.de

Internet: <http://www.bmbf.de>

Redaktion

Projektträger im DLR (PT-DLR)
für das Bundesministerium
für Bildung und Forschung
Bildungsforschung, Integration, Genderforschung
Heinrich-Konen-Str. 1
53227 Bonn
<http://www.pt-dlr.de>

Herstellung

W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld

Gestaltung

Christiane Zay, Bielefeld

Bildnachweis

© pressmaster/Fotolia.de

Bonn, Berlin 2008



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Power für Gründerinnen

Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen

Vorwort



Das Engagement selbstständiger Unternehmerinnen und Unternehmer ist der Motor unserer Wirtschaft und das Fundament, auf dem wirtschaftliches Wachstum und gesellschaftlicher Wohlstand aufgebaut sind. Sie bringen neue Ideen und Technologien zur Marktreife und schaffen so zukunftssichere Arbeitsplätze. Ihr Unternehmergeist hat Deutschland zum Exportweltmeister aufsteigen lassen. Um auch weiterhin im globalen Wettbewerb um Innovationen bestehen zu können, wollen wir noch mehr tatkräftige Menschen dazu ermutigen, ihre Ideen in einer Existenzgründung zu verwirklichen.

Dabei dürfen wir vor allem das große Potenzial hoch qualifizierter Frauen für Neugründungen nicht vernachlässigen. In kaum einem anderen Industrieland werden so wenige Unternehmen von Frauen gegründet wie in Deutschland. Mit dem Aktionsprogramm „Power für Gründerinnen“ sollen gezielt Frauen dabei unterstützt werden, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen.

Damit künftig mehr Frauen diese Chance ergreifen, müssen wir wissen, welche Faktoren die Gründungsbereitschaft von Frauen beeinflussen. Denn Frauen gründen anders als Männer und brauchen deshalb andere Förderungsangebote, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Mit dem

Aktionsprogramm sollen deshalb modellhaft innovative Ansätze entwickelt und erprobt werden, um ein gründerinnenfreundliches Klima zu schaffen, das die Gründungsmotivation und die Gründungsqualifikationen von Frauen verbessert.

Ich freue mich sehr, dass nach der Bekanntmachung des Aktionsprogramms so viele Projektideen eingereicht wurden. Die thematische Vielfalt der Projekte zeigt das große Interesse an dieser Initiative, aber auch den noch immer hohen Bedarf an spezifischen Maßnahmen für Gründerinnen, um eine neue Kultur der Selbstständigkeit zu etablieren.

Für den nachhaltigen Erfolg des Aktionsprogramms „Power für Gründerinnen“ ist das Engagement und die Kooperation aller am Gründungsgeschehen Beteiligten gefragt. Diese Broschüre gibt einen Überblick über die im Rahmen des Aktionsprogramms „Power für Gründerinnen“ geförderten Vorhaben und soll so Kontakte ermöglichen und Netzwerke anregen.

A handwritten signature in blue ink that reads "Annette Schavan". The signature is written in a cursive, flowing style.

Dr. Annette Schavan, MdB
Bundesministerin für Bildung und Forschung

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Einführung | 7 |
| Bundesweite Gründerinnenagentur..... | 8 |
| | |
| Projekte im Bereich Technologie- und wissensbasierte Gründungen | 13 |
| Gründerinnen in der Chemie..... | 13 |
| Gründerinnenseminare im Technologiebereich..... | 15 |
| Erfolgsfaktoren technologieorientierter Unternehmensgründungen | 16 |
| NEnA | 19 |
| SWITCH..... | 22 |
| FACE – Female Academic Entrepreneurs..... | 24 |
| | |
| Projekte im Bereich Außerakademische Zielgruppen | 28 |
| Gründerinnen in der Kreativwirtschaft..... | 28 |
| Gründerinnen im Handwerk..... | 31 |
| Unternehmensgründungen durch Migrantinnen | 33 |
| Gründerinnen in ländlichen Räumen | 36 |
| NachfolgeZeit..... | 38 |
| Erhöhung der Gründungsbereitschaft..... | 41 |
| | |
| Projekte im Bereich Sensibilisierung | 43 |
| P∞ – Erfolgreich ist weiblich! | 43 |
| Planspiel für Mädchen zur Existenzgründung | 46 |
| Gewusst wie..... | 48 |
| Netzwerke als Unterstützungsinstrument | 50 |

| | |
|---|----|
| Projekte im Bereich Methoden/Beratung/Qualifizierung | 53 |
| Entrepreneuresse..... | 53 |
| OptExist..... | 55 |
| DIANA | 59 |
| Biografie von Gründerinnen | 63 |
| WomenExist | 66 |
| Anhang | 69 |
| Geförderte Institutionen in alphabetischer Ordnung | 69 |
| Bekanntmachungstexte..... | 74 |

Einführung

Diese Broschüre gibt einen Überblick über die im Rahmen des Aktionsprogramms „Power für Gründerinnen“ geförderten Vorhaben aus der Bekanntmachung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung: „Richtlinien zur Förderung von Vorhaben zum Themenschwerpunkt „Power für Gründerinnen – Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen“ im Rahmen des Förderbereichs „Strategien zur Durchsetzung von Chancengleichheit für Frauen in Bildung und Forschung“.

Im Rahmen des Aktionsprogramms „Power für Gründerinnen“ werden ca. 40 Projekte gefördert. Aufgrund der insgesamt 3 Einreichungstermine (15.07.2005, 15.01.2006 und 15.07.2006) befinden sich die Vorhaben in unterschiedlichen Projektphasen: einige laufen bereits in Kürze aus, andere haben gerade begonnen oder befinden sich mitten in der Entwicklung/Erprobung. Eines haben sie jedoch gemeinsam: ein hohes Maß an Innovationspotenzial und Transfermöglichkeiten. Die (Teil-)Ergebnisse der Vorhaben sollen im Sinne der Nachhaltigkeit möglichst in weitere innovative Schritte und/oder weitere Forschungsaktivitäten einfließen und breit gestreut werden.

Zum inhaltlichen Austausch sowie zur Identifizierung und Anbahnung von möglichen Kooperationen untereinander fand im Juni 2007 für die geförderten Projekte aus dem Aktionsprogramm „Power für Gründerinnen“ ein erster Vernetzungsworkshop statt, der breite Zustimmung erfahren und fruchtbare Ergebnisse hervorgebracht hat. Vernetzung und Kooperation innerhalb des Kreises der geförderten Projekte, aber auch außerhalb mit weiteren Aktivitäten der gendersensiblen Gründungsszene sind nicht nur erwünscht, sondern Voraussetzung für eine nachhaltige Verankerung der Ergebnisse und Etablierung einer neuen Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit.

Die Projekte können vier thematischen Gruppen zugeordnet werden:

1. Technologie- und wissensbasierte Gründungen
2. Außerakademische Zielgruppen
3. Sensibilisierung
4. Methoden/Beratung/Qualifizierung.

Dabei handelt es sich um eine schwerpunktmäßige Zuordnung, die Bezüge zu anderen Themengruppen nicht ausschließt. Eine kurze Einführung zur jeweiligen Themengruppe erfolgt vor den Kurzporträts der geförderten Vorhaben der jeweiligen Gruppe.

Die Kurzporträts beinhalten jeweils Angaben zu:

1. Problemstellung und Ziel
2. Lösungsansatz und Vorgehensweise
3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse
4. Öffentlichkeitswirksames Material
5. Veröffentlichungen und Vorträge

Eine wichtige Säule des Aktionsprogramms „Power für Gründerinnen“ ist die bundesweite Gründerinnenagentur (bga). Sie erhält aufgrund der Bekanntmachung „Richtlinien zur Förderung des Aufbaus eines Informations- und Servicezentrums Existenzgründung von Frauen“ eine Anschubfinanzierung, die gemeinsam vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) bereitgestellt und vom Europäischen Sozialfonds (ESF) kofinanziert wird.

Die bga bündelt als bundesweite zentrale Plattform Informationen und Dienstleistungen zur unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen in allen Bereichen und über alle Phasen der Gründung. Sie bietet in ihrer Rolle als Netzwerkknoten des genderspezifischen Gründungsgeschehens allen Interessierten, allen Akteuren und auch den geförderten Projekten ein Dach zum Austausch und zur Kooperation. Ihre umfangreiche Webseite stellt aktuelle Informationen und Links auch über die Projekte aus „Power für Gründerinnen“ bereit.

Bundesweite Gründerinnenagentur

Vorhaben

bundesweite gründerinnenagentur (bga)

Ausführende Stellen

Wirtschaftsministerium-ifex Baden-Württemberg
(Koordination)

Projektleitung

Iris Kronenbitter

Innovation und Bildung GmbH Hohenheim

Projektleitung

Claudia Böhnke

Webadresse

www.gruenderinnenagentur.de

Förderkennzeichen

01FP0309, 01FP0319, 01FP0329
01FP0308, 01FP0318

Laufzeit

01.12.2003–29.02.2008 (Aufbauphase)
01.03.2008–28.02.2010 (Konsolidierungsphase)

1. Problemstellung und Ziel

Um die Potentiale von Frauen in der Wirtschaft und am Markt zu mobilisieren und die Chancen zu nutzen, die der Strukturwandel Frauen bietet, fördert Deutschland die unternehmerische Selbstständigkeit von Frauen.

Ziel des Verbundvorhabens bundesweite gründerinnenagentur (bga) ist es, langfristig deutschlandweit den Anteil der Existenzgründungen und Unternehmensnachfolgen durch Frauen sowie die Qualität der Gründungen zu erhöhen. Das volkswirtschaftliche Potential von Frauen als Existenzgründer wird auf diese Weise weiterentwickelt und genutzt. Durch die Bündelung und Konzentration bestehender Angebote sowie die Entwicklung innovativer Ideen, die die Besonderheiten von Frauengründungen berücksichtigen, soll die Qualität der Gründungen verbessert und demzufolge das Erfolgspotenzial von Unternehmensgründungen und -nachfolgen durch Frauen erhöht werden. Die bundesweite gründerinnenagentur (bga) bietet

als zentrale Plattform Informationen und Dienstleistungen zur unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen in allen Branchen und über alle Phasen der Gründung, Festigung und Nachfolge.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Die vielfältigen Aktivitäten der bundesweiten gründerinnenagentur (bga) zur Förderung eines gründerinnenfreundlichen Klimas in Deutschland und zur konkreten Erhöhung des unternehmerischen Potenzials von Frauen umfassen folgende Maßnahmen:

- **umfassende Erhebung der aktuellen Forschungs-, Bildungs- und Beratungssituation in der Bundesrepublik Deutschland einschl. Informationen über laufende Maßnahmen zur Existenzgründung durch Frauen in der EU,**
- **darauf basierend die Zusammenführung und der weitere Ausbau der bestehenden Forschung und der praxisnahen Forschung,**
- **Entwicklung von gründerinnenspezifischen Bildungs- und Beratungsangeboten unter Berücksichtigung der Forschungsergebnisse zum geschlechtsspezifischen Gründungskontext,**
- **eine Hotline dient als erste Informationsanlaufstelle und primärer Informationskanal und Lotsendienst für die Gründerinnen und Nachfolgerinnen,**
- **Zusammenstellen der Aktivitäten und regionalen Expertinnen und Experten in den einzelnen Bundesländern, Prüfung auf Good-Practice-Beispiele,**
- **Vernetzung aller am Gründungsgeschehen Beteiligten, unterstützt durch vor Ort etablierte Regionalverantwortliche, Anregen des Austausches untereinander, Vermitteln von Ideen und Kontakten,**
- **Etablierung eines dauerhaften Transfers zwischen Gründerinnenforschung und Gründerinnenberatung/-qualifizierung und umgekehrt,**

- **Einrichtung und Betrieb eines Internetportals als Kommunikations- und Informationsplattform für (potenzielle) Gründerinnen und die Akteurinnen und Akteure der Gründungslandschaft,**
- **Aufbereitung der laufend gewonnenen Erkenntnisse der bundesweiten gründerinnenagentur für Politik und die interessierte Öffentlichkeit,**
- **Schaffung eines Bewusstseins für mehr Gründerinnen in der Bundesrepublik Deutschland durch geeignete Kommunikations- und Werbemaßnahmen.**

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Existenzgründung von Frauen als Erfolgsfaktor (nicht nur) für die Wirtschaft

Die bundesweite gründerinnenagentur (bga) ist das erste und einzige deutschlandweite Kompetenz- und Servicezentrum zur unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen über alle Branchen und Phasen der Existenzgründung, Festigung und Unternehmensnachfolge.

Die bundesweite gründerinnenagentur (bga) ist Ansprechpartnerin für Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Gründerinnen und Übernehmerinnen und bündelt unter www.gruenderinnenagentur.de Kontakte und Informationen zu Experten und Expertinnen, Studien, Beratungseinrichtungen und Netzwerken in ganz Deutschland. Eine Hotline bietet persönliche Erstberatung für Gründerinnen und Unternehmerinnen.

Erfolgsfaktor Existenzgründung von Frauen – Information, Beratung, Vernetzung

Frauen spielen eine tragende Rolle, wenn es darum geht, die Leistungsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland zu stärken. Sie haben nicht nur bei der Quote der abhängig Beschäftigten bereits fast mit den Männern gleichgezogen. Auch im Bereich der Existenzgründungen zeigt sich ein Aufwärtstrend. So ist schon jeder vierte Selbstständige eine Frau. Die seit Anfang 2004 tätige bundesweite gründerinnenagentur (bga) trägt vor diesem Hintergrund mit ihren zahlreichen Aktivi-

täten dazu bei, die unternehmerische Selbstständigkeit von Frauen in Deutschland zu fördern und den Anteil von Unternehmensgründungen durch Frauen weiter zu erhöhen.

„Bundesweit Transparenz schaffen, Empowerment für Frauen in allen Phasen ihrer Gründungen ermöglichen, Qualität in Gründung und Gründungsberatung sichern und erfolgreiche Gründerinnen sichtbar machen, das ist Zielvorgabe und zugleich Messlatte unseres Engagements.“

In 16 Bundesländern präsent, bietet die bundesweite gründerinnenagentur (bga) als einziges bundesweites Kompetenzzentrum branchenübergreifend Informationen, Beratungsdienstleistungen und Daten & Fakten zu allen Phasen der Unternehmensgründung, -expansion und -nachfolge. Dazu ist sie mit Regionalverantwortlichen in allen 16 Bundesländern vertreten und betreibt im Internet die übergreifende Informationsplattform www.gruenderinnenagentur.de.

Zu den inhaltlichen Schwerpunkten gehören aktuell Unternehmensnachfolgen durch Frauen und Gründungen von Frauen aus der Hochschule.

Im branchenspezifischen Fokus stehen technologieorientierte und wissensbasierte Gründungen durch Frauen. Aber auch die neuesten Entwicklungen von Gründungen von Frauen in den Wachstumsmärkten der Kreativwirtschaft, der Freizeit- aber auch Seniorenwirtschaft sowie Sozial- und Gesundheitsdienstleistungen werden berücksichtigt.

Als themenspezifische Schwerpunkte gelten beispielsweise Gründungen von Frauen im ländlichen Raum oder Wachstum und Wachstumspotenziale von solo-selbstständigen Frauenunternehmen.

Die bundesweite gründerinnenagentur (bga) setzt auch ein besonderes Augenmerk auf die Zielgruppen Migrantinnen und Freiberuflerinnen. Jährlich finden bga-Tagungen zu den einzelnen Schwerpunkten statt.

Beratung und Information: Mit bundesweiter Hotline sowie umfassender Datenbank mit über 1 500 Beratungsangeboten, Beteiligung am BMWi-Expertenforum und bundesweit rund 250 aktuelle Veranstaltungshinweise.

Die Beratungsaktivitäten der bundesweiten gründerinnenagentur (bga) zeichnen sich aus durch eine bundesweite Hotline sowie eine Datenbank mit über 1 500 Beratungsangeboten auf der bga-Webseite. In der Datenbank können Gründerinnen nach Expertinnen und Experten zu allen gründungsrelevanten Themen wie Erstellung des Businessplans, Finanzierung oder Kundengewinnung und Marketing recherchieren. Seit November 2006 unterstützt die bundesweite gründerinnenagentur (bga) das Expertenforum des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) mit einem frauenspezifischen Beratungsangebot.

Neben den 770 Expertinnen/Experten stehen die Informationen von rund 420 Beratungseinrichtungen und 310 Netzwerken sowie eine Übersicht mit rund 250 Terminen zu Veranstaltungen und Seminaren zum Thema Existenzgründung zum Abruf bereit. Die Veranstaltungshinweise finden Sie unter: www.gruenderinnenagentur.de > Information > Veranstaltungen. Zu den Beratungseinrichtungen, Netzwerken und Expertinnen/Experten geht es unter: www.gruenderinnenagentur.de > Beratung > Beratungseinrichtungen bzw. Expertinnen/Experten sowie www.gruenderinnenagentur.de > Vernetzung > Netzwerke.

Die bundesweite Informationsplattform wird kontinuierlich ausgebaut und ermöglicht einen Überblick über die vielfältigen Aktivitäten zur Förderung weiblichen Entrepreneurships in Deutschland, z. B.

- **Informations-, Beratungs- und Qualifizierungsangebote für Gründerinnen und Unternehmerinnen wie Gründerinnentage und Unternehmerinnenbörsen, Workshops, Seminare, Coaching- und Mentoringprogramme, Fachtagungen und Kongresse,**
- **Veranstaltungen/Veranstaltungsreihen im Rahmen von überregionalen Messen,**
- **regionale Netzwerke wie Gründerinnen-/Unternehmerinnenstammtische als Hilfe zur Selbsthilfe,**
- **überregionale Multiplikatorennetzwerke, die sich für die Interessen von Gründerinnen und Unternehmerinnen in Politik, öffentlicher Verwaltung und Wirtschaft einsetzen.**
- **In einer eigenen Publikationsreihe aus Fakten- und Branchenblättern, Berichten und Dokumentationen identifiziert die bundesweite gründerinnenagentur (bga) Forschungslücken und stellt die wichtigsten Fakten zum frauenspezifischen Gründungsgeschehen zusammen. Aktuell sind über 20 Publikationen (s. auch 4. Veröffentlichungen) zu den unterschiedlichsten Themen und Facetten erschienen, weitere sind in Planung. Die Publikationen sind auch online verfügbar unter: www.gruenderinnenagentur.de > Information > Fakten & Forschung > bga-Publikationen.**

Netzwerke zur Qualitätssicherung und damit Gründungserfolg:

Die bga bringt Initiativen, Expertinnen/Experten und Gründerinnen zusammen und fördert den transdisziplinären Know-how-Transfer

Das bga-Verbundsystem umfasst mittlerweile über 1 500 Expertinnen und Experten, die sich mit dem Thema unternehmerische Selbstständigkeit von Frauen befassen.

Mit Workshops und Veranstaltungsreihen stellt die bundesweite gründerinnenagentur (bga) den Know-how-Transfer zwischen den Multiplikatoren der Existenzgründungsförderung auf eine breite Basis. So ist die bundesweite gründerinnenagentur (bga) Veranstalterin von Tagungen wie z. B. Frauen, Gründung, Förderung – Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis der Förderung; Unternehmensnachfolge durch Frauen: Potenziale – Realitäten – Perspektiven; 47plus – Spätgründung ist keine Spätzündung; Creativ Power – Gründungen von Frauen in der Kreativwirtschaft (s. auch www.gruenderinnenagentur.de > Information > Veranstaltungen > bga-Veranstaltungen) und unterstützt

den Transfer von guten Praktiken. Zusammen mit der American Express Stiftung wurde ein eigenes Mentoringprogramm, das „small business mentoring“ aufgelegt (s. auch www.gruenderinnenagentur.de > Beratung > Mentoring).

Schwerpunkt Unternehmensnachfolge: 3,4 Millionen Mitarbeiter brauchen neue Chefinnen – Nachfolge ist weiblich!

Bundesweite Task Force zur Unternehmensnachfolge durch Frauen

Der Mittelstand bildet das Rückgrat der deutschen Wirtschaft, denn 94,5 Prozent oder gut zwei Millionen aller Unternehmen in Deutschland sind Familienbetriebe. Das Institut für Mittelstandsforschung Bonn rechnet damit, dass bis zum Jahr 2009 rund 354000 dieser Firmen vor einer Übergabe und damit insgesamt 3,4 Millionen Mitarbeiter vor einer unsicheren Zukunft stehen. Die Herausforderungen, die damit einhergehen, sind enorm, denn einzelne Studien zeigen bereits, dass etwa zwei Drittel der Unternehmer, die keine geeigneten Nachfolger finden, eine Betriebsstilllegung in Erwägung ziehen, was einen Verlust von Arbeitsplätzen im sechsstelligen Bereich bedeuten würde.

Vor diesem Hintergrund der enormen wirtschaftlichen Bedeutung von erfolgreichen Unternehmensübernahmen tritt die bundesweite gründerinnenagentur (bga), das erste und einzige deutschlandweite Kompetenz- und Servicezentrum zur unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen an, um die Potenziale von Unternehmensnachfolgerinnen nachhaltig zu stärken.

Dazu hat die bundesweite gründerinnenagentur (bga) eine bundesweite Task Force ins Leben gerufen, die im Verbund mit rund hundert starken Partnerinnen und Partnern mit vielfältigen Aktivitäten künftige Chefinnen, Unternehmen, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie die breite Öffentlichkeit für den Erfolgsfaktor im Rahmen der Kampagne „Nachfolge ist weiblich!“ zu Unternehmensnachfolgen durch Frauen motiviert.

- **Eine Wanderausstellung der bundesweiten gründerinnenagentur mit Porträts von**

16 Nachfolgerinnen unterschiedlichster Branchen, Facetten und Nachfolgearten aus allen 16 Bundesländern präsentiert die vielseitigen und eindrucksvollen Wege und Biografien von erfolgreichen Nachfolgerinnen aus ganz Deutschland. Einsehen können Sie die Porträts der Wanderausstellung unter www.gruenderinnenagentur.de > Unternehmensnachfolge > Wanderausstellung.

- **Nationaler Aktionstag der bundesweiten Task Force: Am 12. Juni 2008 findet auf Initiative der Task Force ein bundesweiter Aktionstag mit gebündelten Aktivitäten von über 100 Partnern in allen Bundesländern zum Thema „Unternehmensnachfolge durch Frauen“ statt.**

Weitere Informationen zum Schwerpunktthema „Unternehmensnachfolge durch Frauen“ finden Sie unter: www.gruenderinnenagentur.de > Unternehmensnachfolge.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Zahlen, Daten, Fakten: Die Publikationen der bga bündeln die wichtigsten Ergebnisse der Gründerinnenforschung und informieren über Wachstumsbranchen für Gründerinnen

In einer eigenen Publikationsreihe aus Fakten-, Branchen- und Themenblättern, Berichten und Dokumentationen identifiziert die bundesweite gründerinnenagentur (bga) relevante Forschungslücken und bündelt zentrale und wissenschaftliche Erkenntnisse zu aktuell drängenden Fragestellungen. Sie stellt Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Öffentlichkeit fundiertes Datenmaterial zum weiblichen Gründungsgeschehen zur Verfügung. Bislang wurden veröffentlicht:

- **Existenzgründungen durch Frauen in Deutschland – Quantitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen (Nr. 01, 2005)**
- **Existenzgründungen durch Frauen in Deutschland – Qualitative Bedeutung der Gründungen durch Frauen (Nr. 02, 2005)**

- Existenzgründungen durch Frauen in Deutschland – Psychologische Aspekte der Gründungen durch Frauen (Nr. 03, 2005)
- Unternehmensübernahme durch Frauen in Deutschland (Nr. 04, 2005)
- Technologieorientierte Gründungen durch Frauen (Nr. 05, 2006)
- Selbstständigkeit von Frauen in der Informatikbranche (Nr. 06, 2006)
- Quantitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen (Nr. 07, 2007)
- Qualitative Bedeutung von Gründungen durch Frauen (Nr. 08, 2007)
- Psychologische und soziale Aspekte der Gründungen durch Frauen (Nr. 09, 2007)
- Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft (Nr. 10, 2007)
- Potenziale der Genossenschaften für Gründerinnen (Nr. 11, 2007)
- Selbstständigkeit von Frauen aus den Geisteswissenschaften (Nr. 12, 2007)
- Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Gesundheit und Soziales – Kinder und Jugendliche (Nr. 13, 2007)
- Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Freizeitwirtschaft (Nr. 14, 2007)
- Gründung von Frauen im Wachstumsmarkt Seniorenwirtschaft (Nr. 15, 2007)
- Gründungen von Frauen im ländlichen Raum (Nr. 16, 2007)
- Gründungen von Frauen ab 45 – mit Erfahrung erfolgreich (Nr. 17, 2007)
- Good-Practice-Beispiele von Gründerinnen-/Unternehmerinnenzentren in Deutschland (Nr. 18, 2007)
- Bericht über die volkswirtschaftliche Bedeutung unternehmerischer Tätigkeiten von Frauen im nationalen und internationalen Vergleich (Bericht Nr. 01, 2005)
- Dokumentation der Veranstaltung am 28.03.2006: Expertinnen-/Expertenworkshop der bundesweiten gründerinnenagentur (bga): Technologieorientierte und wissensbasierte Unternehmensgründungen durch Frauen – Netzwerke, Spin-offs, Teamgründungen
- Dokumentation der Tagung am 13.06.2007: bga-Tagung: Die neuen Freiberuflerinnen-Gründungen von Frauen in wissensbasierten und unternehmensnahen Dienstleistungen

Alle Publikationen stehen als PDF im Download unter www.gruenderinnenagentur.de > Daten & Forschung > bga-Publikationen zur Verfügung.

Zusammenarbeit mit den Medien als Vermittler in die Öffentlichkeit

Um bundesweit ein gründerinnenfreundliches Klima zu fördern und eine öffentliche Bewusstseinsbildung für weibliches Gründungsgeschehen zu erreichen, engagiert sich die bundesweite gründerinnenagentur (bga) auch in einer kontinuierlichen Zusammenarbeit mit den Medien. Eigene Serien wie die „Gründerin im Fokus“, regelmäßige Presseinformationen und die gezielte Platzierung von Gründerinnenporträts liefern dabei sowohl fachliche Hintergrundinformationen zum breiten Spektrum weiblichen Unternehmertums als auch individuelle Erfolgsgeschichten von Gründerinnen. Veröffentlichungen der Medien zur bundesweiten gründerinnenagentur finden Sie in unserem Pressespiegel unter www.gruenderinnenagentur.de > Presse.

Projekte im Bereich Technologie- und wissenschaftsbasierte Gründungen

Die Vorhaben beschäftigen sich im Wesentlichen mit Unternehmensgründungen von Frauen im sogenannten Hightechbereich bzw. innovativer Investitionen sowohl in naturwissenschaftlicher als auch geisteswissenschaftlicher Hinsicht.

Frauen sollen zu einer Gründung in diesem Bereich motiviert werden und Maßnahmen zur Steigerung des Frauenanteils bei Ausgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen entwickelt werden. Erfolgsfaktoren von Hightechgründungen sollen aufgedeckt und die Rahmenbedingungen für Frauen verbessert werden, auch im Hinblick auf den Zugang zu Kapital für innovative Investitionen.

Zielgruppe sind im wesentlichen Akademikerinnen (Studierende, Graduierte, wissenschaftliche Mitarbeiterinnen etc.) aber auch Multiplikatorinnen in Wissenschaft und Wirtschaft.

Gründerinnen in der Chemie

Vorhaben

Verbundprojekt ExiChem, „Gründerinnen in der Chemie“

Teilvorhaben des RISP

„Individuelle Wege von Frauen und ihr mikrosoziales Umfeld“

Teilvorhaben des IGIF

„Strukturen und ökonomische Rahmenbedingungen für Gründungen durch Frauen“

Ausführende Stellen

Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung e. V. an der Universität Duisburg-Essen (RISP)

Projektleitung

Dr. Ute Pascher

Bergische Universität Wuppertal
Institut für Gründungs- und Innovationsforschung (IGIF)

Projektleitung

Univ.-Prof. Lambert T. Koch

Webadresse

www.exichem.de

Förderkennzeichen

01 FP 0710/01 FP 0711

Laufzeit

01.11.2007–31.10.2010

1. Problemstellung und Ziel

In diesem Verbundprojekt sollen alle Facetten der niedrigen Gründungsquote von Frauen in der Chemie exemplarisch für technologieorientierte Wirtschaftsbereiche erfasst werden. Hindernisse auf dem Weg in eine selbstständige, unternehme-

rische Tätigkeit für Frauen in der Branche werden aufgedeckt. Ziel ist es, einen Beitrag zum Abbau (struktureller) Barrieren in die Selbstständigkeit zu leisten.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Zur Untersuchung des Gründungsgeschehens in der Chemiebranche sowie der dortigen Gründungspotenziale werden Analysen auf unterschiedlichen Ebenen und in verschiedenen Kontexten durchgeführt. Dafür nimmt das Teilvorhaben des RISP typische Gründungswege von Frauen mit einer Hochschulausbildung in der Chemie oder im chemieaffinen Bereich in den Blick, analysiert das typische Erwerbsverhalten von Chemikerinnen und beobachtet das mikrosoziale sowie diskursive Umfeld derjenigen, die tatsächlich gründen oder gründen könnten. Das Teilvorhaben des IGIF analysiert entsprechend die makrosozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen für Gründungen von Frauen, bildet das existierende Gründungsgeschehen in der Branche ab und prüft herrschende Beratungskonzepte auf ihre Tauglichkeit für die passende Beratung von Frauen.

Im Einzelnen sind folgende Forschungspakete geplant:

1. Gründungszentrierte Branchenanalyse
2. Abbildung des Gründungsgeschehens in der Chemiebranche
3. Rekonstruktion von Gründungswegen
4. Analyse der Gründungsneigung und Mentalität von Chemikerinnen und Chemikern und der Gründungsneigung von Studierenden der Chemie und chemienahen Studiengängen

5. Analyse der Gründungsneigung von Erwerbspersonen im Chemiebereich
6. Gründungen in wissensintensiven und technologie-naturwissenschaftlichen Bereichen: das diskursive Umfeld
7. Analyse von Konzepten der Gründungsberatung
8. Internationale Aspekte der Gründungspraxis in der Chemiebranche
9. Erstellen von Handlungsempfehlungen für Politik und Praxis

Die Ergebnisse der Analysen sowie die Vorschläge für zukunftsorientierte Maßnahmen zur Mobilisierung der Gründungspotenziale von Chemikerinnen werden laufend in der Fachöffentlichkeit und in die Gründungspraxis kommuniziert. Einschlägige Netzwerke werden frühzeitig eingebunden, damit die Ergebnisse des Projektes für passgenauere Beratung genutzt werden können.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

In der ersten Projektphase findet zurzeit eine Präzisierung der Forschungsfragen auch unter enger Einbindung der einschlägigen Netzwerke statt. Der Kick-off-Workshop fand am 2. April 2008 in Duisburg statt. Parallel sind die ersten empirischen Erhebungen in Vorbereitung.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

siehe dazu www.exichem.de

Gründerinnenseminare im Technologiebereich

Vorhaben

Verbundvorhaben: Mobilisierung des innovativen Gründungspotenzials von Studentinnen im Technologiebereich durch Gründungsseminare

Ausführende Stellen

BTU Cottbus, Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung

Projektleitung

Prof. Dr. Christiane Hipp

LMU München, Institut für Information, Organisation, Management

Projektleitung

Prof. Dr. Arnold Picot

Webadresse

www.mobiup.de

Förderkennzeichen

01FP0705/01FP0715

01FP0706/01FP0716

Laufzeit

01.08.2007–31.01.2010

1. Problemstellung und Ziel

An den interdisziplinären Gründungsseminaren, welche inzwischen an vielen Universitäten in Deutschland etabliert sind, nehmen zwar gerne auch Studentinnen teil, allerdings findet eine anschließende Gründung von Frauen oftmals nicht statt.

Dieses Verbundprojekt zielt darauf ab, die unterschiedlichen Ausgangssituationen und Lerneffekte männlicher und weiblicher Teilnehmer im Rahmen von Gründungsseminaren zu untersuchen und genderspezifische Bedürfnisse zu identifizieren. Damit richtet sich das Forschungsvorhaben inhaltlich zugleich an zwei Themenkomplexen aus: (a) Sensibilisierung potenzieller studentischer Gründerinnen und (b) gründungsbezogene Qualifizierung für Studentinnen.

Die Forschungsergebnisse gewinnen somit nicht allein für die Ausbildung im Bereich Entrepreneurship an Bedeutung, sondern sind insbesondere auch für die Diskussion beruflicher Möglichkeiten und Karrierepläne von Studentinnen bedeutsam.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Das Gesamtvorhaben wird gemeinsam durch die BTU Cottbus, Lehrstuhl Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung sowie durch die LMU München, Institut für Information, Organisation und Management realisiert. Dabei liegt der Schwerpunkt der BTU Cottbus in der qualitativen Untersuchung der Mobilisierung innovativer Gründerinnenpotenziale, während die LMU München großzahlige empirische Untersuchungen zur Sensibilisierung und Qualifizierung von Studentinnen im Rahmen der Entrepreneurship-Ausbildung durchführt.

Es wird eine interdisziplinäre Herangehensweise verfolgt, die sich auch in einer methodischen Vielfalt widerspiegelt. Die Sicherung der Interdisziplinarität erfolgt über die unterschiedlichen fachlichen Qualifikationen der Projektmitarbeiter/-innen (Psychologie und Betriebswirtschaftslehre).

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Ein erstes Projekttreffen im Dezember 2007 in München zielte auf die Konsensbildung der beteiligten Forschungspartner. Erste theoretische Grundkonzepte sowie Möglichkeiten der empirischen Umsetzung wurden diskutiert und festgelegt. Unter anderem werden Ansätze der Handlungspsychologie, der Innovationsforschung sowie der Motivationstheorien integriert. Quasi-experimentelle Untersuchungen, Fragebogenerhebungen und qualitative Interviews werden die ersten Analysen empirisch ergänzen.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Die Projekthomepage (www.mobiup.de) berichtet aktuell über den jeweiligen Forschungsstand. Weiterhin wird insbesondere die regionale Presse genutzt, um Projektergebnisse zu verbreiten, während Veröffentlichungen in der Fachpresse der Präsentation der Ergebnisse vor fachlichem Publikum dienen.

Erfolgsfaktoren technologieorientierter Unternehmensgründungen

Vorhaben

Analyse der langfristigen Erfolgsfaktoren technologieorientierter Unternehmensgründungen von Frauen

Ausführende Stelle

Universität Potsdam, Centrum für Entrepreneurship und Innovation der Universität Potsdam

Projektleitung

Prof. Dr. Guido Reger/Dr. Kirsti Dautzenberg

Webadresse

www.ceip.uni-potsdam.de

Förderkennzeichen

01FP0606

Laufzeit

01.09.2006–31.07.2009

1. Problemstellung und Ziel

Technologieorientierte Unternehmensgründungen konzentrieren sich im Kern auf die Entwicklung technologischer Produkt- und Prozessinnovationen oder auf wissensintensive, innovative Dienstleistungen. Ihr strategisches Potenzial für die Herausbildung neuer, wachstumsstarker Industrien und positiver quantitativer und qualitativer Beschäftigungseffekte macht sie für Deutschland zu einem herausragenden Garant für die Zukunft.

Im Jahr 2006 wurden 17700 Unternehmen im Hightechsektor gegründet, damit blieb die Zahl der Unternehmensgründungen in diesem Segment zum Vorjahr stabil. Bei Betrachtung der Gründungsdynamik der letzten Dekade wird jedoch eine rückläufige Tendenz deutlich. Die Gründe dieser Entwicklung sind bisher nicht geklärt.

Technologieorientierte Gründungen zeichnen sich durch besondere Merkmale aus. Dies sind ihr hoher Kapitalbedarf, verbunden mit hohen Ausfallrisiken, das Eindringen in neue oder Schaffen von neuen Märkten und die oftmals fehlende Erwerbs- und Kredithistorie der Gründerinnen und Gründer.

Besonders Frauen gelingt es im Technologie-sektor oftmals nicht, ihr Potenzial zu erschließen. Der Anteil selbstständiger Frauen lag im Jahr 2005 in Deutschland bei 29,9 % gemessen an allen Selbstständigen. Trotz einer jährlichen Zuwachsrate selbstständiger Frauen seit Beginn der 90er-Jahre von ca. 30 % – im Vergleich zu 17 % bei den Männern – liegt der Anteil selbstständiger Frauen in Deutschland im internationalen Vergleich weit hinter den europäischen Nachbarländern (39,1 %). Es kann also ein systematisches Gender-Gap konstatiert werden.

Die Unternehmensgründungen von Frauen weisen im Vergleich zu denen ihrer männlichen Kollegen eine Reihe von Besonderheiten auf. Frauen gründen in der Regel in Branchen wie Handel, Dienstleistungen und freien Berufen. Diese Unternehmen zeichnen sich durch eine unterdurchschnittliche Größe und Mitarbeiterzahl aus und sind oftmals nicht auf Wachstum ausgerichtet. Die Ursache kann in der Gründungsmotivation von Frauen liegen, die oftmals die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in den Vordergrund stellt. Darüber hinaus haben Frauen noch immer schlechtere Startbedingungen als ihre männlichen Kollegen. Dazu zählen geringere Erwerbstätigkeitszeiten und Berufserfahrung (wegen familiärer Verpflichtungen), mangelnde Branchenkenntnisse sowie wenig Führungs- und Verhandlungserfahrung und fehlende Kontakte in notwendige Netzwerke hinein. Erschwerend kommt hinzu, dass Gründerinnen häufig Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Kapital haben. Neben geringen Ausbildungszahlen von Frauen in den Natur- und Ingenieurwissenschaften, könnten diese Besonderheiten dazu führen, dass insbesondere im Technologie-sektor Frauen unterrepräsentiert sind. Im Einzelnen sind die Zusammenhänge noch weitgehend unbekannt. Das vorliegende Projekt leistet hierzu einen Beitrag zur Aufklärung.

Kernziel des Projektes ist es, die langfristigen Entwicklungsverläufe von technologieorientierten Gründungen zu analysieren und deren spezifische Erfolgsfaktoren in den Bereichen Gründungsmotivation, Finanzierung, Management und Führung, Netzwerke, personelle Faktoren und Rahmenbedingungen zu erkennen. Des Weiteren werden das Unternehmerpotenzial von Frauen bei Technologiegründungen gezielt erschlossen und Ansatz-

punkte für eine geschlechterspezifisch private und öffentliche Förderung erarbeitet. Aufgrund des hohen Kapitalbedarfes technologieorientierter Gründungen liegt ein weiterer Fokus in der Erarbeitung eines Risikobewertungs- und Prognosesystems für die Bewertung von technologieorientierten Gründungsvorhaben. Neben der Gründungsphase soll hierbei auf die sich verändernden Rahmenbedingungen und deren Auswirkungen auf die Unternehmensführung und den Erfolg in der Wachstumsphase der Unternehmen eingegangen werden.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Um die langfristigen Entwicklungsverläufe von technologieorientierten Gründungen zu analysieren und deren Erfolgsfaktoren zu untersuchen, bedient sich das Projekt einer mehrdimensionalen methodischen Vorgehensweise. Quantitative Auswertungen wie deskriptive Statistiken, Gruppenvergleiche und die Anwendung multivariater Analysemethoden sollen über den strukturellen Rahmen des Untersuchungsgegenstandes Auskunft geben und den derzeitigen Status quo von technologieorientierten Gründungen in Deutschland widerspiegeln. Die Analyse der Erfolgsfaktoren von Gründungen und Unternehmen im Technologiesektor bedarf darüber hinaus qualitativer Erhebungsmethoden wie qualitativer Fragebogenerhebungen und Tiefeninterviews, welche insbesondere auf den Vergleich von Gründerinnen, Gründern und Teams fokussieren.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Bisher wurden über 300 000 Unternehmen aus den Bereichen Spitzentechnologie, hochwertige Technologie und technologieorientierte Dienstleistungen in Bezug auf Geschlecht, Team und Erfolgsaspekte hin untersucht. Darüber hinaus wurden mehr als 100 technologieorientierte Unternehmen des Landes Brandenburg untersucht, die im Rahmen der öffentlichen Technologie- und Innovationsförderung für kleine und mittelständische Unternehmen im Zeitraum zwischen 1995 und 2007 eine Unterstützung des Landes erhielten. Weiterhin wurden 799 Unternehmen untersucht, die sich um eine Kapitalbeteiligung bei der High-Tech-Gründerfonds GmbH bemüht hatten.

Eine breit angelegte Online-Unternehmensbefragung sowie Tiefeninterviews mit Experten von Kreditinstituten, Fördereinrichtungen sowie Risikokapital- und Venture-Capital-Gesellschaften sollen Auskunft über Erfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen im Technologiesektor geben.

Daneben werden ca. 30 Tiefeninterviews mit Gründern von Technologieunternehmen geführt. Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte unter dem Aspekt einer möglichst großen Heterogenität bezüglich: Geschlecht der Gründerinnen und Gründer, Alter, Regionalität und Erfolg der Unternehmung. Die erhobenen Daten geben Auskunft zu Führungs- und Gründungskompetenzen, Gründungsmotiven, Erfolgsdefinition, Teamaspekten sowie der Gründungsfinanzierung und Unternehmensentwicklung.

Weiterhin erfolgt eine Analyse von Unternehmensdaten aus Kreditberichten technologieorientierter Unternehmen. Die Daten werden in einem ersten Schritt aus Kreditberichten der Mittelbrandenburgische Sparkasse in Potsdam erhoben und beinhalten Aussagen zur Unternehmens- und Unternehmerstruktur, der Bilanzanalyse und den Ratings. In einem zweiten Schritt erfolgt die Einbeziehung des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes (DSGV) zur Ansprache weiterer Sparkassen. Eine anschließende Befragung von Firmenkundenberatern bei Banken und banknahem Venture Capital fokussiert Entscheidungskriterien bei der Vergabe von Krediten und Beteiligungen mithilfe einer adaptiven Conjoint-Analyse.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

- **Projekthomepage**
- **Projektflyer**
- **Projektplakat**

5. Veröffentlichungen und Vorträge

Buhr, Regina: Technologie-orientierte Gründerinnen gesucht! (2006), erschienen in: Innovationspolitische Standpunkte aus der VDI/VDE Innovation + Technik GmbH (Dezember, 2006).

Erfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen sollen analysiert werden (2007), erschienen in: Pressemitteilungen idw-online (10. Januar 2007).

Erfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen von Frauen sollen analysiert werden (2007), erschienen in: Medieninformation der Universität Potsdam, Nr. 005/07.

Gründerinnen im Blick (2007), erschienen in: Die Potsdamer Universitätszeitung, 1-3/07.

Erfolgsfaktoren von Frauen auf Prüfstand (2007), erschienen in: Tagespiegel online, 21. Februar 2007.

Erfolgsfaktoren von Frauen auf Prüfstand (2007), erschienen in: Potsdamer Neueste Nachrichten, 21. Februar 2007.

Dautzenberg, Kirsti; Müller-Seitz, Gordon; Reger, Guido (2007): Challenging Entrepreneurship in Technology-driven Innovative Firms as a Male Domain – Preliminary Findings from German Technology-driven Firms, Herbstworkshop der Kommission Personalwesen, Universität Duisburg-Essen, 20.-21. September 2007.

Dautzenberg, Kirsti; Madani, Roya; Reger, Guido; Schultz, Christian (2007): Effects of Entrepreneurial Team Formation on Success of Technology-driven innovative Firms, 4th Conference „Theory and Practice of Entrepreneurship“, Österreich, Klagenfurt, 12. Oktober 2007.

Dautzenberg, Kirsti; Müller-Seitz, Gordon; Reger, Guido (2007): Female Entrepreneurship in Technology-driven Innovative Firms: Really any differences? 11. G-Forum Jahreskonferenz, Deutschland, Aachen, 8.-9. November 2007.

Dautzenberg, Kirsti; Müller-Seitz, Gordon; Reger, Guido (2007): Challenging Entrepreneurship in Technology-driven Innovative Firms as a Male Domain – Insights from a Longitudinal Panel in Germany, Research in Entrepreneurship and Small Business (Rent XXI), UK, Cardiff University, 22.-23. November 2007.

Schultz, Christian; Dautzenberg, Kirsti; Madani, Roya; Reger, Guido (2007): Financing Stages of New Technology-based Firms in Germany, 4th Conference „Theory and Practice of Entrepreneurship“, Österreich, Klagenfurt, 12. Oktober 2007.

Dautzenberg, Kirsti (2007): Analyse der langfristigen Erfolgsfaktoren technologieorientierter Unternehmensgründungen von Frauen, Vernetzungsworkshop „Power für Gründerinnen“, Deutschland, Bonn, 18.-19. Juni 2007.

Dautzenberg, Kirsti (2008): Challenging Entrepreneurship in Technology-based Firms as a Male Domain – Insights from a German Longitudinal Panel, 4th FemStart Conference „Fostering the Public Debate on University Support of Female Scientist to Start a Business“, Litauen, Riga, 18.-19. Januar 2008.

Dautzenberg, Kirsti (2008): Ergebnispräsentation der Erhebung der Erfolgsfaktoren für eine Finanzierung des HTGF. Best Practice Sharing, Deutschland, Bonn, 06. März 2008.

NEnA

Vorhaben

Verbundvorhaben: NEnA – Nano-Entrepreneurship-Academies

Ausführende Stellen

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Fachgruppe für Mikrostrukturbasiertes Material-
design Institut für Physik

Projektleitung

Prof. Ralf B. Wehrspohn

Zentrum für Weiterbildung gGmbH (ZfW),
Frankfurt

Projektleitung

Renate-Anny Böning

Projektmanagement
science2public – Gesellschaft für Wissen-
schaftskommunikation e.V.,
Ilka Bickmann

Webadresse

www.nano4women.com

Förderkennzeichen

Uni Halle: 01 FP 0620; ZfW: 01 FP 0621

Laufzeit

1.8.2006–31.7.2009

orientiertes Studium und damit auch spannende Berufsperspektiven. Seit 2005 sank das gesamte Gründungsvolumen im Hightechbereich um 16 % im Vergleich zum Vorjahr und erreichte einen bisherigen Tiefpunkt. Die Gründungsquote von Frauen insgesamt ist dagegen seit den 90ern um 30 % gestiegen, bis zu 3 400 Frauen pro Jahr gehen inzwischen im Technologiesektor als Gründerin an den Start, der Anteil von Frauen liegt in diesem Segment zwischen zehn und 15 %. Und die Potenziale sind noch weit größer: In den letzten zehn Jahren ist der Frauenanteil in technisch und naturwissenschaftlich ausgerichteten Fachrichtungen je nach Studienfach um 21 bis 37 % angestiegen und wird weiter steigen. „Nano4women and Entrepreneurship“ – kurz NEnA setzt sich daher zum Ziel, durch ein innovatives und praxisnahes Modell der „Nano-Entrepreneurship-Academy (NEnA)“ (Nachwuchs-)Wissenschaftlerinnen im innovativen Zukunftsmarkt Nanotechnologiebereich für eigene Gründungsvorhaben zu mobilisieren und ihre Motivation für Selbstständigkeit als berufliche Option zu erhöhen. Begleitend dazu wird eine Gründungsstudie unter der Kernfrage „Was bewegt Wissenschaftlerinnen im Bereich Nano zu Gründungen?“ von der Technologietransferstelle der Universität Paderborn durchgeführt. Das Projektvorhaben „Nano4women and Entrepreneurship“ wird im Verbund der Universitäten Paderborn (Prof. Greulich-Weber + Prof. Wehrspohn, NEnA I – 2007), Halle (Prof. Wehrspohn + Prof. Ingrid Mertig, NEnA II – 2008) und Darmstadt (Prof. Udo Schwalke, NEnA III – 2009) sowie der Zentrum für Weiterbildung gGmbH durchgeführt. Das Projektmanagement übernimmt die science2public – Gesellschaft für Wissenschaftskommunikation e. V., Ilka Bickmann.

1. Problemstellung und Ziel

Die Nanotechnologie kristallisiert sich als eine der wichtigsten Technologien der Zukunft heraus: In Deutschland gibt es derzeit ca. 625 Nanotechnologie-Unternehmen, zwischen 50 000 und 100 000 Arbeitsplätze sind in Deutschland direkt oder indirekt von Nano abhängig, das Volumen des Gesamtmarktes für Nanotechnologie-Produkte und -Dienste soll weltweit von derzeit rund 100 Milliarden auf einige 1 000 Milliarden US-Dollar in 2015 ansteigen. Die Nanotechnologie bietet als interdisziplinäre Querschnittstechnologie aus den Bereichen Medizin, Biologie, Chemie, Physik, Elektrotechnik, Ingenieurwissenschaften besonders für junge Frauen ein facettenreiches, interessantes und in hohem Maße anwendungs-

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Um die Teilnehmerinnenzielgruppe – High-Potentials mit guten Perspektiven in der rein wissenschaftlichen Laufbahn – gezielt anzusprechen und für NEnA zu gewinnen, wurde das Konzept von NEnA ganzheitlich und prozessorientiert entwickelt.

2.1 Konzeption NEnA

Das Kernstück von NEnA, die drei jeweils einwöchigen Nano-Entrepreneurship-Akademien, sind aufgebaut als ein Entdeckungs- und Qualifizierungskurs für Nachwuchswissenschaftlerinnen aus dem Bereich Nanotechnologie, um ihr unternehmerisches Potenzial kennenzulernen und diese Kompetenzen in Teams zu entwickeln.

Entgegen pragmatischen Gründungskursen steht bei NEnA daher die Teilnehmerin und die individuelle Entwicklung ihrer gesamten Kompetenzen im Vordergrund. Dafür erhält sie ein persönliches Profiling. Neben Hard Skills, die ihr unternehmerisches Potenzial erweitern, werden dabei auch relevante Soft Skills wie Kreativität, Präsentation und Self-Empowerment, Umgang mit Macht und Führung sowie Life-Work-Balance-Strategien trainiert. Dies macht den ganzheitlichen Wert der NEnA als umfassendes Karrieretraining für Nachwuchswissenschaftlerinnen aus. Daneben ist die Ausbildung von Teamkompetenzen, die auch bei Gründungsvorhaben eine wesentliche Rolle spielt, wesentlicher konzeptioneller Bestandteil der Academy in der gemeinsamen Entwicklung von Gründungsideen bis hin zur Abschlusspräsentation. Der hohe Individualisierungsgrad und die Entwicklung von Gründungspotenzial durch NEnA machen die Coaches zu Schlüsselpersonen im Gesamtprozess. Um einen zusätzlichen Anreiz zu bieten und optimale internationale Zusatzkompetenzen zu ermöglichen, wartet auf die Gewinnerinnen der jeweiligen NEnA ein mehrmonatiger USA-Austausch in Kooperation mit nano4women-Mentorin Margaret Hines, evident technologies inc., in enger Abstimmung mit der jeweiligen individuellen beruflichen Planung der Gewinnerin.

Nach Durchführung von NEnA I erwies sich v. a. im Vorfeld die Identifikation, Ansprache und Mobilisierung der Zielgruppe für die Teilnahme an einer einwöchigen Akademie der Zielgruppe als auch das Nachfolgecoaching im Anschluss an die Akademie als eine besondere Herausforderung, die Teilnehmerinnen weiterhin bundesweit – in den Teams – zu binden, ihre Motivation und weiteren Gründungsschritte zu mobilisieren und sie in ihrem ursprünglich Arbeitsalltag in Gründungsabsichten konstruktiv zu bestärken. Folgen-

de Lösungsansätze wurden zur Bewältigung der Problemstellungen gewählt:

2.2 Gezielte, persönliche Ansprache der Zielgruppe

Um die ausgewählte Zielgruppe – Nachwuchswissenschaftlerinnen im Tätigkeitsspektrum Nano – für NEnA anzusprechen und zu mobilisieren, wurde neben vielfältigen Kommunikationsstrategien und -kanälen vor allem auf folgende Maßnahmen gesetzt: Unterstützung durch ein starkes Netzwerk aktuell mit über 100 Partnern; Direktsprache durch Aufbau einer direkten potenziellen Teilnehmerinnendatenbank von aktuell rund 2000 Nano-Wissenschaftlerinnen bundesweit; Medienarbeit, u. a. über Personalisierung in Form von Gründerinnenporträts Katja Heppe, Katharina Seiffe für v.a. audiovisuelle Medien sowie Medienkooperationen in Kooperation mit dem F.A.Z.-Institut in der Frankfurter Allgemeine Zeitung-Wirtschaftsteil sowie Spektrum der Wissenschaft; Empfehlungsmarketing über den medienwirksamen Einsatz der Gewinnerinnen von NEnA I sowie aller Teilnehmerinnen aus NEnA I als „Botschafterinnen“ und Aufbau von NEnA als positive Marke für eine weitreichende Bekanntmachung und Sensibilisierung sowie eine hohe Identifikation innerhalb der erreichten Zielgruppe.

2.3 Nachfolgecoaching – Erhaltung der Motivation nach NEnA, Verstetigung des Gründungspotenzials in den Teams

Die Erfahrungen aus NEnA I zeigten, dass sich die Zielgruppe der Nano-Wissenschaftlerinnen bislang sehr wenig mit Gründung als beruflicher Option und dem Transfer von innovativen Forschungsideen für potenzielle Gründungen auseinandergesetzt haben und diese Perspektive erst innerhalb der einwöchigen Akademie kennengelernt haben. Die Akademie erreicht dadurch neben einer hohen Sensibilisierung bei der Zielgruppe konkret eine erste Stufe innerhalb der Gründungsentwicklung. Zum Aufbau von Gründungspotenzial kommt daher dem Nachfolgecoaching mit konkreter Begleitung der Teams mit verwertbaren Gründungsideen eine noch höhere Bedeutung und Bindung zu, als zu Projektbeginn geplant war. Die Überführung in

bestehende Überführungsstrukturen und das individuelle Coaching einzelner NEnA-Teams wie den Gewinnerinnen aus NEnA I wurde daher durch zwei neue inhaltliche Bausteine und externe Kooperationen in der bisherigen Projektplanung ergänzt: 1. Konzeption und Aufbau eines „NEnA Advanced“-Angebots in Form eines 2-tägigen Workshops für Fortgeschrittene aus NEnA I, in dem ein Businesscoach mit den einzelnen Teams individuell am bisherigen Gründungsstand weiterarbeitet. Dieser Workshop wird zusätzlich finanziert durch die Kooperation mit der NanoStart AG und soll bei Erfolg in regelmäßigen Abständen weitergeführt werden; 2. vertieftes Businesscoaching für die Gewinnerinnen aus NEnA I in Kooperation mit dem EXIST-Projekt SCIDEA – innovative Gründungen aus der Wissenschaft, das dieses Coaching auch finanziell übernimmt, mit Überführung des Teams in konkrete Finanzierung des Gründungsvorhabens durch die Fraunhofer Venture Capital Group. Nach der positiven Erfahrung aus NEnA I hat sich u. a. der Baustein des softwarebasierten Gründungsplanspiels bewährt, um innerhalb kürzester Zeit spielerisch und dennoch fundiert betriebswirtschaftliche Kenntnisse bei der Zielgruppe aufzubauen. Da es im Bereich der Gründungsplanspiele bislang kein Planspiel zu technologiebasierten Gründungen gibt, wird in Kooperation mit der Uni Gießen, Prof. Kabst, Prof. Volkmar Liebig, ifm – Institut für Fremdsprachen und Management an der Fachhochschule Ulm und UGS GmbH sowie der NanoStart AG unter Projektleitung Prof. Wehrspohn und Ilka Bickmann ein spezielles Gründungsplanspiel entwickelt, das die speziellen Anforderungen von Gründungen im Nano-/Hightechbereich erfüllt und bei der dritten NEnA bereits erprobt wird.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

An NEnA I haben insgesamt 23 Teilnehmerinnen teilgenommen, die jeweils in vorher sorgfältig ausgewählten Viererteams und einem – krankheitsbedingten – Dreierteam zum Abschluss der Akademie sechs Gründungsideen auf Englisch vor der Jury präsentiert haben. Das Gewinnerinnenteam, die Smart Membranes, nimmt aktuell das vertiefende und regelmäßige Businesscoaching in Kooperation mit Scidea wahr, hat seinen Antrag für eine weitere Finanzierung ihres Gründungsvorhabens erfolgreich bei der

Fraunhofer VC Group abgeschlossen und bereitet aktuell ihren dreimonatigen USA-Aufenthalt im Gründungsteam vor, der den Gewinnerinnen aus jeder NEnA in Kooperation mit Evident Technologies, einem führenden Nano-Unternehmen in den USA, zur Verfügung steht. Die weiteren fünf Teams haben sich als Gründungsteams wieder gelöst, u. a. aufgrund konkreter Überprüfung ihrer Ideen auf Machbarkeit, Konkurrenz oder bestehende Patente im Anschluss an die Akademie oder persönlicher und regionaler Veränderungen, sehen Gründung aber als berufliche Optionen langfristig positiv in ihrer Lebensplanung.

Aktuell steht NEnA II vom 15. bis 20. März 2008 bevor. Es werden wieder sechs Viererteams die einwöchige Akademie durchlaufen. Parallel dazu findet der erste NEnA-Advanced-Workshop vom 15. bis 16. März 2008 unter dem Thema „vertieftes Ideen-Screening, Evaluation und Konkretisierung der Gründungsideen mit Businessplanung“ statt.

NEnA III wird in Kooperation mit der TU Darmstadt vom 23. bis 27. März 2009 stattfinden.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Im Rahmen der breiten Bekanntmachung von NEnA und öffentlichen Sensibilisierung für das Themenspektrum wurden folgende Materialien erstellt und folgende Ergebnisse erzielt: Internetseite www.nano4women.com, Internetbanner für Partner (Verlinkungen im Internet), Flyer: 1 x Projektflyer, 1 x Zielgruppen-Flyer mit Programm NEnA I, NEnA II, Plakat NEnA I, NEnA II, Messedisplay zum Einsatz auf (regionalen) Promotionsveranstaltungen, diverse Pressemitteilungen je nach Medium, regionaler Akzentuierung, zwei Gründerinnenporträts als Personalisierung NEnA, Anzeige FAZ, Anzeige Spektrum der Wissenschaft, NEnA – Der Film: Dokumentarfilm über NEnA I (abrufbar über Quicktime auf der Startseite nano4women), in Vorbereitung: NEnA-Spot – kurzer Werbespot zur Unterstützung der Teilnehmerinnenansprache für NEnA III und Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für das Themenspektrum: „Frauen + nano + Gründung = Zukunft³¹“

Bislang erreichte Ankündigungen:

- **Google: ca. 1800 Hits für nano4women + NEnA, NEnA + Nano, Nano-Entrepreneurship-Akademie**
- **Auswahl Pressestimmen zu NEnA (Print): vdi nachrichten, junge Karriere, Handelsblatt, Paderborner Universitätszeitung, S. 52 ff. Neue Westfälische Zeitung, Mitteldeutsche Zeitung, Existenzgründernews Paderborn, EXIST-Newsletter, ZWD Magazin, Gründung aktuell, Wirtschaftsförderung Halle, Gründermagazin, Impulse und zahlreiche Internetwebsites und -portale**

SWITCH

Vorhaben

Entwicklung einer Pilotanwendung innovative Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils an Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen

Ausführende Stelle

INI-Novation GmbH, Darmstadt

Projektleitung

Dr. Marion Mienert

Webadresse

www.switch-iuk.de

Förderkennzeichen

01FP0602/01FP0632

Laufzeit

01.09.2006–30.04.2008

1. Problemstellung und Ziel

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert im Rahmen der Bekanntmachung „Power für Gründerinnen – Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen“ das Projekt SWITCH – Spin-off-support for Women in Information TeCHnologies, das im Rahmen dieser Ausschreibung von der INI-Novation GmbH beantragt wurde und durchgeführt wird.

SWITCH entwickelte in einer Pilotanwendung innovative Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils an Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen. Diese Instrumente wurden an einigen Instituten der Fraunhofer-Gesellschaft in einem Zeitraum von 18 Monaten (September 2006 bis Februar 2008) erprobt. Ziel von SWITCH war es, Gründungspotenziale möglichst früh zu identifizieren und konkrete Gründungsprojekte von Wissenschaftlerinnen in der Startphase zu unterstützen.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Für das Projekt wurde eine überschaubare Gruppe von Forschungseinrichtungen ausgewählt:

die Fraunhofer-Institute für Informations- und Kommunikations-Technologien. Der besondere Ansatz des SWITCH-Projekts besteht darin, einzelne Bausteine einer systematischen Gründerinnenförderung und Technologieverwertung zu einem durchgängigen Gesamtkonzept zu verbinden, das auf eine möglichst frühe Begleitung und Unterstützung gründungsinteressierter Wissenschaftlerinnen setzt. In dieser Pilotphase wurden einzelne Instrumente zur Förderung von Wissenschaftlerinnen mit Gründungsinteresse entwickelt und erprobt. SWITCH gliederte sich in drei Phasen und mehrere aufeinander abgestimmte Arbeitspakete wie folgt:

Befragungen

Zum Projektstart wurden die Wissenschaftlerinnen der Fraunhofer IuK Gruppe mittels Fragebogen zu ihren Einschätzungen und Motiven hinsichtlich einer Ausgründung befragt.

Workshops

Im Frühjahr 2007 wurden für die aus der Befragung ermittelten Wissenschaftlerinnen an vier zentralen IuK-Standorten in Deutschland Workshops angeboten. Hier wurden einerseits die Ergebnisse der Befragung vorgestellt. Vor allem aber dienen die Workshops dazu, die Wissenschaftlerinnen über die Ziele des Projektes zu informieren und einzuladen, sich mit ihrer Geschäftsidee oder ihrem Forschungsthema an SWITCH zu beteiligen.

Ermittlung des Ideenpotenzials

Zur Ermittlung des Ideenpotenzials wurden persönliche Gespräche mit den Wissenschaftlerinnen geführt. Das Ziel war, bereits zu einem frühen Zeitpunkt das Ausgründungspotenzial der Forschungsarbeit zu identifizieren und zu bewerten. Die Wissenschaftlerinnen erhielten im Anschluss an die Interviews eine schriftliche Experteneinschätzung hinsichtlich des Gründungspotenzials ihrer Projekte mit Hinweisen für die nächsten Schritte.

SWITCH-Summer-School

Zentraler Bestandteil des SWITCH-Projektes ist ein mehrtägiges Trainingsprogramm speziell für die

Wissenschaftlerinnen. Der Kompaktkurs dient der Weiterbildung der Wissenschaftlerinnen. Auch er sensibilisiert für das Thema einer möglichen Ausgründung und unterstützt die konkrete Vorbereitung durch gezielte, auch genderspezifische Qualifizierung sowie durch Coaching und Mentoring.

Neben dem Schulungsangebot ist die (Weiter-)Entwicklung einer Geschäftsidee zu einem ersten Geschäftskonzept ein wichtiges Ziel. Unter der fachkundigen Begleitung von Expertinnen und Experten aus der Praxis entsteht so – neben der Vermittlung der theoretischen Grundlagen – ein erster Businessplanentwurf. Weiterhin haben Mentorinnen über die berufliche Erfahrung berichtet und die Teilnehmerinnen bei Fragen und Problemen unterstützt.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Die Ergebnisse des Projektes sind einerseits ein speziell auf die Bedarfe von gründungsinteressierten Wissenschaftlerinnen abgestimmtes Sensibilisierungs-, Motivations- und Qualifizierungsprogramm, andererseits der vorliegende Projektbericht, in dem die eingesetzten Maßnahmen, Erfahrungen und Ergebnisse beschrieben und bewertet sind. Der SWITCH-Prozess zeichnete sich dadurch aus, dass die einzelnen Instrumente aufeinander abgestimmt wurden und in einem durchgehenden ganzheitlichen Prozess nahtlos ineinandergriffen. Damit konnten Wissenschaftlerinnen von einer frühzeitigen Identifizierung möglicher Geschäftsideen bis hin zu einer Unternehmensgründung durchgängig begleitet und betreut werden. In jeder Phase wurden sie durch die jeweils geeigneten Maßnahmen und Experten/Expertinnen unterstützt.

Die letzte Stufe im SWITCH-Prozess ist die für März 2008 zum Abschluss des Projektes geplante Businessplanpräsentation. Die Wissenschaftlerinnen erhalten hier die Möglichkeit, ihre Geschäftsideen vor einem Fach- und Expertenpublikum zu präsentieren. Die Veranstaltung hat zwei wesentliche Ziele: auf der einen Seite erneut den SWITCH-Teilnehmerinnen ein breit gefächertes Expertenfeedback zum Vorhaben, den anvisierten Märkten und Kundengruppen zu bieten, auf der anderen Seite die Herstellung von Kontakten zu

Branchenexperten und potenziellen Investoren, um die weitere Kommerzialisierung voranzutreiben. Bemerkenswert ist, dass bereits während der Projektlaufzeit nach der Summer School die erste Ausgründung realisiert werden konnte.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Folgende Kommunikationsmedien wurden zur Bekanntmachung des Projektes verwendet:

- **Projekthomepage www.switch-iuk.de**
 - **Verweise darauf auf der Webseite der bundesweiten gründerinnenagentur (www.gruenderinnen-agentur.de)**
 - **sowie auf der Homepage der IuK-Gruppe (www.iuk.fraunhofer.de) unter dem Menüpunkt „Forschungsprogramm“, „Weitere Projekte“.**
- **In Ausgabe der FhG-Zeitschrift „InnoVisions“ (Publikation: 05. März 2007) erschien ein zweiseitiger Artikel zu SWITCH.**
- **Best-Practice-Bericht über SWITCH bei einer Untersuchung zum Thema „Unternehmensgründungen von Frauen in forschungs-, technik- und technologieintensiven Bereichen“, Joanneum Research, Institut für Technologie- und Regionalpolitik im Auftrag des österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit**
- **Pressemitteilung mit Bericht über die erfolgreiche Durchführung der SWITCH-Summer-School**
- **Bericht über die Summer-School in der Dezemberausgabe der FhG-Zeitschrift „InnoVisions“**
- **Vorstellung des Projektes auf der europäischen „FemStart“-Konferenz am 17./18. Januar 2008 in Riga**
- **Vorstellung des Projektes auf einem von der BGA organisierten Workshop am 30. Januar 2008 in Berlin**

FACE – Female Academic Entrepreneurs

Vorhaben

Erforschung neuer akademischer Gründerinnenpotenziale in wissensbasierten Dienstleistungen – Evaluation, Ergebnisdokumentation und Praxistransfer – FACE – Female Academic Entrepreneurs

Ausführende Stelle

Inmit – Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e.V.

Projektleitung

Martina Josten, Geschäftsführerin Inmit

Webadresse

www.face.inmit.de

Förderkennzeichen

01 FP 0511

Laufzeit

01.12.2005–30.11.2008

1. Problemstellung und Ziel

Der Bereich der wissensintensiven Dienste expandiert und entwickelt sich zu einer immer wichtiger werdenden Säule der deutschen Wirtschaft. Eine besondere Relevanz als Träger und Motor des Strukturwandels erhalten die wissensintensiven Dienstleistungen auch dadurch, dass die Form der selbstständigen Berufstätigkeit hier besonders stark ausgeprägt ist und dieses Segment damit einen wesentlichen Beitrag zum Gründungsgeschehen in Deutschland leistet. Innovative Dienstleistungsangebote, etwa im Informations- und Kommunikationssektor sowie im Medien- und Kulturbereich lassen in diesem Kontext gänzlich neue Beschäftigungsfelder entstehen. Charakteristisch für dieses Wirtschaftssegment ist der hohe formale Bildungsgrad der Beschäftigten, die überdurchschnittlich oft Akademiker/-innen sind. Ein Blick auf die Gründungen von Hochschulabsolvent/-innen zeigt jedoch, dass vor allem die Männer den Weg in eine unternehmerische Selbstständigkeit antreten. Trotz der starken Zuwächse der vergan-

genen Jahre bei Gründungen durch Frauen klafft hier weiterhin das viel zitierte Gender-Gap. Gerade der Dienstleistungssektor bietet aber überdurchschnittlich häufig ein Beschäftigungsfeld für Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaftler/-innen, Bereiche, die als Frauendomänen von großer Relevanz für das weibliche akademische Gründungspotenzial sind.

Die dargelegte Ausgangssituation gibt deutliche Signale, dass akademische Gründerinnenpotenziale im Bereich der wissensbasierten Dienstleistungen zwei ausgesprochen dynamische Teilbereiche im Gründungsgeschehen miteinander verbinden und so als relevantes Zukunftssegment identifiziert werden können. Dennoch bildet dieser Bereich in seiner Verbindung einen noch weitestgehend „weißen Fleck“ auf der Suche nach einer fundierten quantitativen Forschungsbasis. Daher hat sich das Forschungsvorhaben FACE, insbesondere die quantitativen Untersuchungen bei Studierenden und Wissenschaftlichen Mitarbeitenden, drei zentrale Ziele gesetzt:

1. Eine breite empirische Datenbasis an deutschen Hochschulen zu Merkmalen, Einstellungen, Potenzialen und Unterstützungsbedarfen bei Studierenden und Wissenschaftlichen Mitarbeitenden im Kontext unternehmerische Selbstständigkeit zu generieren, insbesondere im Segment der wissensbasierten Dienstleistungen.
2. Mit den Erhebungen geschlechterspezifische und herkunftsfächerspezifische Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten bezüglich der Merkmale, Einstellungen und Unterstützungsbedarfe zu identifizieren und so für eine geschlechter- und fächerdifferenzierte Betrachtung und daraus abgeleitete Umsetzungsmaßnahmen zu sensibilisieren.
3. Gründerinnenpotenzialgruppen im Wachstumssegment der wissensintensiven Dienstleistungen unter den weiblichen Studierenden und Wissenschaftlichen Mitarbeitenden zu identifizieren und deren Charakteristika nachzuzeichnen, um so einen Beitrag für Handlungsempfehlungen zu einer gezielten Hebung des akademischen Gründerinnenpotenzials in wissensintensiven Dienstleistungen zu leisten.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Das Vorgehen gliedert sich in drei wesentliche Phasen.

1. Im Rahmen einer umfassenden Erhebungsphase konnte im Sommer 2006 mit der bundesweiten Onlinebefragung an 37 deutschen Hochschulen mit einer realisierten Stichprobe von mehr als 15 000 Studierenden und rund 2 400 Wissenschaftlichen Mitarbeitenden eine umfassende quantitative Datengrundlage für Ergebnisse zu akademischen Gründungspotenzialen im Segment der wissensintensiven Dienste generiert werden. Zusätzlich zu diesen beiden Onlineerhebungen mit großer Stichprobe wurde im November 2006 eine deutschlandweite Telefonbefragung unter 152 unternehmerisch selbstständigen Akademikerinnen in wissensintensiven Dienstleistungen durchgeführt. Qualitativ ergänzt wurde das Erhebungsspektrum durch Experten und Expertinnenrunden in vier deutschen Hochschulregionen und mehrstündigen Interviews mit acht selbstständigen Akademikerinnen in wissensbasierten Diensten unterschiedlicher Bereiche.
2. Im Rahmen der an die Erhebungsphase anschließenden Dokumentationsphase, mit Schwerpunkt 2007/2008, wurden bzw. werden die Ergebnisse der Befragungen in Publikationen mit unterschiedlichem Zielgruppenfokus dokumentiert. Das Publikationszentrum bilden dabei die beiden Studien zu den Ergebnissen der Onlinebefragung bei den Studierenden (Veröffentlichung Febr. 2008) und bei den Wissenschaftlichen Mitarbeitenden (2. Halbjahr 2008).
3. Als dritte, projektabschließende Phase erfolgt die Transferphase (Herbst 2008). Die Aktivitäten der Transferphase – ein Praxisleitfaden für Akteure/Akteurinnen in der Gründungsberatung, eine Fachtagung für die Gründungsforschung, Transferworkshops für Beratende aus der Gründungspraxis sowie Sensibilisierungs- und Mobilisierungsveranstaltungen an Hochschulen – haben die zielgruppenspezifische Vermittlung der Erkenntnisse aus den quantitativen und qualitativen Erhebungen in die Praxis zum Ziel.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Im Januar 2008 ist die Good-Practice-Publikation „Erfolgreich die eigene Chefin! Akademikerinnen als Selbstständige in wissensintensiven Dienstleistungen“ erschienen. Diese Broschüre hat zunächst die Ergebnisse der bundesweiten Telefonerhebung unter 152 selbstständigen Akademikerinnen in wissensintensiven Dienstleistungen verschiedener Segmente von IT- und Ingenieurdienstleistungen über Unternehmensberatung bis hin zu kulturellen Diensten zum Thema. Schwerpunkte der Erhebung zu den Erfahrungen der befragten unternehmerisch selbstständigen Frauen waren geschlechtsspezifisch eingeschätzte Probleme und Vorteile im Gründungsprozess, Aspekte der konkreten Gründungsumsetzung sowie Erfahrungen und Wünsche im Hinblick auf gründungsspezifische Beratungs- und Qualifizierungsangebote. Ergänzt wird die Darstellung der Befragungsergebnisse in der Broschüre durch acht mehrseitige Porträts von unternehmerisch tätigen Akademikerinnen in wissensbasierten Diensten, fußend auf den dazu geführten mehrstündigen persönlichen Interviews. Im Februar 2008 wurde der erste Teil der Studie „Gründungsquell Campus (I). Neue akademische Gründungspotenziale in wissensintensiven Dienstleistungen bei Studierenden“, der die Ergebnisse der deutschlandweiten Onlineerhebung unter Studierenden aufbereitet, publiziert. Aufgrund der mehr als 15000 komplett ausgefüllten Fragebögen verfügte das Inmit über eine für die Thematik einzigartige quantitative Datenbasis. Bereits im Vorfeld der Erhebung wurde durch die Auswahl der an der Befragung teilnehmenden Hochschulen eine annähernd gleiche Struktur von Stichprobe und Grundgesamtheit hinsichtlich der relevanten Strukturmerkmale Geschlechterverhältnis, Studienfachverteilung sowie Verteilung nach Bundesländern erreicht, was der Aussagekraft der erfassten Daten und der präsentierten Erkenntnisse zugutekommt. Die Ergebnisse wurden differenziert nach Geschlecht, Gründungsneigung und Fächergruppen ausgewertet und betrachtet. Die im Rahmen der FACE-Onlineerhebung befragten Studierenden wurden hierzu ihrer Gründungsneigung entsprechend in vier Gruppen unterteilt: Gründungsoffene (61,7 %); Gründungsentschlossene (7,3 %), Gründungsaktive (5,7 %) sowie Ablehnende (25,2 %). Die Auswertung nach Fächergruppen ermöglichte den Nach-

weis der Bedeutung von Fächern auch außerhalb der technologieorientierten Gründungsbereiche für das Gründungsgeschehen aus Hochschulen. Dabei legen die fächerdifferenzierten Befunde nahe, dass – will man verstärkt die weiblichen Studierenden erreichen – bei der Gründungssensibilisierung systematischer als bisher jene Fächer in den Blick zu nehmen sind, in denen Frauen in der Studierendenschaft gleichermaßen bzw. überproportional vertreten sind, z. B. die Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften. Voraussetzung bei der Sensibilisierung, Motivation und Qualifizierung weiblicher Studierender, die zumindest gründungsoffen für eine spätere Selbstständigkeit in wissensintensiven Dienstleistungen sind, ist es aber, die gründungsrelevanten Merkmale und Charakteristika dieser Zielgruppe zu kennen. Zu diesem Zweck wurden im Zuge der Ergebnisdarstellung der FACE-Studierendenbefragung die zumindest gründungsoffenen weiblichen Studierenden, die sich im Segment der wissensbasierten Dienste selbstständig machen möchten, ihrer Gründungsneigung entsprechend drei sogenannten Potenzialgruppen zugeordnet und in der Ausprägung ihrer Profile charakterisiert.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Das FACE-Publikationsspektrum umfasst insgesamt fünf Veröffentlichungen. Bereits erschienen sind, wie zuvor dargestellt, der erste Teil der Studie zu den Ergebnissen der Onlinebefragung unter mehr als 15000 Studierenden „Gründungsquell Campus (I)“ sowie die Good-Practice-Broschüre „Erfolgreich die eigene Chefin!“. Durch Aussendungen von Publikationsmeldungen und Belegexemplaren an relevante Multiplikatoren/Multiplikatorinnen – z. B. die bundesweite gründerinnenagentur (bga) sowie die Regionalverantwortlichen der bga, (Fach-)Zeitschriften im Bereich der Gründungsunterstützung und -begleitung und den idw – wurde auf die beiden Publikationen aufmerksam gemacht. Ebenfalls wurden die an den Befragungen teilnehmenden Hochschulen von den Erscheinungen in Kenntnis gesetzt.

Im ersten Quartal 2008 wird seitens des BMBF eine Broschüre zu den zentralen Ergebnissen der Studierendenbefragung als Kurzform der Inmit-Studie publiziert und breit zugänglich gemacht

werden. Im zweiten Halbjahr 2008 folgen der zweite Teil der Studie „Gründungsquell Campus (II)“ zu den Ergebnissen der Onlinebefragung unter rund 2400 Wissenschaftlichen Mitarbeitenden sowie ein Praxisleitfaden für Akteure/Akteurinnen in der Gründungsberatung.

Die Projektleiterin steht in gründungsspezifischen Arbeitskreisen und Tagungen für Vorträge zum Projekt, den Projektergebnissen und Publikationen zur Verfügung. Aufsätze sind in Planung. Das Projekt und seine Forschungsergebnisse werden auf einer eigens dafür eingerichteten Projekthomepage www.face.inmit.de seit Juni 2007 der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, ebenso auf der Internetplattform des Inmit. Sämtliche Publikationen sind dort nach ihrer Veröffentlichung als kostenloser Download für Forschung und Öffentlichkeit verfügbar.

Projekte im Bereich Außerakademische Zielgruppen

In dieser Gruppe sind Vorhaben zusammengefasst, die sich mit Gründungen besonderer Zielgruppen beschäftigen (Migrantinnen, Unternehmensnachfolgerinnen) bzw. branchenspezifische Ansätze in den Fokus nehmen, die sich nicht ausschließlich an Akademikerinnen wenden (Gründungen in der Kreativwirtschaft, Gründungen im Handwerk, Gründungen in ländlichen Räumen).

Untersucht werden Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für die Erhöhung der Gründungsbereitschaft von Frauen. Erfolgsfaktoren zur Etablierung eines positiven Gründungsklimas sollen aufgedeckt, genderorientierte Qualifizierungs- und Transfermaßnahmen entwickelt und erprobt werden und in entsprechende Unterstützungsangebote einmünden.

Zielgruppe sind auch hier, neben den Frauen selbst, die Akteure des Gründungsgeschehens, insbesondere die Multiplikatoren.

Gründerinnen in der Kreativwirtschaft

Vorhaben

Gründerinnen in der Kreativwirtschaft:
Analyse Workshopreihe – Ausstellung

Ausführende Stelle

F³ Marketingagentur

Projektleitung

Angela Pritzkow

Webadresse

www.f3-marketing.de und www.f3-kreativwirtschaft.de

Förderkennzeichen

01 FP 0717

Laufzeit

01.10.2007–31.12.2008

1. Problemstellung und Ziel

Die Kreativwirtschaft hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Die Umsätze liegen derzeit an dritter Stelle nach dem Kreditgewerbe und der Automobilindustrie. Der Anteil der Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt lag im Jahr 2004 bei 2,6% bei einem Wachstum von über 2% im Vergleich zu 2003.¹ Die Selbstständigen sind dabei die wichtigste Triebfeder für die Wachstumsdynamik in der Kreativwirtschaft. Die Anzahl der Unternehmen wuchs bundesweit dreimal schneller als die der Gesamtwirtschaft.² Rund 218 000

1 Söndermann, Michael (2006): Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006, Berlin

2 Söndermann, Michael (2006): Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft: Eine Neue Diskussion für Deutschland, in: Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006, Berlin

steuerpflichtige Unternehmen waren im Jahr 2006 mit einem Umsatzvolumen von 121 Milliarden Euro aktiv. Die mehr als 150 000 freiberuflichen Büros und gewerblichen Kleinunternehmen erzielten im Jahr 2005 einen Umsatz von rund 17 Milliarden Euro. Dabei werden Selbstständige mit unter 17.500,00 Euro Umsatz pro Jahr statistisch nicht erfasst, obwohl sie nach Schätzungen ca. 50 % der Selbstständigen ausmachen.³ Damit stellt die Wirtschaft der Kreativen einen großen Faktor für Beschäftigungspolitik und Chancengleichheit dar.

Von Bedeutung ist, dass die Kreativwirtschaft aus verschiedenen Teilmärkten besteht: Architektur und Kulturelles Erbe, Bildende und Darstellende Kunst, Musikwirtschaft, Buch- und Pressemarkt, Design, Werbung, Film- und Fernsehmarkt sowie die Games- und Softwareentwicklung.

Für die Existenzgründung von Frauen in der Kreativwirtschaft sind zwei wesentliche Faktoren zu berücksichtigen: Frauen gründen im Wesentlichen mit weniger Kapital und eher als Soloselbstständige als Männer; Kreative legen großen Wert auf das Ausleben ihrer Kreativität und verstehen diese weniger als Wirtschaftsgut. Untersuchungen, die bundesweit einen Überblick über Gründerinnen in den einzelnen Branchen der Kreativwirtschaft sowie Auskünfte über die betriebswirtschaftliche Verfasstheit dieser Unternehmen geben, fehlen bisher ebenso wie ein spezifisches Fortbildungsangebot.

Frauen sollen durch das Projekt positiv beeinflusst sowie zur Gründung motiviert werden. Die Möglichkeiten und Potentiale für eine erfolgreiche und existenzsichernde Selbstständigkeit von Frauen zu thematisieren, befördert sowohl die gesellschaftspolitische wie wirtschaftliche Chancengleichheit von Frauen.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Damit Frauenunternehmen in der Kreativwirtschaft erfolgreich gegründet werden und weiter bestehen, ist es notwendig den Produktionsfaktor

Kreativität mit unternehmerischen Fähigkeiten sowie Marktorientierung in Wirtschaftsunternehmen zu integrieren. Kreativunternehmen müssen sich als Wirtschaftsunternehmen verstehen.

Zur Erreichung dieser Ziele besteht das Gesamtprojekt aus drei Teilen: einer Workshopreihe, einer Ausstellung und einer begleitenden Analyse. Damit wird zum einen bei den Teilnehmerinnen der Workshops eine Dreifachwirkung mit Langzeiteffekt erreicht. Zum anderen werden die Teilnehmerinnen der Befragung auf die betriebswirtschaftliche Thematik ihrer Unternehmen sensibilisiert. Und drittens werden mit der Versendung der Einladungen und Fragebögen an Multiplikatoren/Multiplikatorinnen zwecks Weiterleitung, diese auf das Thema Gründungen von Frauen in der Kreativwirtschaft aufmerksam gemacht. Die Publikation der Analyse und die längerfristig zu nutzende Ausstellung können auch nach Projektende als nachhaltige Motivation für Gründerinnen wirken.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Die Projekteröffnung

Am Donnerstag, 15. April 2008, werden die Ausstellung und das Gesamtprojekt in Berlin einem Fachpublikum von 50–70 Multiplikatorinnen aus der Gründungsszene, Verbänden der Kreativwirtschaft, Gründungsexperten/-expertinnen sowie Vertreter/-innen der Presse präsentiert.

Ziel der Veranstaltung ist es, die Ausstellung einem Fachpublikum und der Presse zu präsentieren sowie auf das Gesamtprojekt aufmerksam zu machen.

Die Workshopreihe

Die Workshopreihe hat zum einen das Ziel ca. 40 bis 60 gründungsinteressierte Frauen pro Veranstaltung zur Unternehmensgründung zu motivieren. Zum anderen sollen Möglichkeiten und Potentiale einer nachhaltigen, erfolgreichen und existenzsichernden Gründung bzw. Unternehmensführung aufgezeigt werden. Im Fokus steht dabei die betriebswirtschaftliche Verfasstheit der Unternehmen, basierend auf der Trias Produkt/Kreativität – Marketing/Vertrieb – Unternehmer-

3 www.gruene-bundestag.de/cms/publikationen/dokbin/185/185891.pdf

sche/Kaufmännische Fähigkeiten. Um auf die je unterschiedlichen Spezifika der Branchen eingehen zu können, werden diese pro Workshop schwerpunktmäßig behandelt:

- **Köln, 24. April 2008 – Musikwirtschaft und Bildende Kunst;**
- **Hamburg, 29. Mai 2008 – Buch- und Pressemarkt sowie Werbung;**
- **Berlin, 12. Juni 2008 – Designwirtschaft und Games-/Softwareentwicklung sowie Architektur und Kulturelles Erbe;**
- **München, 26. Juni 2008 – Film- und Fernsehwirtschaft sowie Darstellende Kunst**

Für alle Veranstaltungen sind Räumlichkeiten gebucht und haben Experten/Expertinnen als Referenten/Referentinnen zugesagt. Der Einladungsflyer für die gesamte Workshopreihe befindet sich im Druck, wofür ein Verteiler bereits erstellt ist. Die Anmeldung kann per Post und online erfolgen.

Die Ausstellung

Die Motivation der Teilnehmerinnen der Workshopreihe ist auch ein Ziel der Ausstellung von 24 erfolgreichen Unternehmerinnen aus unterschiedlichen Regionen und Teilmärkten der Kreativwirtschaft. Als Vorbilder werden Frauenunternehmen ausgewählt, die existenzsichernd wirtschaften, über ein Marketing/Vertriebssystem verfügen und kaufmännisch versiert sind. Die Ausstellung trägt auch dazu bei, diese öffentlich sichtbar zu machen und als Belege für Chancengleichheit und wirtschaftliche Unabhängigkeit von Frauen zu verstehen.

Die zu porträtierenden Unternehmerinnen werden derzeit ausgewählt und angesprochen. Die Gestaltung der Bannerdisplays steht kurz vor dem Abschluss.

Die Analyse

Die Workshopreihe wird von einer betriebswirtschaftlich ausgerichteten Analyse begleitet. Ziel der Analyse ist es, Frauenunternehmen in den einzelnen Teilmärkten der Kreativwirtschaft sichtbar zu machen und Erkenntnisse über das Zusammenspiel der oben genannten Trias zu erlangen.

Der Fragebogen ist fertig gestellt und kann von den Selbstständigen sowohl print als auch online ausgefüllt werden. Die Sekundäranalyse wird laufend parallel bearbeitet.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Die Website www.f3-kreativwirtschaft.de wird Ende Februar öffentlich zugänglich sein. Dort werden das Gesamtprojekt beschrieben sowie die einzelnen Projektteile detailliert vorgestellt. Die integrierte E-Learning-Plattform ist in Vorbereitung. Der Einladungsflyer der Workshopserie und der Fragebogen zur Analyse werden in Printform versandt und stehen als PDF-Datei bereit. Zusätzlich wird das Projekt auf der Website der bga veröffentlicht. Mittels Pressemitteilungen und Hintergrundartikeln in einschlägigen Fachzeitschriften wird das Projekt derzeit der Öffentlichkeit bekannt gemacht.

Gründerinnen im Handwerk

Vorhaben

Analyse, Entwicklung und Erprobung von genderorientierten Qualifizierungs- und Transfermaßnahmen für Multiplikatoren/Multiplikatorinnen im Handwerk

Ausführende Stelle

Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld (FHM)

Projektleitung

Prof. Dr. Anne Dreier, Prof. Dr. Astrid Kruse

Webadresse

www.gruenderinnen-im-handwerk.de

Förderkennzeichen

01FP0709

Laufzeit

01.12.2007–31.07.2009

1. Problemstellung und Ziel

Frauen tragen in allen Bereichen des Handwerks maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg der Betriebe bei. Sie tun dies als selbstständige Betriebsinhaberin, mitarbeitende Unternehmerfrau, angestellte Gesellin oder Auszubildende.

Während der Anteil der Frauen im Handwerk kontinuierlich steigt und sich darüber hinaus immer mehr Frauen für eine Ausbildung in einem bisher typischen Männerberuf entscheiden, ist das Gründungspotenzial der Frauen im Handwerk bisher nicht ausgeschöpft.

Gleichzeitig fehlen nach wie vor aussagekräftige Daten und wissenschaftliche Erkenntnisse zur Gründungssituation und -motivation von Gründerinnen im Handwerk.

Vor diesem Hintergrund nimmt das Projekt „Gründerinnen im Handwerk“ die Existenzgründung von Frauen in Handwerksberufen in den Blick und untersucht Beratungs- und Qualifizierungsangebote, die von potenziellen weiblichen Unternehmensgründerinnen im Handwerk genutzt werden.

Ziel des Projekts ist es, Frauen den Zugang zur Existenzgründung im Handwerk zu erleichtern und das Gründungsverhalten nachhaltig positiv zu beeinflussen. Hierfür sollen genderorientierte Qualifizierungs- und Transfermaßnahmen für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Handwerk entwickelt und erprobt werden.

Erzielt werden soll dabei

- **eine Sensibilisierung der beteiligten Akteure für die Thematik,**
- **die Erhöhung der Beratungskompetenz bei Neugründungen durch Frauen im Handwerk sowie**
- **die Förderung der Wahrnehmung des Themas in der Öffentlichkeit.**

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Um zunächst verlässliche Daten über Qualifizierungs- und Transfermaßnahmen der Gründungsförderung für Frauen im Handwerk zu erhalten, werden in einer umfassenden qualitativen und quantitativen empirischen Studie Existenzgründungsberaterinnen und -berater sowie Gründerinnen zu ihren Erfahrungen und Einschätzungen befragt.

Hierbei sollen insbesondere

- **der Einfluss genderorientierter Beratungstätigkeit auf das Gründungsverhalten von Frauen im Handwerk,**
- **der Einfluss kulturell und gesellschaftlich verankerter geschlechtsspezifischer Bilder auf das Gründungsverhalten sowie**
- **die Auswirkungen der Novellierung der Handwerksordnung auf Gründungen von Frauen im Handwerk untersucht werden.**

Im Rahmen des Projekts soll eine erste wissenschaftliche Studie zur „Entwicklung und Unterstützung der Gründungsmotivation und Gründungsfähigkeit von Frauen im Handwerk“ unter Einbeziehung nationaler und internationaler Erfahrungen generiert werden.

Ausgehend von den Ergebnissen der Studie werden modellhafte Ansätze, praktische Handlungsempfehlungen und konkrete genderspezifische Beratungs- und Qualifizierungsstrategien abgeleitet.

Diese werden im Anschluss in enger Zusammenarbeit mit den Projektpartnern bundesweit implementiert, erprobt und evaluiert.

Erfolgreiche genderorientierte Qualifizierungsmaßnahmen und Beratungsstrategien finden als Best-Practice-Beispiele bundesweite Verbreitung.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Der erste Projektabschnitt (12/2007–06/2008) widmet sich der literaturbasierten Erstellung einer theoretisch-wissenschaftlichen Ausgangsbasis und der Identifikation nationaler und internationaler Best-Practice-Beispiele. Anschließend werden in einer quantitativen Befragung bundesweit ca. 1 000 bis 1 500 Gründerinnen zur Gründungssituation von Frauen im Handwerk befragt. Gleichzeitig werden Daten zur Gründungsberatung, zu Beratungsinstrumenten und Konzepten im Rahmen von ca. fünfzig standardisierten Leitfadeninterviews mit Existenzgründungsberaterinnen und -beratern erhoben.

In einem zweiten Schritt (06/2008–09/2008) werden basierend auf den Befragungsergebnissen modellhafte Ansätze zu genderorientierten

Beratungsstrategien sowie Transfer- und Qualifizierungsmaßnahmen entwickelt, um ein Qualifizierungskonzept für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Handwerk zu generieren.

Dieses wird im dritten Projektabschnitt (01/2009–03/2009) in Abstimmung mit den Projektpartnern implementiert, bundesweit erprobt und evaluiert. Daran anschließend findet eine Modifikation der Qualifizierungs- und Beratungsstrategien und -inhalte statt, um erfolgreiche genderorientierte Maßnahmen und Beratungsstrategien als Best-Practice-Beispiele bundesweit zu verbreiten.

Die gesamte Projektlaufzeit wird von Maßnahmen der Qualitätssicherung und Entwicklung sowie von zahlreichen Aktivitäten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit begleitet.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Um die Projektergebnisse der breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, wird das Projekt durch Tagungen, Projektveranstaltungen und Veröffentlichungen begleitet.

Öffentlichkeitswirksames Material, Veröffentlichungen und aktuelle Termine stehen Interessierten unter www.gruenderinnen-im-handwerk.de zur Verfügung.

Unternehmensgründungen durch Migrantinnen

Vorhaben

Verbundvorhaben: Unternehmensgründungen durch Migrantinnen

Ausführende Stellen

Universität Münster; TU Dortmund; gaus gmbh; Unique GmbH und Zentrum für Türkeistudien
Projektleitung

Sprecher: Prof. Dr. Hanns Wienold (Universität Münster)

Koordination Forschung

Vertr.- Prof. Dr. Andrea D. Bührmann

Koordination Umsetzung

Kurt-Georg Ciesinger (GF) (gaus gmbh)

Webadresse

www.migrantinnen-gruenden.de

Förderkennzeichen

01FP0613 - 01FP0617

Laufzeit

01.10.2006–31.03.2009

1. Problemstellung und Ziel

Existenzgründungen von Migrantinnen⁴ sind ein bisher wenig erschlossenes Potenzial für Beschäftigung und Wirtschaftsentwicklung. Das wiegt umso schwerer, da gerade Migrantinnen aufgrund ihrer kulturübergreifenden Kenntnisse und ihrer oftmals sehr guten Ausbildung hervorragende Chancen haben, sich selbstständig zu machen.

⁴ In Anlehnung an die Definition des statistischen Bundesamtes bezeichnen wir hier mit den Begriffen „Migrant/-in“ bzw. „Person mit Migrationshintergrund“, Personen, die als Ausländer/-in in Deutschland dauerhaft leben, die als Spätaussiedler/-in über eigene Migrationserfahrungen verfügen, die als eingebürgerte Ausländer/-in über eigene Migrationserfahrungen verfügen, die als eingebürgerte Ausländer/-in nicht über eigene Migrationserfahrungen verfügen, also seit ihrer Geburt in Deutschland leben, oder die als Deutsche mindestens ein Elternteil mit Migrationshintergrund haben, ohne jedoch selbst über eigene Migrationserfahrung zu verfügen.

Und sie wollen es auch: Umfragen belegen, dass der Berufswunsch Selbstständigkeit bei vielen Frauen mit Migrationshintergrund an erster Stelle steht. Dennoch sind Frauen mit Migrationshintergrund nach wie vor im Gründungsgeschehen unterrepräsentiert. Denn nur jedes vierte Unternehmen wird von einer Frau gegründet, die Gründungsquote bei Frauen mit Migrationshintergrund ist noch einmal um 1/3 geringer. Hier setzt das Projekt Gründung durch Migrantinnen an.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Das Projektvorhaben gliedert sich in zwei Phasen:

Untersuchungsphase: Zunächst wurde eine Diskursanalyse von Websites bedeutender Organisationen und Institutionen aus der Beratungs- und Förderinfrastruktur für (Unternehmens-) Gründerinnen durchgeführt. Im Anschluss sind problemzentrierte Interviews mit erfolgreichen Gründerinnen, mit Beratern/Beraterinnen und anderen Experten/Expertinnen durchgeführt worden. Derzeit erfolgt eine standardisierte Befragung von Gründerinnen mit und ohne migrantischem Hintergrund.

Entwicklungs- und Erprobungsphase: Ausgehend von den Untersuchungsergebnissen werden Beratungsangebote (weiter-)entwickelt und gemeinsam mit Gründerinnen, Gründungsexperten/-expertinnen und -netzwerken optimiert und erprobt. In diesen Beratungsprozess sind 10 gründungsinteressierte Migrantinnen im Ruhrgebiet und in Berlin aktiv einbezogen – von der Ideenentwicklung bis hin zur erfolgreichen Etablierung am Markt.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Die Diskursanalyse der Websites bedeutender Organisationen und Institutionen aus der Beratungs- und Förderinfrastruktur für (Unternehmens-) Gründerinnen und -gründer macht deutlich, dass hier auf der einen Seite das unternehmerische Leitbild des „Normalunternehmertums“ und auf der anderen Seite das Bild der „anderen Unternehmensgründerinnen bzw. -gründer“ hervorgebracht wird. Der sogenannte „Normalunternehmer“ zeichnet sich dabei durch die folgenden Merkmale aus:

- **Personenbezogene Charakteristika des „Normalunternehmers“: Berufserfahren, ohne anderweitige Verpflichtungen, männlich; deutscher Herkunft; 25 bis 54 Jahre; angemessenes ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital; Ausbildung unternehmerischer Persönlichkeit.**
- **Unternehmerische Charakteristika des „Normalunternehmers“: Geplante Unternehmensgründung, strategischer und ressourcenorientierter Gründungsverlauf; starke und schnelle Unternehmensexpansion**

Auf den Websites werden darüber hinaus aber auch solche (Unternehmens-)Gründer und Gründerinnen adressiert, die älter, jünger oder nicht deutschstämmig sind, die in spezifischen Branchen gründen, aus „anderen“ Anlässen oder mit „anderen“ unternehmerischen Zielen, die „ande-

re“ Gründungsverläufe und/oder eine „andere“ Kapitalausstattung aufweisen und schließlich auch eine „andere“ Ausprägung des unternehmerischen Selbst zeigen. Diese, in Abgrenzung zum „Normalunternehmer“ identifizierte, „andere“ unternehmerische Tätigkeit wird auf den Websites zugleich als „schwieriger“ und somit per se beratungsbedürftig dargestellt.

In der nachfolgenden Tabelle sind zum einen die auf den Websites benannten Merkmale des unternehmerischen „Anderen“ im Vergleich zum Normalunternehmertum systematisch zusammengefasst, sodass die auf den untersuchten Websites thematisierten und problematisierten Aspekte sichtbar werden. Mit Blick auf die Fragestellung des Projektes folgen wir der auf den Websites vorgenommenen Klassifizierung der „anderen“ Gründer/Gründerinnen, die dort nach den Merkmalen „Geschlecht“ und „ethnisch-kulturelle Herkunft“

| | Normalunternehmer | Unternehmerinnen | migrantische Unternehmerinnen | migrantische Unternehmer |
|---|---------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Gründungsanlass bzw. -motiv | Ziel/Plan | Entwicklungen | Fakten/Zufall | Fakten/Zufall |
| Gründungsverlauf bzw. -vorgehen | strategisch & ressourcenorientiert | inkremental & ressourcenorientiert | gezwungen/okkasionell | gezwungen/okkasionell |
| Unternehmerische bzw. Unternehmensziele | starke/schnelle Unternehmensexpansion | langsame Unternehmensexpansion | Unternehmenserhalt bzw. -überleben | Unternehmenserhalt bzw. -überleben |
| Pers. Kapitalausstattung | +/- | -/- | - | - |
| Ök. Kapital | + | - | - | +/- |
| Kult. Kapital | + | - | -/+ | + |
| Soz. Kapital | (fam. Unterstützung) | (fam. Verantwortung) | (fam. Verantwortung/Unterstützung) | (familiäre Unterstützung) |
| Unternehmerisches Selbst | + | - (Vermittlerin) | - (Vermittlerin) | + |

Tabelle 1: Auf Websites zum Thema „Existenzgründung“ vorgenommene Einteilung der Gründer/Gründerinnen in Typen durch Zuweisung bestimmter Merkmale.

vorgenommen wird, sodass implizit vier Gruppen unterschieden werden: Normalunternehmer, Unternehmerinnen, migrantische Unternehmerinnen und migrantische Unternehmer. In der nachstehenden Tabelle sind die auf den Websites abgebildeten Merkmale systematisch erfasst.

Diese angesprochenen Differenzen zwischen „Normalunternehmertum“ und anderen unternehmerisch Tätigen werden auch in den im Projektverlauf durchgeführten und analysierten Interviews mit Experten/Expertinnen aus der Beratungs- und Gründungsinfrastruktur für (Unternehmens-)Gründerinnen, sowie in den Leitfaden gestützten Interviews mit (Unternehmens-)Gründerinnen mit polnischem oder türkischem Migrationshintergrund thematisiert. Im Ergebnis der qualitativen Befragung hat sich gezeigt, dass sowohl die befragten (Unternehmens-)Gründerinnen als auch die Beratenden dieses Bild des „Normalunternehmertums“ kennen, es jedoch nicht unbedingt als Leitbild für eigenes Handeln bzw. ihren Beratungsansatz akzeptieren. Gründerinnen und Beratende beschreiben darüber hinaus jeweils auch andere Typen unternehmerischen Handelns als potenziell erfolgreiche Gründungsmodelle. Einige der Beratenden konstatieren kritisch, dass mit der Unterscheidung zwischen „normaler“ und „anderer“ unternehmerischer Tätigkeit eine Abwertung der „anderen“ Formen einhergehen könne. Die betreffenden Gründerinnen und Beratenden sprechen sich deshalb für eine Diversifizierung des Bildes vom „Normalunternehmertum“ aus. Diese Diversifizierungsforderung begreifen wir als Plädoyer für eine „Entrepreneurial-Diversity“, die es in der Beratungspraxis zu verwirklichen gilt.

Es werden ganz unterschiedliche Optimierungsvorschläge für die Gründungsberatung vorgebracht. Sie richten sich z. B. an den Berliner Senat, die Banken, die Bundesagentur für Arbeit und die Jobcenter, aber auch an die Ratsuchenden selbst. Mehrmals wird eine größere Transparenz des Beratungsangebots, aber auch eine größere Kooperation zwischen den einzelnen Institutionen angemahnt. Ebenso wichtig ist den Experten/Expertinnen wie auch den (Unternehmens-)Gründerinnen, die Kreditvergabe insbesondere von Mikrokrediten zu erleichtern. Zudem wird noch mehr Forschung zum Gründungsgeschehen selbst

eingefordert. Es wird der Vorschlag gemacht, die Berufsbezeichnung „Gründungsberater/-in“ zu zertifizieren und die Ressourcen für die Gründungsberatung selbst zu optimieren.

Für die Implementierung der „Entrepreneurial-Diversity“ lassen sich zunächst ausgehend von unseren Forschungsergebnissen die folgenden analytischen Ebenen unterscheiden, die in die Beratungstätigkeit Eingang finden sollten, indem Beratende sich für eine veränderte Wahrnehmung und Bearbeitung der Fallspezifika entscheiden:

Kennen der Differenzen: Auf dieser Ebene geht es um eine Sensibilisierung dafür, dass Differenzen existieren: Beratende nehmen eine offene Haltung gegenüber Ratsuchenden ein, um die Einschätzung der Fallspezifika nicht allein auf Basis der eigenen vorgeprägten Wahrnehmungsmuster vorzunehmen.

Er-Kennen der Differenzierungen: Auf dieser Ebene geht es darum, welche Differenzen für die Ratsuchenden tatsächlich charakteristisch und relevant sind: Beratende nehmen eine fragende Haltung gegenüber Ratsuchenden ein, um vorurteilsfrei alle Aspekte (kulturelle, individuelle, soziale, ökonomische Potenziale und Ressourcen) zu erschließen.

An-Er-kennen der Gleichheit in der Differenz: Auf der dritten Ebene geht es um die Akzeptanz der Differenz: Beratende bearbeiten auf eine respektvolle Art und Weise und in akzeptierender Haltung die Fallspezifika, indem sie dabei geschlechts- und migrationssensibel vorgehen.

Die Sicht der Experten/Expertinnen auf Gründerinnen mit Zuwanderungshintergrund ist geprägt durch eine „Problemsicht“, welche insbesondere die Defizite erfasst und die Potenziale und Ressourcen wenig erkennt und anerkennt. Die befragten Gründerinnen mit Zuwanderungshintergrund sehen sich dagegen als erfolgsorientierte, unternehmerisch handelnde Akteurinnen, die ihre Ressourcen nutzen und ihre Entwicklungsbedarfe kennen. Sie weisen problematisierende Fremdbeschreibungen, die sie als defizitär, hilfsbedürftig und benachteiligt erscheinen lassen, zurück. Denn dies steht in Widerspruch zu ihrem Selbstverständnis als Unternehmerin, das Unabhängigkeit, Eigen-

verantwortlichkeit und Zielstrebigkeit impliziert. Gründerinnen mit Migrationshintergrund, so lässt sich schlussfolgern, gründen nicht prinzipiell „anders“ als deutschstämmige. Mit Blick auf diese Ergebnisse sehen wir eine Beratung als förderlich an, der es ausgehend von dem Plädoyer einer „Entrepreneurial-Diversity“ darum geht, Diversity auf diesen unterschiedlichen Ebenen auch in den Mainstream der Beratungspraxis einzuführen und zu verwirklichen. Deshalb sprechen wir in Anlehnung an das schon bekannte „Gender-Mainstreaming“ auch von „Mainstreaming-Diversity“.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Vgl. die Website des Forschungsprojektes:
www.migrantinnen-gruenden.de

Gründerinnen in ländlichen Räumen

Vorhaben

Erfolgsfaktoren eines positiven Existenzgründungsklimas für Frauen in ländlichen Räumen

Ausführende Stelle

Agrarsoziale Gesellschaft e. V., Göttingen

Projektleitung

Dr. Dieter Czech

Webadresse

www.asg-goe.de/forschung_gruenderinnen.shtml

Förderkennzeichen

01FP0618/01FP0638

Laufzeit

01.08.2006–29.02.2008

1. Problemstellung und Ziel

Bisherige Studien haben die Existenzgründungsbedingungen von Frauen in erster Linie ohne räumliche Differenzierung analysiert. Die Situation in ländlichen Räumen droht durch einen urban geprägten Blick aus den Augen verloren zu gehen. Aufgrund der gegenüber Agglomerationsräumen dünneren Besiedlung haben Frauen in ländlichen Räumen oft weniger Zugang zu frauenspezifischer Beratung oder Netzwerken. Auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie kann erschwert sein (vgl. Becker et al. 2006⁵). Neben diesen räumlichen sind auch Sozialisationsfaktoren von Bedeutung. Die „ländliche Gesellschaft“ (vgl. Beetz et al. 2005)⁶ zeichnet sich teilweise durch gegenüber Ballungsgebieten wertkonservativere Leitbilder aus (vgl. Bohler 2006⁷). Da bisherige

5 Becker, H. et al. (2006): Perspektiven und Probleme von Frauen in ländlichen Räumen. Schriftenreihe des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Reihe A: Angewandte Wissenschaft Heft 514, Münster

6 Beetz, S., Brauer, K., Neu, C. (Hg., 2005): Handwörterbuch zur ländlichen Gesellschaft in Deutschland. VS Verlag, Wiesbaden

7 Bohler, K. F.: Sozialstruktur. In Beetz et al. (2005): Handwörterbuch zur ländlichen Gesellschaft in Deutschland. VS Verlag, Wiesbaden, S. 225–233

Forschungsergebnisse den Schluss nahelegen, dass insbesondere Geschlechterleitbilder einen wichtigen Einfluss auf die Selbstständigenquote von Frauen haben, ist zu hinterfragen, inwieweit sich dieser Einfluss in ländlichen Räumen bemerkbar macht.

Gleichzeitig gibt es durch die Verbreitung des klein- und mittelständischen Handwerks und der Landwirtschaft langjährige unternehmerische Erfahrungen von Frauen, die oftmals als mithelfende Familienangehörige tätig waren und sind (vgl. Inhetveen/Schmitt 2001⁸). Dieses Potenzial für die Selbstständigkeit von Frauen gilt es aufzugreifen.

Mit dem Vorhaben „Erfolgsfaktoren eines positiven Existenzgründungsklimas für Frauen in ländlichen Räumen“ sollen Handlungsempfehlungen erstellt werden, mit denen ein positives Gründungsklima für Frauen in ländlichen Räumen befördert werden kann.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Vier ländliche Kreise in Ost- und Westdeutschland mit einem über- oder unterdurchschnittlich hohen Frauenanteil an den Gewerbeanmeldungen werden vergleichend analysiert. Die Untersuchung verläuft auf zwei Ebenen:

1. Zur Bestimmung räumlicher Einflussfaktoren sollen zunächst die infrastrukturellen Bedingungen und statistischen Daten der Regionen erfasst werden. Neben klassischen harten und weichen Standortfaktoren werden Aspekte berücksichtigt, die nach den Vorgängerstudien⁹

8 Inhetveen, H., Schmitt, M.: Vom Mythos des kontinuierlichen Abbaus bäuerlicher Familienbetriebe. Ergebnisse einer Bäuerinnenstudie. In: Agrarbündnis (Hg., 2001): Der kritische Agrarbericht. ABL-Verlag, Rheda-Wiedenbrück, S. 250–256

9 Vgl. Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2003). Unternehmerinnen in Deutschland. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, Dokumentation Nr. 522; Leicht, R./Welter, F. (2005): Gründerinnen und selbstständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland. von Loeper Literaturverlag, Karlsruhe; KfW-Bankengruppe (Hg., 2004): Cheffinnensache. Frauen in der unternehmerischen Praxis. Physica-Verlag, Heidelberg; Sperling, C., May, M. (2001): Aktivitäten von und für Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen im Bereich der Klein- und Mittelbetriebe (KMU) – bundesweiter Überblick, Band 1, Recherche im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

einen größeren Einfluss auf die Gründungen von Frauen haben, wie die Frauenerwerbstillenquote oder Bildungsabschlüsse. Auch sollen die Förderbedingungen verschiedener Bundesländer berücksichtigt werden.

2. Qualitative Einflussfaktoren wie die Gründungsbereitschaft (der sog. „Unternehmergeist“), die Transparenz des Beratungsangebots, Geschlechterleitbilder und die frauenspezifische Ausrichtung von Förderprogrammen sollen durch Befragungen verschiedener Gruppen erfasst werden. Hierzu gehören Experten der Wirtschaftsförderung, Gründungsberatung und Frauenförderung, Jungunternehmerinnen sowie Berufsschüler und -schülerinnen.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Die Ergebnisse des Forschungsvorhabens, das kurz vor dem Abschluss steht, zeigen, dass die Existenzgründung von Frauen in ländlichen Räumen häufig eine Antwort auf ungünstige Arbeitsmarktbedingungen ist. Das Betriebskonzept wird eher den lokalen Bedingungen angepasst, als dass Frauen den Unternehmenssitz nach klassischen Standortfaktoren ausrichten. Durch die Ansiedlung der Geschäftsräume im eigenen Haus werden Kosten reduziert. Die Einbindung in das soziale Gefüge eines Dorfs kann aufgrund des höheren Bekanntheitsgrades gründungsfördernd wirken; teilweise wird neuen Ideen in der Nachbarschaft jedoch mit Ablehnung begegnet.

Die beiden Regionen mit einem überdurchschnittlichen Gründungsanteil von Frauen zeichnen sich durch verschiedene Fördermaßnahmen aus, mit denen eine bewusste Auseinandersetzung mit Rollenbildern forciert wird. Auch sind hier Institutionen der Wirtschafts-, Arbeitsmarkt- und Frauenförderung gut vernetzt. In beiden Kreisen gibt es Projekte, die ein gemeinsames Dienstleistungsangebot von selbstständigen Frauen im Rahmen eines Vereins ermöglichen. Es herrscht eine vergleichsweise hohe Transparenz der Fördermöglichkeiten für Klein Gründungen, die zudem durch die vorherrschende Politik mental unterstützt werden.

Neben Differenzen zwischen den Kreisen mit einem besonders hohen oder besonders niedrigen

Anteil von Gründerinnen zeigen sich auch Unterschiede zwischen den ost- und westdeutschen Regionen. Im Westen hat das Geschlechterleitbild einen größeren Einfluss auf das Gründungsgeschehen von Frauen. Hier nimmt meist der Partner die Rolle des Ernährers ein, während es Frauen in den neuen Bundesländern oft wichtig ist, ein eigenes Einkommen zu erwirtschaften. Dies führt mit dazu, dass das finanzielle Risiko einer Gründung die Frauen im Westen weniger belastet. In Verbundenheit mit der generell niedrigeren Eigenkapitalausstattung schrecken Frauen in den östlichen Bundesländern hingegen vor einer Gründung zurück, wenn sie einer mit einem Scheitern verbundenen Überschuldung aufgrund des schlechten Arbeitsmarktes nicht durch die Aufnahme eines Beschäftigungsverhältnisses entgehen können. Entsprechend gründungsfördernd wirken Investitionsbeihilfen und Hilfen zum Lebensunterhalt, wie sie teilweise im Rahmen von EFRE-Maßnahmen gewährt werden.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Busch, C. Fahning, I. (2007): Gründerinnen in ländlichen Räumen – was unterstützt, was hindert sie? In: Agrarsoziale Gesellschaft e. V. (Hg.): Jubiläumsausgabe Ländlicher Raum. 60 Jahre Agrarsoziale Gesellschaft e. V., ISSN 0179-7603, Nr. 05/06 2007, S. 64–67

NachfolgeZeit

Vorhaben

NachfolgeZeit – Unternehmensnachfolge aus der Zeitarbeit

Ausführende Stelle

Fachhochschule Gelsenkirchen
Institut für Entrepreneurship und Innovationen

Projektleitung

Prof. Dr. Christine Volkmann

Projektbearbeiter

Sebastian Limburg

Webadresse

www3.fh-gelsenkirchen.de/entrepreneurship/

Förderkennzeichen

01FP0607

Laufzeit

01.12.2006–30.11.2008

1. Problemstellung und Ziel

In den nächsten Jahren steht in vielen Unternehmen in Industrie, Handwerk, Handel, Dienstleistungen und Freien Berufen ein Generationswechsel an. Berechnungen des IfM Bonn zufolge sind im Zeitraum zwischen 2005 und 2009 in Deutschland rund 350 000 kleine und mittlere Unternehmen mit der Regelung der Unternehmensnachfolge befasst. Diese Unternehmen beschäftigen insgesamt ca. 3,4 Millionen Menschen. Davon besteht für ca. 170 000 Beschäftigte eine Gefährdung ihrer Arbeitsplätze, wenn keine Nachfolgelösung gefunden wird. Angesichts dieser Zahlen und der prognostizierten Entwicklung erhält eine Auseinandersetzung mit dem Thema Unternehmensnachfolge über die einzelwirtschaftliche Bedeutung hinaus auch einen erheblichen volkswirtschaftlichen Stellenwert.¹⁰

¹⁰ Fact Sheet Nr. 4, 2005 – IfM Bonn „Unternehmensübernahme durch Frauen in Deutschland“

Die weit überwiegende Zahl aller Gründungen sind Neugründungen. Nur rund 14 % der männlichen Gründerpersonen in Deutschland haben ein Unternehmen übernommen. Bei Frauen ist der Anteil noch geringer. Viele Frauen, die eine Gründung planen, denken in erster Linie an eine Neugründung, aber selten an die Übernahme eines bestehenden Unternehmens, da sie die Chancen, die eine Unternehmensnachfolge bietet, zumeist nicht wahrnehmen. Derzeit wird jede dritte Existenzgründung in Deutschland von einer Frau vorgenommen. Aber nur in etwa 5 % aller Fälle wird ein Unternehmen von einer Frau als Nachfolgerin übernommen.¹¹ Auch wenn die Nachfolgeregelung innerhalb der Familie getroffen wird, werden oftmals die Frauen bzw. Töchter nachweisbar als weniger geeignet betrachtet, selbst wenn sie die besseren Qualifikationen aufweisen.

Zu dem Themenkomplex Unternehmensnachfolge durch Frauen liegen bisher nur in einem geringen Umfang wissenschaftliche Erkenntnisse vor. Nur wenige Studien haben das Thema „Nachfolgerinnen“ zum Gegenstand. In diesem Kontext beziehen sich die meisten Untersuchungen vor allem auf den Bereich der Familiennachfolge. Zur Übernahme durch „Externe“ sind in Deutschland kaum verlässliche Daten und Informationen identifizierbar. In diesem Sinne ist auch das Thema Unternehmensnachfolge aus der Zeitarbeit wissenschaftlich noch zu erschließen. Hier setzt die aktuelle Studie „NachfolgeZeit“ an.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Durch verschiedene Erhebungsmethoden soll grundsätzlich ein möglichst großer Informations- und Datenpool zum Thema Unternehmensnachfolge aufgebaut werden. Dabei wird in dem vorliegenden Projekt zunächst allgemein analysiert, welche Möglichkeiten bestehen, um die Anzahl der Unternehmensnachfolgen durch Frauen zu steigern. Hierbei sollen mögliche Barrieren aufgedeckt und geeignete Lösungsvorschläge aufgezeigt werden. Des Weiteren soll durch das exemplarische Vorstellen einiger Good-Practice-Fälle eine Sensibilisierung für dieses Thema erfolgen.

In diesem Kontext soll das Konzept „Unternehmensnachfolge aus der Zeitarbeit“ auf seine Realisierbarkeit hin untersucht werden. Ziel dieses Konzeptes ist es, dass Zeitarbeitsfirmen, Nachfolgerinnen suchender Unternehmen, ihr Mitarbeiterportfolio zur Verfügung stellen, um potenzielle Kandidatinnen zu finden. Dieser Projektansatz erscheint auch vor dem Hintergrund des prognostizierten Wachstums der Zeitarbeitsbranche sehr interessant. Allein in 2007 konnte die Branche ein Wachstum von 32 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnen.¹² Von dem weiterhin prognostizierten signifikanten Wachstum der Branche werden insbesondere Frauen profitieren, da durch den demografischen Wandel ein deutlich stärkerer Einbezug von Frauen in das Wirtschaftsleben erforderlich werden wird. Dabei werden flexible Arbeitskonzepte an Bedeutung gewinnen. Vor diesem Hintergrund bietet das Modell der Zeitarbeit eine interessante Möglichkeit vor allem auch für diejenigen Frauen, die einen (Wieder-)Einstieg ins Berufsleben suchen und die ggf. zu einer Unternehmensnachfolge motiviert werden können. Mittels Befragungen soll geklärt werden, welche Möglichkeiten und Ansatzpunkte bestehen, das Konzept „Unternehmensnachfolge aus der Zeitarbeit“ zu realisieren.

3. Stand der Arbeit, Ergebnisse

In der ersten Phase des Projektes wurden verschiedene Daten zum Thema Unternehmensnachfolge durch Frauen und zur Zeitarbeitsbranche gesammelt. Anhand dieser Informationen kann aufgezeigt werden, dass die Bereiche Unternehmensnachfolge und Zeitarbeit gerade für Frauen in Zukunft immer attraktiver werden. Unternehmerinnen, welche die Unternehmensnachfolge als Gründungsform gewählt haben, sind im Verhältnis zu ihren männlichen Kollegen noch immer unterrepräsentiert. Hier befindet sich noch ein großes Potenzial, welches ausgeschöpft werden kann. Wir haben 500 Nachfolgerinnen per Fragebogen angeschrieben und sie detailliert nach Einzelheiten zu ihren jeweiligen Gründungen befragt (Rücklaufquote: 132 Fragebögen). Zur Abrundung haben wir mit 20 Nachfolgerinnen leitfadengestützte Interviews mit dem Ziel geführt, Barrieren aufzude-

11 www.gruenderinnenagentur.de/bag/MainNavigation/Unternehmensnachfolge/index.php?l=933

12 Zeitarbeitindex 2007 – Institut der deutschen Wirtschaft (IW)

cken und mögliche Lösungsansätze zu entwickeln. In diesem Kontext ist es ein wesentliches Ziel der Interviews, das Thema Unternehmensnachfolge aus der Zeitarbeit mit diesen Frauen zu diskutieren, um deren persönliche Einschätzungen im Hinblick auf die Realisierungschancen für das Konzept herauszufinden.

Nach der Auswertung der Fragebögen kristallisieren sich zwei Hauptbarrieren heraus, welche die Übernahme eines bestehenden Unternehmens für die Frauen offensichtlich erschweren. Zum einen haben die Frauen ausgeführt, dass es Probleme gibt, das geeignete Unternehmen zu finden. Nach ihren Angaben werden nur unzureichende Beratungen von offiziellen Stellen durchgeführt und es werden kaum Angebote zur Unternehmensnachfolge gemacht, die den persönlichen Kompetenzen und Neigungen der Frauen entsprochen hätten. Interessant ist dabei, dass in zahlreichen Fällen, in denen eine Nachfolgelösung erfolgreich war, die befragten Frauen vor ihrer Nachfolge Angestellte in dem übernommenen Unternehmen waren. Die im Vorfeld in dem jeweiligen Unternehmen gesammelten Kenntnisse und Erfahrungen sind dabei wohl wesentliche Entscheidungskriterien für eine Nachfolge.

Ein weiteres Problem stellt in vielen Fällen die Finanzierung des Vorhabens dar. Es gibt nur wenige Programme, welche speziell auf die Bedürfnisse von Frauen abgestimmt sind. Zahlreiche empirische Untersuchungen haben bereits gezeigt, dass Frauen tendenziell eher klein gründen und der Kapitalbedarf gering ist. Gleichmaßen investieren sie auch bei Übernahmen eher in kleinere Unternehmen nur wenig Kapital. Fast die Hälfte aller befragten Frauen hatte nur einen Kapitalbedarf von bis zu 10.000 € für die Übernahme. Dem Konzept der Unternehmensnachfolge durch die Zeitarbeit stehen die meisten der befragten Frauen

sehr positiv gegenüber. Viele hätten für sich gerne auch die Möglichkeit genutzt, das übernommene Unternehmen im Voraus kennenzulernen.

Vor diesem Hintergrund haben wir uns im weiteren Teil der Studie mit der Zeitarbeitsbranche beschäftigt. Anhand von aktuellen Daten wird erkennbar, dass hier ein großes Potenzial für Unternehmensnachfolgen in Zukunft besteht. Dem schlossen sich auch die von uns per Fragebogen und Interview befragten Zeitarbeitsunternehmen an. Trotz der aktuellen Diskussionen über die verschiedenen Arten von Regulierungen in der Zeitarbeit, sehen ca. $\frac{3}{4}$ der befragten Personaldienstleistungsunternehmen positiv der Zukunft entgegen. Durch eine immer stärkere Zunahme der Vermittlung von Fachkräften aus dem Bereich der Dienstleistungen (Frauenquote über 50 %) ist es auch zu erwarten, dass die Anzahl von Frauen in der Zeitarbeit zunehmen wird. Angesprochen auf das Konzept der Unternehmensnachfolge durch die Zeitarbeit, waren nur einzelne Personaldienstleister an dieser Idee interessiert. Aktuell sind wir bestrebt mit diesen Unternehmen eine Zusammenarbeit zu initialisieren und deren weibliche Mitarbeiterinnen in die Studie und das Konzept zu integrieren.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Aktuelle Projekt- und Befragungsergebnisse werden kontinuierlich auf der institutseigenen Homepage veröffentlicht. Außerdem arbeiten wir eng mit diversen Multiplikatoren zusammen, wie z. B. Frauennetzwerken oder dem iGZ e.V. Die fertige Studie werden wir auch der bga e.V. und weiteren Interessengemeinschaften zukommen lassen. Zusätzlich ist auch geplant, wissenschaftliche Texte aus der Studie und den gewonnenen Ergebnissen zu generieren.

Erhöhung der Gründungsbereitschaft

Vorhaben

Analyse zu den Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für die Erhöhung der Gründungsbereitschaft von jungen Frauen durch die Unternehmensnachfolge als Option einer Existenzgründung

Ausführende Stelle

ATI Küste GmbH, Stralsund

Projektleitung

Holger Beyer

Webadresse

www.ati-kueste.de

Förderkennzeichen

01 FP 0608

Laufzeit

01.07.2006–31.10.2008

1. Problemstellung und Ziel

Das Thema Unternehmensnachfolge durch Frauen ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt kaum erforscht. Mit dem Forschungsprojekt wird eine grundlegende Analyse von Strukturen und Potenzialen zur Existenzgründung von jungen hochqualifizierten Frauen durchgeführt.

- **Ist die Unternehmensnachfolge tatsächlich eine zusätzliche Option für eine Existenzgründung durch hoch Qualifizierte? Unter welche Bedingungen ist dies der Fall?**
- **Lassen sich Gründungshemmnisse reduzieren oder abbauen bei Existenzgründung durch Unternehmensnachfolge? Wenn ja, welche?**
- **Wie ist der Übergabeprozess durch ein Zusammenwirken von Gründerin, Übertragenden und Beratern/Beraterinnen zu organisieren?**

Die Beantwortung dieser Fragen soll zu einem verallgemeinerungsfähigen Ansatz für das gemeinsame Management von Unternehmensübertragungen

durch die Gründer/-in, die Unternehmer/-in und die Berater/-in führen. Durch wissenschaftliche Untersuchungen werden die differenzierten Anforderungen aus der Sicht der potenziellen Gründer/Gründerinnen, der Übertragenden und von Experten/Expertinnen ermittelt.

Aus den Untersuchungsergebnissen soll ein Promotorenmodell und ein „Train-the-Trainer/-in“ – Konzept entwickelt werden.

Das Forschungsvorhaben wird in enger Kooperation mit den Wissenschaftlerinnen Frau Prof. rer. pol. Petra Jordanov, Professorin an der Fachhochschule Stralsund, und Frau Dipl.-Prähist. Eva Maria Mertens, Koordinatorin des Kompetenzzentrums „Frauen für Naturwissenschaft und Technik“ an den Hochschulen M-V durchgeführt.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Von einem intensiven Literaturstudium ausgehend, haben wir Fragen für die leitfadengestützten Interviews mit Experten/Expertinnen, Netzwerkpartner/-partnerinnen und Unternehmern/Unternehmerinnen entwickelt. Des Weiteren wurde eine repräsentative Studierendenbefragung an 12 Hochschulen zum Thema Unternehmensgründung/Unternehmensnachfolge durchgeführt. Die Befragungsergebnisse wurden und werden im Rahmen von Workshops evaluiert.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Die Auswertung der leitfadengestützten Interviews zeigte eine unterschiedliche Beurteilung bestimmter Sachverhalte bezüglich der Unternehmensgründung und der Unternehmensübernahme durch Experten/Expertinnen, Netzwerkpartner/-partnerinnen und Unternehmer/-innen. Daher wurde am 22. Mai 2007 zur Klärung von Einzelfragen ein Workshop mit Expertinnen, Netzwerkpartnerinnen, Studentinnen und Unternehmerinnen durchgeführt, der die unterschiedliche Bewertung erneut bestätigte. Nicht geschlechtsspezifisch geschulte Expertinnen beraten deutlich mehr in Richtung Ablehnung einer Gründung als vergleichbar geschulte Expertinnen. Das eigene Rollenbild mit dem Verständnis der Zuständigkeit für Haushalt und Kinder sowie der eigene Perfektionsanspruch führen dazu, die gründungswillige

Frau auf Herz und Nieren zu prüfen und eher von einer Gründung abzuraten. Gleiches gilt analog für Beratungen zur Unternehmensnachfolge.

In einem zweiten Schritt wurden 545 Studierende von verschiedenen Hochschulen im Bundesgebiet zum Thema Unternehmensgründung/Unternehmensnachfolge befragt und bereits vorläufig ausgewertet. Der vorläufigen Auswertung ist zu entnehmen,

- **dass geschlechtsunabhängig mit wachsender Intensität der aktiven Beschäftigung mit dem Thema Unternehmensgründung die Anzahl der zustimmenden Antworten abnimmt und**
- **dass trotz hoher Informiertheit beider Geschlechter beim Übergang von der Beschäftigung mit dem Thema bis zum Nachdenken über die eigene Gründung besonders Frauen sich zurückhalten. In den entscheidenden Phasen für eine zu erwartende Unternehmensgründung bleiben in Phase 5 (ich habe bereits über eine Gründung nachgedacht) noch 53 % der Frauen von Stufe 1, aber 78 % der Männer übrig. In der Stufe 6 (ich beabsichtige in den nächsten drei bis fünf Jahren zu gründen) bleiben 19 % und 33 % bzw. 6 % und 15 % in der Stufe 7 (ich habe bereits ein Unternehmen gegründet) übrig.**

Die Gründungsbereitschaft steigt deutlich, wenn die Unternehmensnachfolge als Weg zur Existenzgründung aufgezeigt wird. 64 % der Studentinnen und 61 % der Studenten äußern sich hier positiv. Diese leicht erhöhte Bereitschaft der Frauen für diesen Weg der Existenzgründung bestätigt die anfängliche Hypothese, die Auslöser der Untersuchung mit dem Ziel der Entwicklung eines Promotorenmodells war.

Aus der Verteilung der Antworten ergeben sich Schlussfolgerungen für konkrete Qualifizierungsangebote zur Erhöhung der Gründungsneigung bei Neugründung und Unternehmensnachfolge sowie erste Anregungen für das zu entwickelnde Promotorenmodell.

Die Einstellung zur Beraterfunktion des Übertragenden ließ vorrangig eine unterschiedliche Einschätzung in Abhängigkeit von Geschlecht

und Studienfach erkennen. Folglich werden die Fragestellungen, die in die Konzipierung eines Promotorenmodells einfließen, ebenfalls getrennt für die Geschlechter und die Studienfächer ausgewertet.

Gegenüber der Einschätzung, dass die/der Übergebende nicht immer und unbedingt die geeignete Ratgeberpersönlichkeit darstellt, setzt sich hier bei allen Studierenden die Zustimmung zu einer externen Begleitung durch. Die Zustimmung der Studentinnen auch aus den Wirtschaftswissenschaften mit zuvor kritischer Bewertung hinsichtlich einer Ratgeberfunktion der/des Übertragenden hat deutlich zugenommen.

Für eine „Doppel“-Begleitung der Unternehmensnachfolge durch interne Ratgeberfunktion und externe Begleitung votierten 128 von 153 Studentinnen (= 84 %) und 134 von 174 Studenten (= 77 %). Diese Betrachtungsweise weist auf deutliche Unterschiede in der Sichtweise der Geschlechter hin. Männliche Studierende „begnügen“ sich mit der Ratgeberfunktion des Übertragenden und verzichten auf zusätzliche Betreuung, während die Studentinnen deutlich weniger nur die interne Betreuung akzeptieren und auf zusätzliche externe Betreuung zusätzlich Wert legen. Die hier nur kurz angerissenen ersten Ergebnisse werden im folgenden Quartal weiter ausgewertet. Die Antworten setzen wichtige Impulse für die Konzeption des Promotorenmodells, insbesondere die Auswahl von Promotorenpersönlichkeiten und die Gestaltung des Vertrauensverhältnisses zwischen Promotor und Unternehmensnachfolgerin.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

1. Hanseatic Institute for Entrepreneurship and Regional Development an der Universität Rostock im Rahmen der Ringvorlesung: „Perspektiven der Regionalentwicklung und Innovationsstrategien in M-V“, Veröffentlichung im Wintersemester 2007/2008 geplant
2. Newsletter der Zeitschrift Finanzbetrieb, Januar 2007 auf der Homepage

Projekte im Bereich Sensibilisierung

Die Vorhaben dieser Gruppe beschäftigen sich in ganz unterschiedlicher Weise mit der Fragestellung, wie das Interesse an unternehmerischem Engagement und Neugier auf berufliche Selbstständigkeit bei Mädchen und Frauen geweckt werden kann und wie das Umfeld aussehen muss, um positive Identifikationen für (potenzielle) Gründerinnen zu schaffen.

Die Palette reicht von Untersuchungen darüber, wie Frauen gründungsspezifische Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben und wie diese ihre Erfolgsaussichten beeinflussen, über Untersuchungen zur Rolle von Netzwerken über die Entwicklung von Best-Practice-Modellen bis hin zur Entwicklung und Erprobung eines niedrigschwelligen Planspiels für Mädchen zum Thema Möglichkeiten und Chancen einer beruflichen Selbstständigkeit.

P[∞] – Erfolgreich ist weiblich!

Vorhaben

Verbundvorhaben: P[∞] – Erfolgreich ist weiblich! – Power für Gründerinnen

Ausführende Stellen

Technische Universität Berlin
KPL – Gründungsservice

Projektleitung

Agnes von Matuschka;
Uta Kirchner

Universität Stuttgart

Institut für Technische Optik

Projektleitung

Petra Brüning-Ntoufas
Hochschule Wismar

Institut für Unternehmensbesteuerung und Consulting

Projektleitung

Prof. Dr. Olaf Bassus

Webadresse

www.gruendung.tu-berlin.de

www.uni-stuttgart.de/forschung/existenz/punendlich

www.unternehmerin.info/index.html

Förderkennzeichen

01FP0611/01FP0612/01FP0713

Laufzeit

01.02.2007–31.01.2010

1. Problemstellung und Ziel

Der Anteil von Frauen an den Gründungen aus Technischen Universitäten ist noch immer vergleichsweise gering. Das Projekt soll Frauen ermutigen, eine eigene Gründung in ihre Berufs- und Karriereplanung einzubeziehen und damit mittelfristig den Frauenanteil an technologieorien-

tierten Unternehmensgründungen erhöhen. Dazu wird ein Umfeld geschaffen, das positive Identifikationsangebote für potenzielle Gründerinnen beinhaltet, d.h. erfolgreiche Unternehmerinnen als Vorbilder vorstellt, Interesse an unternehmerischem Engagement schafft und Neugier auf berufliche Selbstständigkeit weckt.

Künftige Generationen von Studierenden und insbesondere von Studentinnen sollen bessere Voraussetzungen haben, technologische Innovationen und Forschungsergebnisse in Produkte umzusetzen und erfolgreich am Markt zu etablieren.

Da Frauen seltener gründen als Männer und gerade technologieorientierte Gründungen selten in Betracht ziehen, zielt das Projekt einerseits speziell auf die Sensibilisierung und Motivation von Studentinnen, Absolventinnen und von wissenschaftlichen Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen für das Thema Selbstständigkeit von Frauen sowie andererseits auf die Beratung und Betreuung von gründungsinteressierten Frauen.

Im ständigen Austausch mit Partnerhochschulen und Universitäten werden zudem Best-Practice-Modelle entwickelt, um bundesweit die unternehmerischen Potenziale von Frauen im Hightechbereich besser zu nutzen.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Zur Erreichung der o. g. Ziele setzt das Projekt Maßnahmen in verschiedenen Bausteinen um:

Baustein 1: Sensibilisierung und Einstellungswandel

Im Gründungsumfeld werden hauptsächlich männliche Unternehmer und ihre Erfolge präsentiert. Damit auch Studentinnen, Absolventinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen die Selbstständigkeit als Alternative zum Angestelltenverhältnis wahrnehmen, sollen verstärkt erfolgreiche Unternehmerinnen dargestellt werden. Eine Schirmfrau für „P∞ – Erfolgreich ist weiblich“, Botschafterinnen der beteiligten Hochschulen und weitere erfolgreiche Unternehmerinnen treten deshalb als Vorbilder für die vielfältigen Lebensentwürfe auf. Sie präsentieren sich bei Podiumsdiskussionen, auf Plakaten, in Anzeigen und in Ausstellungen.

Baustein 2: Entdecken und Wecken von Gründungspotenzial

Ein umfangreiches Onlineangebot enthält neben ausführlicher Information zur Unternehmensgründung auch einen Profilttest, in dem Frauen ermitteln können, ob sie ein Gründertyp sind, und ein Planspiel, in dem neben den üblichen Kompetenzen auch geschlechtsspezifische Aspekte berücksichtigt werden. In einer Potenzialanalyse lernen gründungsinteressierte Studentinnen ihre Stärken und Schwächen kennen und erhalten Tipps zur Verbesserung ihrer Gründungskompetenzen. In Workshops und durch persönliche Beratung können sie sich bei der Gründungsvorbereitung unterstützen lassen. Der Austausch mit anderen gründungsinteressierten Frauen ist ihnen im Rahmen eines Gründerinnennetzwerkes in Kooperation mit der bundesweiten gründerinnenagentur (bga) möglich. Zusätzlich haben sie die Möglichkeit, Praktika in von Frauen geführten Unternehmen zu absolvieren.

Baustein 3: Wissenschaftliche Begleitung

Ein renommierter wissenschaftlicher Partner analysiert die Projektmaßnahmen wissenschaftlich-evaluatorisch und identifiziert Good-Practice-Module, die parallel auf weitere Hochschulen übertragen werden sollen. Die Maßnahmen werden mit qualitativen Verfahren wie teilnehmender Beobachtung, qualitativen Tiefeninterviews mit Hochschulvertretern und Unternehmern, standardisierten Befragungen und Gruppendiskussionen analysiert. In quantitativen Erhebungen sollen die Gründungsaffinität von Studienanfängerinnen erhoben und Indikatoren für eine gründerinnenfreundliche Hochschulorganisationskultur identifiziert werden.

Baustein 4: Transfer an Partnerhochschulen

Das von der TU Berlin und der Universität Stuttgart gemeinsam entwickelte Angebot wird an weitere Hochschulen transferiert. Diese Hochschulen liefern Input zu ausgewählten Projektbausteinen und Feedback zur Umsetzung in ihrem Umfeld.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Innerhalb des ersten Jahres des Projektes konnten folgende Maßnahmen umgesetzt werden:

- **Ein Profilttest, der spielerisch unternehmerische Eigenschaften reflektiert und getestet, wurde entwickelt und auf der Website zugänglich gemacht.** Erste Auswertungen zeigen, dass das Interesse von Frauen hier höher ist als ihr Anteil an den Studierenden der Universität. Das Ziel, ein niedrigschwelliges Angebot insbesondere für Frauen zu unterbreiten und Interesse am Thema Gründung zu wecken, kann also mit einem solchen Profilttest offenbar erreicht werden.
 - www.gruendung.tu-berlin.de/265.html?F=3
 - www.uni-stuttgart.de/forschung/existenz/punendlich
 - www.unternehmerin.info/index.html
- **Als Schirmfrau des Projekts konnte Bea Beste, Teilhaberin und Geschäftsführerin der PHORMS Management AG, gewonnen werden.**
- **Die Auftaktkonferenz des Projektes am 13.09.2007, die von 120 Teilnehmern/Teilnehmerinnen besucht wurde, beleuchtete insbesondere die Bedeutung von Role-Models bei der Sensibilisierung von weiblichen Gründerinnen.**
- **Erste erfolgreiche Gründerinnen wurden als Botschafterinnen gewonnen, die sich als Vorbilder und Role-Models für verschiedene Maßnahmen des Projektes zur Verfügung stellen.** In Expertintentreffen wurden gemeinsam Vorschläge für Maßnahmen entwickelt, z. B. begleitete Praktika für gründungsinteressierte Studentinnen bei Unternehmerinnen, neue Formate für Diskussionsveranstaltungen und PR-Kampagnen.
- **Die Gründergalerie auf der Homepage porträtiert Alumni-Gründerinnen und -Gründer der TU Berlin.** Sie stellt die Persönlichkeit und Motivation der Unternehmer/-innen in den Vordergrund und unterbreitet Tipps für gründungsinteressierte Studentinnen. Eine Gründer/-innengalerie befindet sich ebenfalls auf der Homepage der Universität Stuttgart.
- **Eine PR Kampagne innerhalb der Universität stellt auf Postern und Postkarten Unternehmerinnen dar, die für den Gedanken der Unternehmensgründung und der beruflichen Selbstständigkeit werben.** Das Konzept der Kampagne ist erstellt. Die ersten Plakate werden zum nächsten Semester verbreitet.
- **Ein Unternehmensplanspiel, welches typische Unternehmenssituationen sowie spezifische frauenrelevante Fragestellungen simuliert und als Übung einen virtuellen Einblick in das Leben einer Unternehmerin gibt, wird entwickelt und im März den Studierenden der Hochschulen online zur Verfügung gestellt werden.**
- **Mit Potenzialanalyse und Coaching werden gründungsinteressierte Frauen auf dem Weg in die Selbstständigkeit begleitet.**
- **Eine erste Umfrage zum Gründungsklima an den drei beteiligten Hochschulen gibt Aufschluss darüber, wie die Studentinnen und Studenten das Gründerklima vor Ort einschätzen, inwieweit sie bestehende Angebote kennen und wahrnehmen und wie sie generell zur Thematik Selbstständigkeit als mögliche Perspektive stehen.** Die Befragung wurde an allen drei bislang beteiligten Hochschulen durchgeführt. Die Ergebnisse für die Hochschule Wismar, die Universität Stuttgart und die TU Berlin liegen im Frühjahr 2008 vor. Die weitere wissenschaftliche Evaluierung der Projektziele und -ergebnisse wird durch einen externen Auftragnehmer gewährleistet.
- **Mit den Partnerhochschulen erfolgt regelmäßig ein Austausch von Erfahrungen und Transfer von bewährten Maßnahmen in der Sensibilisierung und Förderung von gründungsinteressierten Studentinnen.** Weitere Universitäten werden ab März 2008 die von der TU Berlin entwickelten Arbeitsmodule einsetzen und an regelmäßigen Treffen für einen Erfahrungsaustausch teilnehmen. Entsprechende Kooperationsvereinbarungen

sind in Vorbereitung. Der Austausch mit anderen interessierten (Technischen) Universitäten und Bereitstellung der Materialien sind gewünscht.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

- www.gruendung.tu-berlin.de/
- www.uni-stuttgart.de/forschung/existenz/punendlich

Planspiel für Mädchen zur Existenzgründung

Vorhaben

Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines niederschweligen multimedialen und dynamischen Planspiels für Mädchen zur Nutzung im Internet zum Thema „Möglichkeiten und Chancen einer beruflichen Selbstständigkeit“ – „wirdswas?“ –

Ausführende Stelle

JOBLAB & Diversity

Projektleitung

Franco Calchera

Webadresse

www.wirdswas.de

Förderkennzeichen

01FP0714

Laufzeit

01.10.2007–30.09.2009

1. Problemstellung und Ziel

Lediglich 29 Prozent aller Selbstständigen sind Frauen. Frauen gründen und führen seltener ein Unternehmen als Männer. Das bundesweite Projekt JUNIOR des Instituts der deutschen Wirtschaft zeigt, dass Mädchen der Altersstufen 9.–11. Klasse jedoch durchaus engagiert sind, eine Unternehmensgründung für den Zeitraum eines Schuljahres auszuprobieren und dabei auch die Funktionen der Geschäftsführung oder des Vorstandsvorsitzes erfolgreich übernehmen. Schülerinnen ist aber insgesamt zu wenig geläufig, welche Möglichkeiten die berufliche Selbstständigkeit bietet und dies, obwohl zahlreiche Berufe dafür infrage kämen. Dazu gehören auch viele Berufe, die im Allgemeinen wenig bekannt sind.

Die Entwicklungen auf dem Berufs- und Arbeitsmarkt zeigen, dass zu diesen für eine Selbstständigkeit geeigneten Berufen stetig neue hinzukommen. Außerdem bilden die zunehmend guten Bildungsvoraussetzungen der Schülerinnen eine vielversprechende Perspektive für eine

berufliche Selbstständigkeit und eröffnen große Entwicklungsmöglichkeiten. Daher sollte so früh wie möglich gezielt auf die beruflichen Potenziale dieser interessanten und innovativen Berufsfelder aufmerksam gemacht und umfassend, auch mittels multimedialer Simulation, informiert werden.

Den Initiativen, die sich für die Förderung der Selbstständigkeit als berufliche Perspektive für Schülerinnen engagieren, soll durch das Vorhaben ein vielseitiges, leistungsfähiges und innovatives Instrument für Simulation und Präsentation zur Verfügung gestellt werden.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Das Vorhaben sieht die Entwicklung, Erprobung, Optimierung und Bereitstellung eines im Internet frei verfügbaren interaktiven Planspiels, speziell für Schülerinnen ab der 9. Klasse, zu den Möglichkeiten und Chancen einer beruflichen Selbstständigkeit vor. Nach Einschätzung von Expertinnen, die seit Jahren schulische Juniorfirmen organisieren und betreuen, können Schülerinnen ab der 9. Klasse gut mit der Thematik und mit einem solchen Planspiel umgehen.

Das Planspiel wird im Internet kostenlos zur Verfügung stehen. Die Userinnen haben die Möglichkeit, ihre Daten anonym zu speichern, sodass sie jederzeit die Simulation weiterführen oder ändern können.

Mittels unterschiedlicher Simulations-, Vergleichs- und Informationstools können die Schülerinnen verschiedene Möglichkeiten spielerisch ausprobieren sowie deren Chancen und Risiken abwägen. Die dazugehörigen Informationen können über eine Datenbank abgerufen werden, darunter Beschreibungen, Fotos und ggf. Videos zu einzelnen Berufen, zu übergreifenden Themen und über beispielhafte berufliche Werdegänge.

Im Mittelpunkt der Entwicklung steht ein Simulationstool zum Thema „Selbstständigkeit“. Die Userinnen erhalten bei der Interaktion mit dem Planspiel einen Überblick über jene Faktoren, die bei einer Selbstständigkeit eine Rolle spielen, sowie über ihre unmittelbaren und langfristigen Interdependenzen. Jede Änderung der Einstellung eines der o. g. Bereiche bewirkt eine interaktive

Umstellung des Systems, die unmittelbar grafisch in einem integrierten Zusammenhang dargestellt wird. So können die Auswirkungen einzelner Veränderungen auf das jeweilige Vorhaben im Gesamtzusammenhang verfolgt und in ihrer Bedeutung für das Gleichgewicht des Vorhabens erfasst werden.

Damit bekommen die Userinnen eine Rückmeldung zu den Kompetenzen, die eine berufliche Selbstständigkeit erfordern und darüber, ob sie über diese Potenziale verfügen. Sie lernen spielerisch die Vorgehensweise der Planung und Vorbereitung einer Existenzgründung kennen und erproben die einzelnen Schritte. Das weckt Neugierde und Interesse und regt an zu weiteren konkreten Schritten der Realisierung – z. B. zur Beteiligung an einem bestehenden Projekt (JUNIOR, „Jugend gründet“ etc.).

Das Planspiel bietet sich als Tool gut an für Projekte mit Mädchen im Rahmen des berufsorientierenden Unterrichts. Diese Form der Herangehensweise wäre neu. Existenzgründung ist als Thema in der Berufsorientierung in Schulen bisher nicht explizit vertreten.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Für das Vorhaben wurde ein Projektbeirat einberufen. Der Arbeitskreis hat begonnen, die Grundelemente des Planspiels zu definieren und die Funktionalität zu skizzieren. Anfang 2009 wird mit dem ersten Programmprototyp gerechnet, so dass die Testphase starten kann. Das Projekt sucht Schülerinnen, die gerne bereit sind, das Planspiel zu testen. Interessierte Schülerinnen und Lehrer/-innen werden gebeten, über die Internetseite mit der Projektleitung Kontakt aufzunehmen. Ihre Rückmeldungen werden in die Optimierung des Planspiels eingehen.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Wegen der noch zu kurzen Laufzeit des Projektes liegt noch kein Material vor. Infos sind in Internet unter www.wirdswas.de zu finden.

Gewusst wie

Vorhaben

Verbundvorhaben: „Gewusst wie – Wo erwerben Frauen ihr Wissen für eine berufliche Selbstständigkeit und wie beeinflusst das ihre Erfolgsaussichten? Herkunft und Wirkung selbstständigkeitsrelevanten Wissens bei Frauen“

Teilprojekt 1

Universität Mannheim: Geschlechtsspezifische Determinanten und Muster des Wissenserwerbs

Teilprojekt 2

Universität Siegen: Geschlechtsspezifische Prozesse des Lernens und des Wissenserwerbs

Ausführende Stellen

Universität Mannheim – Institut für Mittelstandsforschung

Projektleitung

Dr. René Leicht

Universität Siegen – Lehrstuhl PRO KMU

Projektleitung

Prof. Dr. Friederike Welter

Webadresse

www.gewusst-wie-selbstaendig.de

Förderkennzeichen

01FP0604/01FP0603

Laufzeit

01.09.2006–28.02.2009

1. Problemstellung und Ziel

In der Gründungsforschung herrscht Einigkeit, dass in modernen Gesellschaften Bildung und Wissen zu den entscheidenden Determinanten beruflicher Selbstständigkeit avancieren. Gleichzeitig zeichnet sich ab, dass die geringe unternehmerische Präsenz von Frauen zu einem großen Teil auf einem Mangel an selbstständigkeitsrelevantem Wissen beruht. In dem Projekt sollen daher die Prozesse des Wissenserwerbs und der Wissensverarbeitung von Frauen im Hinblick auf eine Unter-

nehmensgründung und -führung näher beleuchtet werden.

Zu den zentralen Erkenntniszielen gehört zunächst die Frage, welche Rolle die Aneignung und Nutzung von Wissen für die Unternehmensgründungen durch Frauen spielt und welche Hürden sie hierbei erfahren. Soweit sie den Schritt in die Selbstständigkeit vollziehen, interessiert, woraus Frauen das Wissen und die Motivation hierfür beziehen und welche Bedeutung die verschiedenen Quellen des Wissenserwerbs für die Gründungsmotivation und das Gründungspotenzial von Frauen, aber auch für ihre Professionalität und wirtschaftliche Orientierung besitzen. Ferner stellt sich die Frage, in welcher Weise sich der spezifische Wissenserwerb auf den Gründungserfolg bzw. die weitere betriebliche Entwicklung auswirkt. Schließlich soll das Projekt die unterstützenden und hemmenden Faktoren für den Wissenserwerb sowie auch mögliche Ansatzpunkte identifizieren, durch die politischen Institutionen, die Förderagenturen, und schließlich die (potenziellen) Unternehmerinnen selbst die auftretenden Barrieren im Wissenserwerb beseitigen bzw. überwinden können.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Der erste Arbeitsschritt bestand in der Ausarbeitung eines theoretischen Konzepts auf dem die späteren empirischen Arbeiten aufbauen können und das anschließend mit den empirischen Ergebnissen ergänzt wird. Dieser Arbeitsschritt baute auf ausgiebigen Literaturrecherchen sowie der strukturierenden Sichtung vorangegangener und neuerer Studien auf. Jüngere Forschungsarbeiten haben sich hier auf die Bedeutung der Chan- cenerkennung (opportunity recognition) für den Gründungsprozess konzentriert und liefern damit eine wichtige Grundlage für eine Untersuchung des Wissenserwerbs bei Gründungen von Frauen.

Im zweiten Arbeitsschritt werden die geschlechtsspezifischen Determinanten und Muster des Erwerbs selbstständigkeitsrelevanten Wissens in Deutschland und im internationalen Vergleich identifiziert. Als empirische Grundlagen dienen zum einen amtliche Daten, wie z. B. die Mikrozensus-Erhebungen, European Labor Force Survey und BIBB/IAB-Daten, welche einen Überblick über

geschlechtsspezifische Muster des Wissenserwerbs bei Gründerinnen und Gründern ermöglichen und Aufschluss über den Einfluss von Wissen auf den Eintritt in die Selbstständigkeit sowie Tätigkeitsprofile und betriebliche Performance von frauen- und männergeführten Betrieben geben. Zum anderen werden mittels einer bundesweiten Repräsentativerhebung zusätzlich 1200 selbstständige und nicht selbstständige Akademikerinnen befragt, um die Prozesse der Aneignung selbstständigkeitsrelevanten Wissens (formaler und nicht formaler Art) sowie personenbezogene und biografische Merkmale von Gründerinnen und selbstständigen Frauen zu identifizieren.

Der dritte Arbeitsschritt untersucht aus der Makro- und Mikroperspektive Prozesse des Wissenserwerbs im jeweiligen Umfeldkontext mithilfe qualitativer Verfahren, um hierüber auch Informationen über Verläufe zu erfassen. Geplant sind zum einen Expertengespräche mit Personen und Organisationen, die wesentliche Bestandteile verschiedener Umfelder repräsentieren. Zum anderen werden persönliche Tiefeninterviews mit Gründerinnen und selbstständigen Frauen geführt, die sich aus verschiedenen Umfeldern bzw. Situationen heraus selbstständig machten.

Im letzten Arbeitsschritt erfolgt eine Verdichtung der Analyseergebnisse (im Rahmen eines Workshops), um darauf aufbauend konkrete Handlungsempfehlungen für die politische Ebene, für die Gründungs- und Unternehmerinnenförderung, für die Lehre und Ausbildung sowie für Gründerinnen und Unternehmerinnen zu erarbeiten.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Das erste Arbeitspaket wurde im 2. Halbjahr 2007 fertig gestellt (die Ergebnisse sind z. B. in der Veröffentlichung Ettl/Welter 2007 zusammengefasst). Parallel dazu wurde mit der Aufbereitung und Analyse von Sekundärdaten begonnen (siehe hierzu z. B. Veröffentlichungen von Strohmeyer/Tonoyan), die bis Ende 2008 eine Aktualisierung erfahren und parallel mit dem Projektbeirat diskutiert werden. Erste aus den Ergebnissen abgeleitete Handlungsempfehlungen sollen im Rahmen eines Workshops Ende 2008/Anfang 2009 vorgestellt und mit Experten aus der Politik und Gründungspraxis bzw. mit Unternehmerinnen, Gründerin-

nen, deren Netzwerken und der Wissenschaft diskutiert werden.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Öffentlichkeitswirksames Material

- **Projekthomepage auf dem Portal der bga unter**
- www.gewusst-wie-selbstaendig.de
- **Informationen zum Projekt auf den Webseiten der beiden Projektpartner unter**
- www.ifm.uni-mannheim.de/unter/fsb/gewusst_wie.html
- www.prokmu.de/forschung/aktuelleprojekte_gewusstwie.php
- **April/Mai 2007: Ausführliche Berichte über das Projekt u. a. in der Siegener Universitätszeitung Querschnitt sowie im Informationsdienst des ifm der Universität Mannheim**
- **Erwähnung/Verwertung bisheriger Projektergebnisse in div. überregionalen Medien/Zeitung; z. B. Hörfunkinterviews SWR, Deutschlandfunk, FAZ.**

Veröffentlichungen

- **Ettl, Kerstin und Friederike Welter (2007): „Lerntheoretische und kognitive Aspekte in Gründung und Unternehmensentwicklung – Eine Genderperspektive.“ Beiträge zur KMU-Forschung, 6. Siegen: PRO KMU.**

Vorträge auf (referierten) Konferenzen und Workshops

- **Robert Strohmeyer & Vartuhi Tonoyan (2008): „Employment Growth and Firm Innovativeness in Women- and Men-Owned Small Firms in Germany: An Effect of Endowments?“ Paper to be presented at the Workshop on „Gender and the Labor Market“, Centre for European Economic Research (ZEW), Mannheim, March 28–29.**

- **Kerstin Ettl & Friederike Welter (2008): „How Female Entrepreneurs Learn & Acquire (Business-Relevant) Knowledge.“ Paper to be presented at the „Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER),“ Regensburg, March 5–7.**
- **Vartuhi Tonoyan, Robert Strohmeier & René Leicht (2007): „Occupational Profile of Female Entrepreneurs: A Comparative Study of High Skilled versus Low-Skilled Self-Employment in 19 European Countries. On the Impact of Human Capital Endowments and Family Characteristics.“ Paper presented at the G-Forum: 11. Interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Entrepreneurshipforschung, Aachen, November 8–9.**
- **Robert Strohmeier & Vartuhi Tonoyan (2007): „Gender Differences in Academic Self-Employment: On the Role of Field of Study and the Mechanisms Behind.“ Paper presented at the G-Forum: 11. Interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Entrepreneurshipforschung, Aachen, November 8–9.**
- **René Leicht: „Selbstständige Frauen im Kreativsektor: Arbeitsformen, Ressourcen und Entwicklungspotenziale“, Creative Power – Gründungen von Frauen im Kreativbereich, Fachtagung Bundesweite Gründerinnenagentur und BMBF, Berlin 26.01.2007.**
- **René Leicht: „Entwicklungen, Potenziale und Besonderheiten weiblicher Gründung“. Auftaktveranstaltung zum Wettbewerb „Gründung NRW“, START-Messe Essen 14.09.2007.**

Netzwerke als Unterstützungsinstrument

Vorhaben

Netzwerke als Unterstützungsinstrument für Gründerinnen

Ausführende Stelle

Institut für Soziologie, Technische Universität Berlin

Projektleitung

Prof. Dr. Christiane Funken

Webadresse

www.gruenderinnenagentur.de/bga/Power-fuer-Gruenderinnen/Gruenderinnen-Netzwerke/index.php

Förderkennzeichen

01FP0619

Laufzeit

01.08.2006–31.12.2008

1. Problemstellung und Ziel

Mit dem Anstieg der Selbstständigenquote in Deutschland in den letzten zwei Jahrzehnten ist auch der Anteil von selbstständigen bzw. gründenden Frauen deutlich gewachsen. Mittlerweile sind gut 28 % aller Selbstständigen weiblich. Dennoch gründen nach wie vor weitaus mehr Männer ein Unternehmen als Frauen. Obwohl die Motive zur Gründung bei Frauen ähnlich vielfältig sind wie bei Männern und obgleich Gründerinnen in Hinblick auf Ziele und Motivation auch untereinander erhebliche Unterschiede aufweisen, lassen sich dennoch erhebliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern feststellen. Nach wie vor sind von Frauen betriebene Selbstständigkeiten häufiger Teilzeitselbstständigkeiten und die von Frauen gegründeten Unternehmen sind oft kleiner und weniger wachstumsorientiert.

Es ist anzunehmen, dass die immer zahlreicheren Versuche, durch Netzwerkarbeit den komplexen Gründungsvorgang (speziell von Frauen) zu unterstützen, genau auf diese – teils in der Literatur beschriebenen, teils alltagsweltlich erlebten –

Differenzen und Defizite reagieren. Aber nicht alles, was sich Netzwerk nennt oder genannt wird, ist wirklich eines. Netzwerke – so die Literatur – sind zeitlich begrenzt. Ihre Mitglieder haben ähnliche Ziele oder Interessen, agieren auf Basis von Vertrauen und Reziprozitätserwartung und teilen Wissen und Informationen miteinander.

Vor diesem Hintergrund werden in der empirischen Studie solche Unterstützungsarrangements erfasst, die ausdrücklich als Netzwerke firmieren, um im nächsten Schritt zu ergründen, ob und welche unterstützenden Effekte diese für Gründerinnen bieten.

Zum Abschluss des zweijährigen Projektes ist geplant, auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse, unterstützende Coachingmodule für Gründungs- und Netzwerkakteure zu entwickeln, um den Transfer der aus der Empirie abgeleiteten Empfehlungen direkt in die Praxis zu gewährleisten.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Das Vorhaben umfasst drei Schritte: Zunächst wird (auf der Basis der theoretischen Arbeit) empirisch erhoben, ob und welche Netzwerktypen real anzutreffen sind, wie diese strukturiert sind, und welchen Nutzen sie aus der Sicht der Gründerinnen bereitstellen. Dazu werden zunächst Interviews mit Experten/Expertinnen, die in der Gründungsberatung tätig oder in Netzwerken initiiert aktiv sind, geführt. Anschließend werden in einer schriftlichen Befragung von Gründerinnen in Berlin/Potsdam, im Raum Köln/Bonn und in Thüringen sowohl regionale als auch individuelle Unterschiede in Hinblick auf Erwartungen an die Netzwerke und Performanzen des Netzwerkes ausgeleuchtet.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Nach umfänglichen Recherchen (Sichtung der nationalen und internationalen Literatur zu Netzwerksoziologie, Gründungsforschung und insbesondere geschlechterspezifischen Erkenntnissen und Ansätzen in beiden Bereichen) sowie der Entwicklung des theoretischen Rahmens für die Studie, wurden explorative Interviews mit Akteuren aus der Gründerinnenberatung und aus Gründungsnetzwerken geführt. Die Ergebnisse dieses

Projektabschnittes stellen die Grundlage für die Fragebogenentwicklung dar. Im Herbst 2007 konnte dann die schriftliche Befragung in Netzwerken abgeschlossen werden.

Die in der Literatur im Kontext der Organisationsforschung häufig anzutreffenden transaktionskostentheoretisch orientierten Ansätze sehen das Netzwerk als ideales „Zwischending“ zwischen Markt und Hierarchie, das verbindlicher und problemsensitiver ist als der Markt, ohne dabei auf Hierarchie und Entscheidungsbezogenheit zurückgreifen zu müssen wie die formale Organisation. Dies stützt die Annahme, dass Netzwerke geeignet sein können, schwach definierte Probleme zu lösen, so wie sie beim Beginn von Gründungsprozessen vielfach anzutreffen sind. Wegen dieser Eigenschaften sind sie auch geeignet, komplexe Prozesse stabilisierend zu begleiten, ohne Autonomieverluste einzelner Akteure nach sich zu ziehen.

Diese netzwerktypischen Unterstützungseffekte scheinen besonders für Frauen relevant, da das gesellschaftlich dominierende Unternehmerbild nach wie vor nicht geschlechtsneutral ist. Vielmehr sind das klassische, auf Schumpeter rekurrierende Bild des Eigentümerunternehmers, aber auch neue Leitbilder, wie z. B. der Entrepreneur, explizit männlich geprägt. Dies scheint nicht nur für die Gründungsneigung von Frauen erhebliche Konsequenzen zu haben, sondern lässt auch ihren gesamten Gründungsprozess prekärer und riskanter erscheinen.

Verstärkt wird dieser Effekt offenbar dadurch, dass in der deutschsprachigen betriebswirtschaftlichen Literatur durchgängig formalisierte, konzeptionalisierte und phasengegliederte Gründungsprozesse unterstellt und in die Praxis vermittelt werden. Viele Gründungsprozesse weichen erheblich von diesem prototypischen Prozessverlauf ab. Da Frauen darüber hinaus nicht dem männlich konnotierten Bild des Schumpeter-Unternehmers und Entrepreneurs entsprechen, werden ihre Gründungsvorhaben häufig als defizitär und in der Praxis gerade nicht als kreativ und innovativ wahrgenommen.

Die durchgeführten Experten-/Expertinneninterviews brachten weitere Erkenntnisse sowohl

über das „Feld“ als auch über die konkreten Ausprägungen und Konsequenzen der in der theoretischen Arbeit identifizierten kritischen Punkte. So zeigt sich bereits hier, dass

- **eine Vielzahl unterschiedlicher Gruppierungen als Netzwerke firmieren, obgleich diese zum Teil gar keine Netzwerkkoordinaten aufweisen, also gar keine Netzwerke sind. Auch haben nicht alle unter dem Namen Netzwerk geschaffenen Arrangements gründungsunterstützendes Potenzial. Ihr spezifischer Nutzen variiert außerdem in Abhängigkeit von persönlichen und sozialen Erwartungen, konkreter Problemstellung und individuellen Voraussetzungen beim Gründungsprozess;**
- **die Homogenität der Netzwerkzusammensetzung – vor allem in Bezug auf Bildungsstand, Familienpflichten und persönlicher Einstellung zur Professionalisierung des Gründens – starken Einfluss auf (wünschenswerte) Netzwerkeffekte zeitigt. Weniger relevant scheinen Faktoren wie Branchenzusammensetzung oder unmittelbare räumliche Nähe zu sein;**
- **die meisten offenen, weniger strukturierten Netzwerke sich eher an Unternehmerinnen, die meisten stärker strukturierten Netzwerke eher an Gründerinnen richten;**
- **der Umgang mit dem Verhältnis von Kooperation und Konkurrenz ganz offensichtlich ein Schlüsselfaktor für den Erfolg von Gründungs- und Unternehmerinnennetzwerken darstellt.**

4. Öffentlichkeitswirksames Material/Veröffentlichungen

Das Projekt konnte bereits auf Konferenzen und Tagungen zum Thema vorgestellt werden.

Geplant: Abschlussbericht, Informationsmaterial über Netzwerke und ihr Unterstützungspotenzial für Gründerinnen, Coaching(module) für
 a) zentrale Netzwerkakteure/-akteurinnen (z. B. Moderatorinnen, Organisatorinnen) und/oder
 b) Frauen mit Gründungs- und Vernetzungsabsichten.

Projekte im Bereich Methoden/Beratung/ Qualifizierung

Frauen gründen anders (als Männer). Inso-
weit müssen Förder-, Qualifizierungs- und
Beratungsleistungen für die spezifischen
Bedarfe von (potenziellen) Gründerinnen
angepasst und/oder neu entwickelt werden.
Daher richten sich diese Vorhaben in erster
Linie an die beratenden Institutionen und
die Kreditgeber. Biografische und familiale
Hintergründe werden ebenso in den Blick
genommen wie systemische und strukturelle
Determinanten sowie politische Rahmenbe-
dingungen, um neue Ansatzmöglichkeiten zu
identifizieren, neue Ansätze zu entwickeln
und in Kooperation mit den unterschiedli-
chen Akteuren zu erproben.

Entrepreneuresse

Vorhaben

Verbundvorhaben: „Entrepreneuresse – Dem unternehmerischen Habitus auf der Spur“

Teilprojekt A

Universität Augsburg: Familiäre Voraussetzungen von Gründungsneigung und Gründungserfolg von Frauen

Teilprojekt B

Universität Fulda: Habitusreflexive Gründungsbegleitung – ein Beratungsansatz

Ausführende Stellen

Lehrstuhl für Soziologie und empirische Sozialforschung an der Universität Augsburg

Projektleitung

Dr. Anna Brake

Lehrstuhl für Methoden, Sozialmanagement und Netzwerke an der Hochschule Fulda

Projektleitung

Prof. Dr. Susanne Maria Weber

Webadresse

www.entrepreneuresse.de

Förderkennzeichen

01 FP 0703/01 FP 0704

Laufzeit

01.09.2007–31.08.2010

1. Problemstellung und Ziel

Auch wenn die Zahl der (im Haupterwerb) selbstständigen Frauen im Zeitraum von 1996 bis 2005 um 23,5 % weiter angestiegen ist, so liegt die Selbstständigenquote von Frauen nach wie vor erheblich unter derjenigen der Männer. In den letz-

ten Jahren wurden erhebliche Forschungsanstrengungen unternommen, die Ursachen für diese „Gründerinnenlücke“ genauer zu untersuchen. Als ertragreich erwiesen sich hier Untersuchungsansätze, die das geschlechtsspezifische Existenzgründungsverhalten in den Kontext von strukturellen Ausgangslagen (vor allem des Arbeitsmarktes, der Familie und auch der einschlägigen existenzgründungsbezogenen Beratungspraxis) stellen und die nach den Frauen und Männern in unterschiedlichem Maß zur Verfügung stehenden Ressourcen fragen. In diesem Zusammenhang wurde auch der familiäre Kontext der Gründungsbereitschaft und des Gründungserfolgs von Frauen zum Untersuchungsgegenstand. Allerdings beschränkten sich die Analysen zu den familialen Voraussetzungen des Gründungsgeschehens bisher auf die Frage danach, welche direkten zeitgleich wirksamen Ressourcen (wie etwa finanzielle Transferleistungen, soziale Netzwerkressourcen, psychosoziale Belastungskompensation u.a.) den Gründerinnen ihren Weg in die Selbstständigkeit erleichtern. Die Frage hingegen, welches gründungsrelevante „Rüstzeug“ ihnen über die in ihrer Herkunftsfamilie vermittelten und angeeigneten Dispositionen des Wahrnehmens, Denkens und Handelns mit auf den Weg gegeben werden, ist bislang noch nicht untersucht worden.

Das vom BMBF geförderte Verbundprojekt „Entrepreneuresse – Dem unternehmerischen Habitus auf der Spur“, das sich gleichermaßen als Beitrag zur Grundlagenforschung ebenso wie als Beitrag zur anwendungsorientierten Forschung versteht, nimmt sich dieser Forschungslücke an. Das Verbundvorhaben gliedert sich in zwei Teilprojekte, die ausgehend von einer gemeinsamen theoretischen Basis in der Soziologie Pierre Bourdieus unterschiedliche Zielsetzungen verfolgen: In Teilprojekt A wird anknüpfend an die Arbeiten Pierre Bourdieus die Bedeutung des in der Herkunftsfamilie der Gründerin angeeigneten und inkorporierten kulturellen und sozialen Kapitals für die Gründungsneigung und den Gründungserfolg von Frauen untersucht. Es wird davon ausgegangen, dass die damit verbundenen habituellen Dispositionen – zusammen mit den sozialen und ökonomischen Ressourcen der Herkunftsfamilien – eine wichtige Ausgangslage für die spätere Gründungsneigung und den Gründungserfolg der Töchter darstellen. Teilprojekt B „Habitusre-

flexive Gründungsberatung“ verfolgt das Ziel, einen Beratungsansatz zu entwickeln, der an den Ergebnissen aus Teilprojekt A anknüpft und die darin herausgearbeitete Dimension der familialen Voraussetzungen erfolgreichen Gründens für die Praxis der Gründerinnenberatung fruchtbar macht. Das Verbundprojekt leistet einen wichtigen Beitrag zur Erforschung sozialer Ungleichheitslagen, erhellt es doch die sozial ungleich verteilten Ressourcen, welche die Gründerinnen vor dem Hintergrund der ihnen über ihre Herkunftsfamilie zugänglichen Gelegenheitsstrukturen in das Gründungsgeschehen einbringen (können).

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

In Teilprojekt A werden 20 Gründerinnen mit akademischem Abschluss sowie deren Lebenspartner, Eltern und altersnahe Brüder in leitfadengestützten Einzelinterviews befragt. Die bereits erfolgte – maximal ein Jahr zurückliegende – Gründungsaktivität der Gründerin soll in den Bereichen Medien, Beratung oder Bildung realisiert worden sein. Berücksichtigt werden dabei ausschließlich Neugründungen, es geht also nicht um die Übernahme von Familienunternehmen durch die Töchter. Ergänzend werden in allen 20 Familien gemeinsame Gruppendiskussionen mit den zuvor einzeln befragten Familienmitgliedern durchgeführt. Hinzu kommt die Analyse von Fotomaterial, das die beteiligten Familien für den Forschungskontext bereitstellen. Auf der Basis des umfangreichen Datenmaterials sollen Familienmonografien entwickelt werden, welche dann die Grundlage für die Erarbeitung einer Systematik von familienbezogenen gründungsrelevanten Faktoren bilden werden.

In Teilprojekt B wird zunächst mittels einer Onlineerhebung erfasst, welche Ansätze, Methoden und Techniken aktuell in der Gründerinnenberatung zum Einsatz kommen. Im Anschluss werden leitfadengestützte Experten-/Expertinneninterviews mit Gründungsberater/-beraterinnen geführt. In Kooperation mit der Bundesgründerinnenagentur (bga) werden die Ergebnisse in Form einer fachöffentlichen Workshopkonferenz vermittelt und zur Diskussion gestellt. Außerdem werden Reflexionswerkstätten mit den in Teilprojekt A zuvor befragten Gründerinnen durchgeführt, um den Beratungsansatz weiter zu konkretisieren sowie theoretisch und empirisch zu fundieren. Das Beratungskonzept,

das in der dritten Phase des Teilprojektes erprobt und optimiert werden soll, wird in Form eines Beratungsmanuals und zugehöriger Arbeitsmaterialien der Beratungspraxis zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus soll ein dreistufiges Train-the-Trainer-Modell für eine breite und nachhaltige Verankerung in der Beratungslandschaft sorgen.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Die in den ersten fünf Monaten der Projektlaufzeit geleisteten Arbeiten beziehen sich zum einen auf die systematische Erschließung des theoretischen wie empirischen aktuellen Forschungsstandes. Darüber hinaus wurde das methodische Vorgehen weiter ausdifferenziert. Nachdem in Teilprojekt A die Untersuchungsinstrumente für die Feldphase entwickelt wurden, wurde im Rahmen der Pretest-Phase eine Gründerinnenfamilie interviewt. In Rückkopplung an die Erfahrungen und Erkenntnisse der Pretest-Phase wurde das Untersuchungsinstrumentarium weiterentwickelt und für die Feldphase optimiert. Zwischenzeitlich konnte Datenmaterial in zwei weiteren Familien erhoben werden. In Teilprojekt B wurde der Onlinefragebogen für die Analyse der institutionellen Beratungspraxis im Feld der Gründungsberatung entwickelt, verschiedene Datenbanken zusammengeführt zu einer institutionell differenzierten, 1363 Adressen umfassenden Gesamtdatenbank sowie ein Pretest durchgeführt und die Befragung realisiert. Der bereinigte Rücklauf beläuft sich auf 49 %. Aktuell wird das Instrumentarium für die qualitative Erhebung entwickelt sowie die in Zusammenarbeit mit der Bundesgründerinnenagentur stattfindende Workshopkonferenz geplant.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Grundlegende Informationen zum Verbundprojekt (z. B. Projektflyer) wurden im Rahmen der Internetpräsenz www.entrepreneuresse.de bereitgestellt. Im Zusammenhang mit der Rekrutierung interviewbereiter Gründerinnenfamilien und Gründungsberater/-innen für den Fragebogen-Pretest wurden Informationsmaterialien für die vermittelnden Institutionen (z. B. Agentur für Arbeit, bga Stuttgart) sowie die potentiellen Befragten selbst erstellt. Der Projektauftritt wird sukzessive weiter ausgestaltet.

OptExist

Vorhaben

Verbundvorhaben: Evaluation und Optimierung institutioneller Praktiken zur Beratung und Förderung von Existenzgründerinnen – OptExist

Ausführende Stellen

Universität Bremen IAW

Projektleitung

Dr. Günter Warsewa

Universität Hamburg

Projektleitung

Prof. Sonja Drobnič

MPS München

Projektleitung

Dr. Cordula Kropp;

Prof. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer

Webadressen

www.iaw.uni-bremen.de,

www.cgg.uni-hamburg.de,

www.sozialforschung.org/de,

www.optexist.uni-bremen.de

Förderkennzeichen

01FP0605/0609/0610

Laufzeit

01.07.2006–30.06.2009

1. Problemstellung und Ziele

OptExist ist ein bundesweites Kooperationsprojekt, das die Evaluation von Beratungsangeboten und Förderungsinstrumenten für Existenzgründerinnen zur Aufgabe hat und zu ihrer Optimierung beitragen will. Im Zentrum des Vorhabens stehen die allgemeinen und spezifischen Förder- und Beratungsleistungen, mit denen öffentliche und private Träger Gründerinnen unterstützen. In einem mehrschichtigen Untersuchungsansatz werden die gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Rahmenbedingungen und Förderpraktiken in vier ausgewählten Bundesländern als auch die Bedar-

fe der Gründerinnen analysiert und aufeinander bezogen.

Hauptziel der Untersuchung ist es, gendgerechte Bewertungskriterien und ein handhabbares Modell zur Optimierung der Förder- und Beratungsleistungen zu entwickeln. Teilziele sind: 1) die Identifizierung spezifischer Bedarfe von Existenzgründerinnen und darauf bezogener Defizite bei Fördereinrichtungen; 2) die Identifizierung realistischer Optimierungspotentiale in der Förder- und Beratungspraxis; 3) die Unterstützung einer nachhaltigen Anpassung der Förder- und Beratungspraxis an die Bedarfe von Existenzgründerinnen.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Die Evaluation von Beratungs- und Förderangeboten wird in den Ländern Bayern, Bremen, Hamburg und Sachsen-Anhalt vorgenommen, da mit diesen Ländern ein großes Spektrum von vermuteten Einflussgrößen und strukturellen Rahmenbedingungen abgedeckt ist. Entsprechend der Zielsetzung gliedert sich das Gesamtvorhaben in drei aufeinander aufbauende Projektphasen: die Analyse-/Bewertungs-, die Konzeptionierungs- sowie die Erprobungsphase.

Das Projekt geht von der These aus, dass Förder- und Beratungsinfrastruktur sowie Gründerinnen in einem (lokalen) Ursache-Wirkungs-Geflecht verankert sind, das sie beeinflusst. Analytisch werden deshalb mehrere Einflüssebenen unterschieden:

- a) **Strukturelle Rahmenbedingungen:** Einfluss unterschiedlicher Wirtschafts- und Arbeitsmarktstrukturen sowie politischer Prioritäten auf Existenzgründungen und Förderpraxen. Methode: Literatur-, Dokumentenanalyse, Analyse statistischer Daten, Interviews mit Experten/Expertinnen auf der Landesebene.
- b) **Gründungsnetzwerk:** Einfluss der Gründungsnetzwerke auf Förderpraxen. Methode: Interviews mit Experten/Expertinnen aus Netzwerkorganisationen.
- c) **Beratungsorganisationen:** Einfluss organisationaler Förderpraxen auf die Nutzungsbedingungen von Beratung, Qualifizierung und Finanzierung. Methode: Web- und Printmedienanalyse, Interviews in Förderorganisationen.
- d) **Gründerinnen:** Bedarfsanalyse und Bewertung der Existenzgründungsangebote durch Gründer/-innen und Nutzer/-innen. Methode: standardisierte Befragung der Nutzer/-innen von Beratungs- und Förderangeboten.

Die Projektdurchführung erfolgt in Zusammenarbeit mit Experten/Expertinnen aus Beratungs- und Qualifizierungseinrichtungen sowie Existenzgründungen finanzierenden Institutionen. Mit ihnen gemeinsam werden die Ergebnisse der Evaluation reflektiert und Vorschläge für ein Optimierungskonzept erarbeitet. Auf der Grundlage einer Auswertung von „Probelaufen“ in den beteiligten Organisationen kann das Optimierungskonzept in Form eines „Leitfadens zur Berücksichtigung frauenspezifischer Existenzgründungsbedarfe“ den Institutionen zur Verfügung gestellt werden. Das Projekt wird von einem Experten-/Expertinnenbeirat aus Politik und Wirtschaft begleitet und bei der Umsetzung der Ergebnisse unterstützt.

3. Stand der Arbeiten und Ergebnisse

Land Bayern: Die Strukturanalyse der Rahmenbedingungen von Existenzgründungsvorhaben, aber auch deren Beratung und Förderung im Freistaat Bayern mit dem Fokus auf dem Großraum München zeigt, dass sowohl die „harten“ als auch die „weichen“ Standortfaktoren vergleichsweise gute Voraussetzungen für das Gründungsgeschehen bieten. Das Angebot an Existenzgründungsberatung lässt sich als räumlich und sachlich differenziert beschreiben, das sich inhaltlich an einer innovations- und technologieorientierten Förderpolitik ausrichtet. Im Großraum München bilden die beratenden und fördernden Einrichtungen zur Existenzgründung einen institutionell und personell eng vernetzten Kooperationsverbund, im Rahmen dessen auf der Basis langjähriger institutioneller, aber auch persönlich vertrauensvoller Zusammenarbeit gleichermaßen Existenzgründungsberatungswissen ausgetauscht und Gründungsinteressenten/-interessentinnen beraten und ggf. weitervermittelt werden. Dies erlaubt eine differenzierte Zielgenauigkeit, eine dem Wirtschaftsraum angemessene Vorgehens-

weise und eine hohe Effizienz der Existenzgründungsberatung. Bemerkenswert sind institutionell feste Kooperationsformen wie etwa das „Münchener Existenzgründungsbüro (MEB)“; es wird organisatorisch, personell und finanziell von der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern und der Landeshauptstadt München gemeinsam getragen.

Da sich in Bayern alle untersuchten Beratungseinrichtungen am vorherrschenden Leitbild technikzentrierter Unternehmensgründungen aus dem Kreise der Hochqualifizierten orientieren, stehen anders gerichtete Gründungsvorhaben etwa von Anbietern sozialer und nicht marktorientierter Leistungen, aber auch von Geringqualifizierten oder Personen mit Migrationshintergrund vielfach unter Vorbehalten. Dokumente und Interviews mit Existenzgründungsberatern offenbaren implizite Vorstellungen von „erfolgreichen“ Gründungsideen und Gründerpersönlichkeiten, die Gründungswillige mit davon abweichenden Eigenschaften und Zielsetzungen latent diskriminieren. Empirisch noch offen ist die Frage, inwiefern Beratungseinrichtungen genauer Diversität berücksichtigen und insbesondere Gender als wichtige Kategorie neben anderen konzeptualisieren sollten. Diesbezüglich scheint der Ansatz des Managing-Diversity auch neue Perspektiven für die Gründungsberatung und -förderung zu eröffnen.

Land Bremen: In die Experten-/Expertinnenbefragung wurden Kooperationspartner/-innen des Landesnetzwerks B.E.G.IN einbezogen, in dessen Rahmen die wesentlichen Beratungs- und Förderaktivitäten stattfinden. Insgesamt wurden Gespräche mit 30 Experten/Expertinnen aus der Politik und unterschiedlichen Organisationskontexten, darunter frauenspezifischen Fördereinrichtungen, durchgeführt. In acht Beratungs- und Förderorganisationen wurde eine Nutzer/-innenbefragung durchgeführt, in deren Rahmen insgesamt knapp 3500 Fragebögen verschickt wurden.

Die Angebote der Beratung, Qualifizierung und finanziellen Förderung von Gründern/Gründerinnen sind in Bremen in einer Struktur organisiert, die netzwerkförmig und in Hinblick auf das Gründungsangebot komplementär aufgebaut ist. Diese Struktur ist aus interorganisationellen Arbeits-

beziehungen hervorgegangen, die sich auf der Grundlage individuell initiierteter Kooperationen geschichtlich entwickelt und verfestigt haben. In dem Bremen und Bremerhaven übergreifenden Gründungsnetzwerk B.E.G.IN mit einer zentralen Gründungsleitstelle im Sinne einer „one-shop-stop“-Strategie arbeiten alle gründungsrelevanten Institutionen und Einrichtungen unter der Beteiligung der Landespolitik zusammen. Die Tätigkeit eines „Frauennetzwerks“, in dem frauenspezifische Einrichtungen mit der Gründungsleitstelle zusammenarbeiten, hat zur Herausbildung von Bewusstheit für die weiblichen Belange bei der Existenzgründung sowie zur Intensivierung von Gendersensibilität sowohl im Gründungsnetzwerk als auch in den institutionellen Förderpraxen geführt. Dies drückt sich u. a. darin aus, dass bei der Konzeption und Durchführung von Gründungsangeboten sowohl sach- als auch personenbezogene Gründungsaspekte berücksichtigt werden. Zwar unterscheiden sich die Förderpraxen einzelner Institutionen im Grad der Durchdringung mit Gendersensibilität, sie lassen eine solche im Regelfall jedoch deutlich erkennen. Seit der Gründung des Frauennetzwerks sind die weibliche Nutzung von Beratungs- und Förderangeboten sowie die Gründungsquote gestiegen.

Land Hamburg: Im Rahmen der Experten-/Expertinnenbefragung wurden Experteninterviews mit 21 Akteuren aus zentralen Beratungs- bzw. Fördereinrichtungen geführt sowie in Ergänzung schriftliches und virtuelles Informationsmaterial unter dem besonderen Fokus der Gendersensibilität ausgewertet. Der Fragebogen wurde an über 8000 Gründer/-innen versandt.

Insgesamt bieten sowohl Hamburgs Rahmenbedingungen als auch die bewusst geschaffenen Beratungsinfrastrukturen gute Voraussetzungen für Existenzgründungen. Die vorhandenen Beratungsinstitutionen wurden federführend von der Behörde für Wirtschaft und Arbeit als Hamburger Initiative für Existenzgründungen und Innovation (H.E.I.) gegründet und seitdem dezidiert als Beratungsnetzwerk weiter ausgebaut. Orientiert am Gründungsprozess decken die Angebote des H.E.I.-Netzwerkes die Beratungsbedarfe formal gut ab, wenngleich Sie nur einen begrenzten, aber stetig wachsenden Anteil der Gründer/-innen erreichen. Ferner wurde durch die H.E.I. eine für

die Gründer/-innen transparente Qualitätskontrolle geschaffen. Bei den untersuchten Netzwerkakteuren variiert Gendersensibilität in Abhängigkeit von Organisationsziel und Zielgruppe. Kooperation und Konkurrenz der Netzwerkakteure führten zudem zu innovativen Förder- und Beratungstools. Die subventionierte, individuell gestaltbare Weiterbildungsförderung der H.E.I. als auch die Mikrofinanzierung (Hamburger Kleinstkreditprogramm) werden sehr gut und mit stetig steigender Tendenz insbesondere von Frauen wahrgenommen. Dies dürfte sich langfristig positiv auf die weiblichen Gründungsquoten auswirken. Allerdings orientiert sich sowohl die finanzintensive Förderpolitik als auch die politische Wertschätzung einer Gründung am Wachstum und/oder dem Generieren von Arbeitsplätzen. Dies deckt zum einen die unternehmerische Vielfalt nur unzureichend ab und dürfte sich zum anderen auch hemmend auf die sogenannten „Neuen Formen der Selbstständigkeit“, wie beispielsweise freiberufliche Tätigkeiten, auswirken und damit rekursiv nicht nur, jedoch überproportional Existenzgründungen durch Frauen tangieren.

Land Sachsen-Anhalt: Die landesweit im Rahmen der EGO-Initiative organisierte Existenzgründungsinfrastruktur Sachsen-Anhalts wurde beispielhaft bezogen auf die regionalen Netzwerke der Städte Magdeburg und Halle an der Saale untersucht. Es wurden Interviews mit 23 Experten/Expertinnen durchgeführt. Ergänzend zur Auswertung der Interviews wurden zur Organisationsanalyse schriftliches Informationsmaterial und Webseiten herangezogen. Die standardisierte Nutzer/-innenbefragung im Umfang von über 5000 Fragebögen wurde mit der Investitionsbank Sachsen-Anhalt, einer Kammer und privaten Anbietern von öffentlich geförderten Qualifizierungsmaßnahmen für Existenzgründer/-innen durchgeführt.

Die landesweite EGO-Initiative basiert auf einer Vielfalt lokaler und regionaler Teilnetzwerke, die besonders umfänglich in den Ballungsräumen Magdeburg und Halle/Saale entwickelt sind. Die übergreifenden Zusammenhänge werden durch das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit Sachsen-Anhalt hergestellt. Eine relativ weit reichende Lenkung der Angebotsstrukturen resultiert aus der Vergabe von Fördermitteln, im Rahmen von konzeptionell ausgearbeiteten Ausschreibungsver-

fahren. Insgesamt ist die Existenzgründungsförderung in Sachsen-Anhalt durch die Anforderungen eines strukturschwachen aber sich dynamisch entwickelnden (neuen) Flächenlandes geprägt. Unter anderem im Verweis auf soziokulturelle Faktoren sind die Förderangebote zudem dadurch gekennzeichnet, dass sie bislang keine explizit frauenspezifische (Teil-)Ausrichtung verfolgen. Dennoch lassen sich auf der operationalen Ebene durchaus gendersensible bzw. diversitätstolerante Angebote und Beratungsansätze identifizieren. Diese lassen sich, bisherigen Befunden zufolge, unter anderem aus der Orientierung auf sogenannte „neue Selbstständige“ sowie aus einem hohen Anteil problembewusster, klientelnah arbeitender, oftmals weiblicher Akteure zurückführen. Förderlücken, die sich, folgt man den einschlägigen Studien, insbesondere für Frauen auswirken dürften, lassen sich bislang vor allem im dem Gründungsprozess vorgelagerten Bereich vermuten.

Die Präsentation der vollständigen Befunde der Wirkungs- und Bedarfsanalyse soll im 1. Meilensteinworkshop im Juni 2008 in Bremen stattfinden.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

OptExist-Projektflyer, OptExist-Website: www.optexist.uni-bremen.de

Vorträge

- **Cholotta, Katrin (2008): Projektpräsentation auf Einladung von Campus SEED beim 7. Treffen des Arbeitskreises der Hochschulpräinkubatoren, 22.02.2008, Hamburg.**
- **Cholotta, Katrin (2007): Durch die Brille der Berater/-innen: Reflexion und Unternehmerbild in der Existenzgründungsberatung. Vortrag auf der 11. Interdisziplinären Jahreskonferenz zur Gründungsforschung, G-Forum, 8.–9.11.2007 Aachen.**
- **Cholotta, Katrin (2007): Auf Einladung als Expertin im Fachgespräch „Kreativagentur – Schwerpunkt Gründungsberatung“ von Bündnis 90/Die Grünen/GAL Hamburg, 4.12.2007 Hamburg.**

- **Cholotta, Katrin und Schnell, Christiane (2007):** Evaluierung und Optimierung der Existenzgründungsförderung in Deutschland. Präsentation im Rahmen des DLR-Vernetzungsworkshops: Power für Gründerinnen, 18./19.06.2007 Bonn.
- **Knirsch, Sarah (2007):** Erfolgchancen von Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit. Hamburger Gründerinnen in den Jahren 1995 bis 1998. Diplomarbeit, Uni Hamburg.
- **Schnell, Christiane (2007):** Zwischen Privilegierung und Prekarisierung – Eigenverantwortung, soziale Absicherung und kollegiale Allianzen im Berufsalltag von Freien und Selbstständigen. Vortrag bei der Veranstaltung: Preis der Freiheit. Selbstständige und Freie zwischen Selbstvermarktung, Professionalisierung und Solidarisierung, Sozialforschungsstelle Dortmund, 9.10.2007
- **Schnell, Christiane (2007):** Frauenarbeit und Prekarität – alte Nachteile und neue Qualitäten. Vortrag bei der Veranstaltung: Prekarisierung der Lebens- und Arbeitswelt. Betroffenheit, Bewältigung und Gegenstrategien, Arbeitnehmerkammer Bremen, 22.11.2007
- **Schnell, Christiane (2007):** in der Podiumsdiskussion: „Künstlerinnen als Unternehmerinnen“ auf dem Unternehmerintag, Magdeburg am 26.10. 2007
- **Voss, Jenna (2007):** Projektpräsentation im Netzwerk B.E.G.IN in Bremen, 28.09.07

DIANA

Vorhaben

Verbundvorhaben: Didaktische Innovation in der akademischen Entrepreneurship-Ausbildung (DIANA)

Ausführende Stellen

Universität Hildesheim

Projektleitung

Prof. Dr. Ilona Ebbers

Projektmitarbeiterin

Claudia Krämer-Gerdes

Universität Lüneburg

Projektleitung

Prof. Dr. Reinhard Schulte

Projektmitarbeiterin

Miriam Seitz

Webadresse

www.diana.gmlg.de

Förderkennzeichen

01FP0624/01FP0623

Laufzeit

01.12.2006–30.11.2008

1. Problemstellung und Ziel

Während die Frauenerwerbsquote trotz geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung und weiter vorherrschenden Geschlechterstereotypen in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen ist und nun bei 45% liegt, belegt ein Anteil von nur 29% aller Gründungen durch Frauen, dass sich qualitative und quantitative Gender-Gaps im Bereich der beruflichen Selbstständigkeit nachteilig auf die Gründungsneigung und -aktivitäten insbesondere von Frauen auswirken.

Universitäten, die im Rahmen ihres Curriculums Studierende auf die unternehmerische Selbstständigkeit vorbereiten wollen, sehen sich jedoch nicht nur mit diesem Phänomen konfrontiert. Im Hinblick auf eine möglichst praxisnahe Vermittlung und Nachhaltigkeit der Wissensaneignung

nung gilt es gleichzeitig eine adäquate Methodik anzubieten, mittels derer Studierende unternehmerisches Handeln unmittelbar nachvollziehen und lernen können.

Das Forschungs- und Entwicklungsprojekt DI-ANA greift diese beiden Aspekte auf. Es hat sich zum Ziel gesetzt, die auf Simulation und Handlungsorientierung basierende Lehr-/ Lernmethode der „Übungsfirma“, die bislang eher aus dem Bereich der kaufmännischen Berufsausbildung bekannt ist, zu einer Gründungssimulation auch für den tertiären Bereich weiterzuentwickeln. Gleichzeitig ist dabei die Herausbildung von Gender- und Diversitysensibilität der Teilnehmer/-innen ein wichtiges Qualifizierungsziel. Die im Rahmen des Projektes entwickelten curricularen Bausteine für ein Gründungssimulationskonzept integrieren deshalb den Ansatz des „Managing

Gender and Diversity“, ein strategisches Instrument der Unternehmensführung, das die Heterogenität der Mitarbeiter/-innen anerkennt und diese Vielfalt zur Steigerung des Unternehmenserfolgs nutzt. Dieses Konzept toleriert nicht nur die individuelle Verschiedenheit der Mitarbeiter/-innen, sondern hebt sie im Sinne einer positiven Wertschätzung mit dem Ziel hervor, eine produktive Gesamtatmosphäre im Unternehmen zu erreichen, Diskriminierungen von Minderheiten zu verhindern sowie die Chancengleichheit auch und gerade in Bezug auf das jeweilige Geschlecht zu verbessern.

Durch den Einsatz dieses Konzeptes bei der Entwicklung kann das Phänomen des „Doing-Gender“ in den Qualifizierungsmodulen aufgedeckt werden. Qualifizierungswilligen wird durch die so geschaffene Plattform des gender- und diversi-

Vorgehensweise zur Einführung von Performanzleitbildern

- 10) Weiterentwicklung des Konzepts
- 9) Erfahrungsaustauschtagungen
- 8) Unterstützung des Einsatzes der Modulbausteine bei interessierten Hochschulen
- 7) Vorstellung der Modulbausteine und des Dozierendenhandbuches bei teilnehmenden und interessierten Hochschulen
- 6) Dokumentation der Modulbausteine in einem Handbuch für Dozierende
- 5) Weiterentwicklung der Qualifizierungskonzepte zu innovativen, handlungs- u. Gründungs-simulationsmodulen unter Einsatz des „Managing Gender und Diversity“-Ansatzes
- 4) Analyse der Besonderheiten und Stärken bestehender handlungsorientierter Veranstaltungen und Dokumentation von Best-Practice-Beispielen
- 3) Teilnehmende Beobachtungen bestehender Veranstaltungen und Experteninterviews von Dozierenden beispielhafter Lehrveranstaltungen
- 2) Erhebung des aktuellen Standes handlungsorientierter Veranstaltungen mit dem Ziel der Gründungsqualifizierung in der Entrepreneurship-Education durch zwei aufeinander aufbauende schriftliche Befragungen
- 1) Recherche nach handlungsorientierten Simulationsveranstaltungen

tysensiblen Zusammenarbeitens und Lernens eine tiefere Auseinandersetzung mit der genderspezifischen Gründungsproblematik ermöglicht. Speziell Studentinnen können aus diesen Erfahrungen als potenzielle Gründerinnen profitieren.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Um dieses Ziel verfolgen zu können, wurden handlungsorientierten Simulationsveranstaltungen in der Entrepreneurship-Education durch Internetrecherchen und ein mehrstufiges Erhebungsverfahren unter Einbeziehung von Transferstellen, Gründungslehrstühlen und gründungsbezogenen Initiativen an Hochschulen recherchiert.

Das Erhebungskonzept besteht aus zwei aufeinander aufbauenden schriftlichen Befragungen sowie Beobachtungen von und Experteninterviews zu beispielhaften Lehrveranstaltungen. Für die Entwicklung der didaktischen Innovationen wurde auf diese Weise der aktuelle Stand der Simulationsmethoden, die an Hochschulen mit dem Ziel der Gründungsqualifizierung eingesetzt werden, erhoben. Basierend auf Besonderheiten und Stärken bestehender handlungsorientierter Veranstaltungen wurden vorhandene Qualifizierungskonzepte (Best-Practice-Beispiele) auf Basis des Konzeptes universitärer Übungsfirmen zu modellhaft gendersensiblen Modulbausteinen universitärer Gründungssimulationen ausgeformt und vor Ort sowie bei Erprobungspartnern erstmalig eingesetzt.

Interessierte Hochschulen wurden über erste Ergebnisse der Untersuchungen, der Modulentwicklung und -erprobung auf einer Erfahrungsaustauschtagung informiert sowie für die Anwendung und Erprobung erster Modulbausteine geschult.

Die Module werden in einem Handbuch für Dozierende dokumentiert und sollen zum Einsatz in der akademischen Lehre angeboten werden.

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Eine erste Umfrage bei 197 relevanten Akteuren der Entrepreneurship-Education an Hochschulen in Bezug auf den potenziellen Einsatz der Simulationsmethode Übungsfirma bzw. auf den Einsatz von Lehrveranstaltungen, die den Kriterien einer

Übungsfirma entsprechen, wurde per Mail durchgeführt. Die Kriterien einer Übungsfirma sind ein hoher Anteil von Handlungsorientierung, personeninduziertes Handeln, aktive Rollenübernahme durch Studierende sowie die Funktion des Dozierenden als Impulsgeber/Beobachter/Moderator. Es haben 89 Hochschulen geantwortet und davon 57 Hochschulen zu 138 Veranstaltungen den Fragebogen ausgefüllt. Durch diese Erhebung wurde eine sehr große Vielfalt an Veranstaltungskonzepten in der Gründungsqualifizierung deutlich. Es kann festgehalten werden, dass auf zahlreiche Lehrveranstaltungen einzelne Kriterien einer Übungsfirma zutreffen, nur wenige jedoch alle Kriterien auf sich vereinen. Darüber hinaus sind erhebliche terminologische Verwerfungen festzustellen. So gibt es

- **Veranstaltungen, die als Übungsfirma firmieren, aber nicht den üblichen Kriterien entsprechen,**
- **Veranstaltungen, die nur bestimmte Elemente von Übungsfirmen enthalten, jedoch kein handlungsdidaktisches Simulationskonzept verfolgen (sondern z. B. computerbasiert sind),**
- **echte Übungsfirmen ohne Gründungsbezug und**
- **Gründungssimulationen, die konzeptionell als Übungsfirma anzusehen sind, aber nicht als solche firmieren.**

Um die Kommunikation gegenüber Kooperationspartnern zu erleichtern, soll deshalb mit dem Begriff handlungsorientierte Gründungssimulation gearbeitet werden.

Es muss außerdem festgestellt werden, dass der Methodenbegriff sehr diffus und kaum theoretisch verankert ist. Auch der Simulationsbegriff wird sehr weit gefasst. Die Spanne des „Simulierens“ reicht von Projektarbeiten in Zusammenarbeit mit Praktikern über Businessplanerstellung in Einzelarbeit bis hin zu aufwendigen Planspielen und Übungsfirmen.

Für eine zweite Fragebogenrunde konnten aus der ersten Befragung 31 Institutionen mit 47 Simulationsveranstaltungen identifiziert werden. Diese erhielten einen umfangreichen Fragebogen zur

Beschreibung ihrer Simulationsveranstaltung für eine nähere Analyse von Best-Practice-Beispielen. Es wurden von 17 Hochschulen Fragebögen zu 26 Veranstaltungen zurückgesandt. Für eine teilnehmende Beobachtung wurden daraus neun Simulationsveranstaltungen und für weitere sechs Fälle, wo keine Beobachtung möglich war, Dozierende für ein Experteninterview ausgewählt. Als erste Auswertungsergebnisse kann auch für die zweite Erhebung inklusive Beobachtungen und Experteninterviews eine große Vielfalt an Veranstaltungskonzepten, die viele Anregungen bieten, festgestellt werden. Das uneinheitliche Verständnis der Begriffe Methode, Simulation und Handlungsorientierung wurde bestätigt. Darüber hinaus wurde deutlich, dass Genderthemen in den Veranstaltungen keine explizite Rolle spielen. Nähere Analysen der erhobenen Daten werden weitere Ergebnisse liefern.

Um keine Übungsfirmenpotenziale auszuschließen und den engen zeitlichen Rahmen optimal für Erprobungen zu nutzen, wurde mit der Modulentwicklung bereits vor Abschluss aller Beobachtungen und Experteninterviews begonnen.

Die entwickelten Modulbausteine sind für Studierende aller Fachbereiche mit geringen oder keinen BWL-Kenntnissen konzipiert. Die Inhalte der Module beziehen sich auf die Vorgründungsphase und die Frühentwicklungsphase. Es wurden folgende sechs inhaltliche Schwerpunkte festgelegt:

| | |
|---|----------------|
| • Kooperaton/Netzwerke/ Teamgründung | • Finanzierung |
| • Rechtsformen | • Steuern |
| • Marketing und Vertrieb | • Nachfolge |

Das Konzept des „Managing Gender und Diversity“ ist in allen Modulen als Querschnittsthema repräsentiert. Zu jedem inhaltlichen Baustein wurden eine Einführungspräsentation für die Dozierenden sowie ein Kompendium gründerrelevanter Fragen und Antworten konzipiert. Diese Materialien werden neben Hinweisen und Anwendungsmöglichkeiten im Rahmen

einer Simulation ins Dozierendenhandbuch aufgenommen.

Die inhaltlichen Bausteine sind in ein sogenanntes Setting eingebettet, in dem die Studierenden die Rollen von Gründern/Gründerinnen übernehmen. Die Modulbausteine können einzeln und flexibel eingesetzt werden. Das Setting kann dann entsprechend angepasst werden. Im Wintersemester 2007/08 hat an der Universität Hildesheim eine erste Gründungssimulation auf dieser Basis stattgefunden. Vor dem Hintergrund didaktischer Überlegungen wie Zielgruppe, Lernziel, erforderliche Prüfungsleistung, zeitlicher Rahmen, Raumgegebenheiten und der Verfügbarkeit von Medien wurden die Modulbausteine ausgewählt und eingesetzt. Eine weitere Erprobung eines Moduls hat an der Universität Münster stattgefunden. Die Evaluation der Erprobungen läuft zurzeit. Die Ergebnisse werden in die Weiterentwicklung einfließen. Im Sommersemester 2008 wird sowohl an der Universität Lüneburg als auch an der Universität Hildesheim eine Gründungssimulation durchgeführt. Darüber hinaus ist an der Hochschule Paderborn eine weitere Erprobung terminiert und an den Hochschulen Bielefeld und Dortmund geplant.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

Publikationen

- **Ebbers, Ilona/Schulte, Reinhard (2008): Doing Gender in universitären Übungsfirmen. In: Der heimliche Lehrplan, Sammelband zur Fachtagung „Heimlicher Lehrplan“ – Passau.**
- **Ebbers, Ilona (2004): Wirtschaftsdidaktisch geleitete Unternehmenssimulation im Rahmen der Förderung von Existenzgründungen aus Hochschulen, Köln.**

Vortrag

- **Ebbers, Ilona: „Doing Gender in universitären Übungsfirmen“, am 03.03.2008, anlässlich der Tagung „Fachdidaktische Forschungsansätze“ an der Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd.**

Tagung

- **Erfa-Tagung mit Schulung vom 14.2. bis 15.2. 2008 in Hildesheim: „Gründungsprozesse erleben – Handlungsorientierte Simulationsmethoden als Bestandteil der Gründungslehre an Hochschulen“.**

Internetauftritt

- **auf einer eigenen Homepage unter der Webadresse: diana.gmlg.de**
- **auf der Homepage der bundesweiten Gründerinnenagentur unter der Webadresse: www.gruenderinnenagentur.de/bga/Power-fuer-Gruenderinnen/DIANA/index.php**

Projektflyer, Plakate

Biografie von Gründerinnen

Vorhaben

Die Biografie der Gründerinnen: Basis für ein objektives Erfolgsdiagnoseinstrument zur Verbesserung der Gründungssituation für Frauen

Ausführende Stelle

bifego e.V.

Projektleitung

Prof. Dr. Heinz Klandt

Projektmitarbeiterin

Dipl.-Psych. Dorothea Kissel

Webadresse

www.ladies-first.org; www.bifego.de/aktuelles.html

Förderkennzeichen

01FP0622

Laufzeit

01.09.2006–31.08.2009

1. Problemstellung und Ziel

Der Blick auf die Beratung und Finanzierung von Gründerinnen zeigt, dass an dieser Stelle oftmals interviewerspezifische Einflüsse auf die Prognose des Unternehmenserfolgs einfließen (Jungbauer-Gans, 1993). Selektive Wahrnehmung, unterschiedliche Vorinformationen, Sympathieeffekte, Bewertung während der Beratungssituation, unbewusste Vergleichsmaßstäbe und Einstellungen des Interviewers sind starke Störfaktoren für eine objektive Einschätzung. Gerade hier besteht die Gefahr, dass Frauen negativer bewertet werden als Männer, da sie einer Gründung unsicherer gegenüberstehen als Männer und ihre Gründungsfähigkeit oftmals geringer einschätzen. Dieser Eindruck könnte in einem unstrukturierten Interview zu einer ablehnenden Haltung des Interviewers/der Interviewerin führen und eine frühzeitige Beendigung der Gründungsidee zur Folge haben, obwohl hinsichtlich des objektiven Erfolges keine Differenzen oder Benachteiligungen der Frauen gefunden wurden (Sternberg & Lückgen, 2004). Ein standardisiertes Prognoseinstrument kann also wertvolle

Unterstützung bei der Prognose des Gründungserfolgs von Frauen leisten und dadurch den Frauenanteil an Gründungen steigern.

2. Lösungsansatz und Vorgehensweise

Das Forschungsvorhaben beinhaltet die Entwicklung, Validierung und Vermarktung eines biografischen Fragebogens zur Diagnose der Gründungseignung und zur Vorhersage des Gründungserfolgs angehender Unternehmerinnen. Biografische Daten haben im Gegensatz zu den bei Eignungstests erfragten Eigenschaften den Vorteil, objektiv zu sein sowie voller Prognosekraft zu stecken. Eine mögliche Diskriminierung in der Prognose kann somit reduziert werden. Weiterhin werden Leistungen und Fähigkeiten aus vergangenen Lebensabschnitten berücksichtigt, auch wenn sie außerhalb von klassischer Berufstätigkeit erbracht und erworben wurden, wie z. B. im „Familienmanagement“.

Vorgehensweise

- **Experten-/Expertinneninterviews zur Sammlung der Erfahrungen mit dem Einsatz bisheriger und/oder ähnlicher Instrumente sowie der Einbeziehung der Erwartungen der Experten/Expertinnen und zukünftigen Anwender/-innen.**
- **Gründer/-inneninterviews zur systematischen und strukturierten Erfassung der Vielfalt der Gründer/-innenbiografien.**
- **Auswertung bereits vorhandener Instrumente zur Selektion, Beratung und Entscheidungsfindung von Gründern/Gründerinnen.**
- **Itemgenerierung durch die Zusammenführung der theoretischen und empirischen Befunde und Entwicklung des biografischen Fragebogens nach praktischen, psychologischen und wissenschaftlichen Erfordernissen (klassische Testkonstruktion).**
- **Erprobung und Validierung (sukzessive) des biografischen Fragebogens über repräsentative Erhebungen und praktische Workshops, Dokumentation und Veröffentlichung der Projektergebnisse.**

Zielgruppen des Instruments

- **Gründungsfinanzierer/-innen werden durch das Instrument bei der sorgfältigen Risikoeinschätzung unterstützt. Gerade bei innovativen Unternehmenskonzepten ist diese Einschätzung meist durch eine hohe Unsicherheit geprägt.**
- **Gründungsberatern/-beraterinnen ermöglicht es eine Einschätzung der angehenden Gründerin. Aufgedeckte Defizite weisen auf möglichen Trainingsbedarf hin.**
- **Gründerinnen können eine Selbsteinschätzung der Fähigkeiten, der Belastbarkeit und der Gründungsmotivation vornehmen.**

3. Stand der Arbeiten, Ergebnisse

Planmäßig konnten die ersten beiden Erhebungswellen „Experten-/Expertinnenbefragung“ sowie „Gründer/-inneninterviews“ abgeschlossen werden. Die Auswertung der Gründer/-inneninterviews sowie die Konstruktion des biografischen Fragebogens sind derzeitiger Schwerpunkt der Projektarbeit.

Wichtige Ergebnisse der Experten-/Expertinneninterviews

- **Beurteilung von Gründern/Gründerinnen erfolgt sowohl bei Finanzierern/Finanziererinnen als auch bei Beratern/Beraterinnen überwiegend subjektiv und unstandardisiert. Eine Evaluation der Prognoseentscheidung findet, bis auf wenige Ausnahmen, nicht statt.**
- **Gründerinnen werden in ihrer Selbsteinschätzung oft als realistischer und in der Vorbereitung als gründlicher erlebt als Gründer, können sich aber dennoch häufig schlechter verkaufen und sind somit weniger überzeugend. Auch wünschen sie mehr Beratung und Unterstützung bei der Gründungsentscheidung.**
- **Nach Meinung der Experten/Expertinnen erweisen sich Gründerinnen zuverlässiger in der Rückzahlung ihrer Gründungskredite als ihre männlichen Kollegen.**

- **Die Biografie der Gründer/-innen wird wenig in die Urteilsfindung einbezogen.**
- **Es besteht ein großes Interesse an dem zu entwickelnden Instrument!**

Kooperationen und wissenschaftlicher Austausch wurde mit den folgenden Instituten/Netzwerken/Einrichtungen aufgebaut: WWOE/Awope, Bfe München, Frauenbetriebe Frankfurt, bga, Gründerinnen Consult Hannover, Gründerinnenberatung der Wirtschaftsförderung Mülheim (Startercenter NRW) sowie ATI Küste GmbH Stralsund.

4. Öffentlichkeitswirksames Material/ Veröffentlichungen

- **Namens-, Logo- und Flyerentwicklung; Plakat**
- **Wissenschaftliches Poster**
- **Homepage www.ladies-first.org**
- **Kissel, D., Klandt, H. (2008): Lassen Sie den Konjunktiv zu Hause! Tipps für Gründerinnen im Finanzierungsgespräch. Download-Broschüre.**
- **Chlosta, S., Kissel, D., Klandt, H. (2007): Gründungsfinanzierung bei Frauen – wie Finanzierungs-ExpertInnen Gründerinnen wahrnehmen. Ergebnispräsentation für die SWITCH Summerschool.**
- **Kissel, D., Klandt, H. (2008): Gründerinnen – eine Klasse für sich.**
- **Impulsreferat zur Tagung „Coaching – Königinnenweg“ (ATI Küste GmbH Stralsund).**
- **Ladies First – Die Biographie der Gründerin: Ein spannendes Forschungsprojekt. Interview im AWOPE-newsletter August 2007**
- **Die Biographie der Gründerinnen ..., FGF-Newsletter 02/07**
- **Chlosta, S., Kissel, D., Klandt, H. (2007): Von der Biographie der Gründerin zur Erfolgsprognose: Innovative Wege für die Beratungs- und Finanzierungspraxis. working paper für G-Forum Jahreskonferenz 2007, Aachen.**
- **Kissel, D., Chlosta, S., Klandt, H. (2007): Erwerbsbiographien von Gründerinnen. Typische Verläufe und ihre Bedeutung für die erfolgreiche Unternehmensgründung. working paper für G-Forum Jahreskonferenz 2007, Aachen.**
- **Chlosta, S., Kissel, D., Klandt, H. (2008): From the biography of women entrepreneurs to predictions of success: Innovative approaches to practices of consultation and finance, conference proceedings of the 5th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange.**
- **Chlosta, S., Kissel, D., Klandt, H. (2008): From the biography of women entrepreneurs to predictions of success: Innovative approaches to practices of consultation and finance. European Journal International Management (EJIM). Special Issue: Entrepreneurship in Europe. under review.**
- **Downloads auf diversen Homepages (z. B. www.haufe.de/personal/newsDetails?newsID=1205999110.27&chorid=0056020)**

WomenExist

Vorhaben

Verbundvorhaben: WomenExist

Ausführende Stellen

Universität Bremen – Institut Arbeit und Wirtschaft (IAW)

Projektleitung

Dr. Charlotte Dorn

Bildungszentrum der Wirtschaft im Unterwesergebiet e. V. (BWU)

Projektleitung

Ursula Rettke

Webadresse

www.womenexist.de

Förderkennzeichen

01 FP 0412/01 FP 0413

Laufzeit

01.07.2004–29.02.2008

Im Rahmen des Projektes WomenExist wurde ein multimediales Lernsystem entwickelt. Es richtet sich speziell an Frauen nach der Berufsausbildung, die im Beruf aufsteigen wollen oder eine Existenzgründung anstreben. WomenExist berücksichtigt gezielt die aktuellen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die beruflichen Strukturen und die individuellen Orientierungen, d.h. die Gender-Gaps bei der Durchsetzung des beruflichen Aufstiegs und der Existenzgründung von Frauen. Die lerninhaltenlichen Schwerpunkte sind auf Kompetenzfelder gerichtet, die für Frauen in ihrer Berufs- und Karriereplanung von entscheidender Bedeutung sind. Im Zentrum steht dabei die Fähigkeit zu unternehmerischem Denken und Handeln. Einen besonderen Stellenwert nimmt das Thema Selbstmarketing ein.

Das Lernsystem wurde auf der Grundlage von Interviews mit Expertinnen und Experten aus Betrieben, Beratungs- und Weiterbildungseinrichtungen in Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche entwickelt. Alle Module des Lernsystems wurden gemeinsam mit einer

Gestaltungs- und Erprobungsgruppe von Frauen aus unterschiedlichen Berufen des Dienstleistungssektors entwickelt, die Führungsverantwortung innehaben bzw. übernehmen wollen oder eine Existenzgründung anstreben. Regelmäßige Präsenzsitzungen ermöglichten einen ständigen und intensiven Austausch, der u. a. der lernbegleitenden Evaluation des Lernsystems diente. Die Ergebnisse der Evaluation flossen kontinuierlich in die Optimierung des Lernsystems ein.

Der Aufbau und die Systematik des Lernsystems orientieren sich an der Arbeits- und Organisationsform von Projekten, d.h. am Projektmanagement und am Anforderungsprofil einer Projektleiterin. Die Leitung und das Management von Projekten weisen viele Merkmale der selbstständigen Führung eines Unternehmens oder eines Unternehmensteils auf: Gefordert sind neben Fach- und Methodenkompetenzen vor allem unternehmerisches Denken und Führungskompetenzen.

Betriebswirtschaftliches Know-how, soziale und personale Kompetenzen werden in einem ganzheitlichen Kontext vermittelt. Die Bezugspunkte bilden typische Handlungssituationen aus der unternehmerischen Praxis, anhand derer die Lernenden gezielt unternehmerisches Denken und Handeln trainieren. Im Zentrum stehen dabei die Fragen und Probleme, mit denen Frauen auf ihrem Karriereweg konfrontiert sind: Dazu sind im Lernsystem viele Hinweise und praktische Tipps von erfahrenen Frauen enthalten, die Führungspositionen bekleiden und/oder ein eigenes Unternehmen leiten.

WomenExist bietet unterschiedliche Möglichkeiten des Lernens und Arbeitens: Als multimediales Lernsystem ist es grundsätzlich ein Angebot zum selbstgesteuerten, selbstorganisierten oder zum betreuten Lernen im Rahmen von E-Learning-Kursen in der betrieblichen und beruflichen Weiterbildung bzw. im Rahmen der Existenzgründungsberatung. Das Lernsystem bietet eine ebenso sinnvolle Ergänzung und Unterstützung für Mentoring-Beziehungen. Es kann auch einfach als Ratgeber, Leitfaden oder als Nachschlagewerk genutzt werden.

Das Lernsystem ist in folgende Module gegliedert:

Einführung: Der erste Teil des einführenden Moduls beinhaltet eine Vorstellung des Lernsystems WomenExist. Hier erhalten die Lernenden einen Überblick zum Aufbau des Lernsystems und darüber, wie sie mit ihm arbeiten und lernen können. Im zweiten Teil werden die Grundlagen der Projektarbeit behandelt.

1. **Neue Ziele:** Inhaltliche Schwerpunkte dieses Moduls sind Karrierestrategien, die Frauen sich aneignen sollten, wenn sie ihren beruflichen Erfolgsweg planen und gezielt in Angriff nehmen wollen. Das Kapitel Selbsteinschätzung und Zielfindung hilft dabei, die eigenen Potenziale zu erkennen und sich über die eigenen Ziele, Klarheit zu verschaffen. Weiterhin erfahren die Lernenden alles, was sie über Networking und Mentoring wissen müssen und wie Networking oder Mentoring sie auf dem Karriereweg oder in die Existenzgründung unterstützen.
2. **Akquisition und Marketing:** In diesem Modul werden die Grundlagen des Marketings und Fragen behandelt, die den richtigen Umgang mit Kundinnen und Kunden, die Verhandlungsführung u.a.m. betreffen. Behandelt werden die wichtigsten Strategien und Methoden zur Kundengewinnung und -bindung und wie diese auch für ein gezieltes Selbstmarketing eingesetzt werden können.
3. **Konzeption und Planung:** Schwerpunkt dieses Moduls sind die Bestandteile des Planungsprozesses und die dazu angewandten Verfahren und bewährten Techniken. Weiterhin wird vermittelt, wie die Vielfalt der auf die Frauen zukommenden Aufgaben mithilfe eines guten Selbstmanagements bewältigt werden können.
4. **Durchführung und Controlling:** Ein inhaltlicher Schwerpunkt des Moduls betrifft Fragen, die die Rolle als Führungskraft thematisieren. Daran anschließend werden Projektsteuerung und Controlling sowie die unterschiedlichen Aspekte der Kommunikation als Kern des Projektmanagements behandelt.
5. **Existenzgründung:** Das abschließende Modul, in dem anhand eines konkreten Beispiels das Projekt einer Existenzgründung behandelt wird, wendet sich speziell an Frauen, die beabsichtigen oder bereits auf dem Wege sind, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. (Potenzielle) Existenzgründerinnen eignen sich hier das Wissen an und erwerben jene Kompetenzen, die notwendig sind, die einzelnen Phasen der Gründung eines eigenen Unternehmens mit Erfolg zu bewältigen.

Jedes Modul ist in den folgenden Bausteinen aufgebaut:

- **Videos – Themen- und problemorientierte Einführungen in Form von kurzen Filmsequenzen: Sie zeigen u. a. Gender-Gaps auf und lenken den Blick auf die Entwicklung führungs- und gründungsrelevanter Kompetenzen.**
- **Basics – Basiswissen für die berufliche Karriere und Existenzgründung: Hier werden die grundlegenden Kompetenzen unternehmerischen Denkens und Handelns vermittelt.**
- **Vertiefung – Multimedial aufbereitete vertiefende Wissens Elemente: Texte, Film- und Tondokumente, Tipps, Links, Adressen, Erfahrungsberichte u.a.m. bieten die Möglichkeit, das Basiswissen systematisch zu vertiefen.**
- **Tools – Praxishilfen und Werkzeuge: Hier werden Checklisten, Fragebögen, Softwareprogramme etc. bereitgestellt, die sich in der Praxis als Hilfsmittel für unternehmerisches Handeln und das Management von Projekten bewährt haben.**
- **Aufgaben – Bearbeitung praktischer Aufgabenstellungen. Anhand realitätsbezogener Frage- und Problemstellungen werden die erworbenen Qualifikationen und Kompetenzen erprobt.**
- **Lernkontrollen – Mittels interaktiver Fragebögen zum Kenntnisstand können die Lernenden überprüfen, in welchem Umfang sie das im Modul erworbene Fachwissen beherrschen.**

Das multimediale Lernsystem liegt als DVD mit einführendem Booklet vor.

Die Studie „Kompetenzprofil Women-Entrepreneurship“ (Lothar Dorn, Ursula Rettke) liegt als Printversion vor.

Der Leitfaden „Selbstmarketing. Kommunikation und Körpersprache. Kompetenz- und Strategieentwicklung für weibliche Fach- und Führungskräfte und Existenzgründerinnen“ (Ursula Rettke, Ilona Hellweg) liegt ebenfalls als Printversion vor.

Alle Medien können unter www.womenexist.de abgerufen werden.

Anhang

Geförderte Institutionen in alphabetischer Ordnung:

Agrarsoziale Gesellschaft e. V. (ASG)

Kurze Geismarstr. 33

37073 Göttingen

Ansprechpartner:

Dr. Dieter Czech

Tel.: +49 551 49709-20

E-Mail: Dieter.czech@asg-goe.de

www.asg-goe.de/forschung_gruenderinnen.shtml

ATI Küste GmbH – Gesellschaft für Technologie und Innovation

Geschäftsstelle Stralsund

Heinrich-Mann-Str. 11

18435 Stralsund

Ansprechpartner:

Holger Beyer

Tel.: +49 3831 367-839

E-Mail: beyer@ati-kueste.de

www.ati-kueste.de

Bergische Universität Wuppertal

Institut für Gründungs- und Innovationsforschung (IGIF)

Gaußstr. 20

42119 Wuppertal

Ansprechpartner:

Univ.-Prof. Dr. Lambert T. Koch

Tel.: +49 202 439-3979

E-Mail: koch@wiwi.uni-wuppertal.de

www.exichem.de

Betriebswirtschaftliches Institut für empirische Gründungs- und Organisationsforschung e. V. (bifego)

Burgstr. 5

65375 Oestrich-Winkel

Ansprechpartner/-in:

Prof. Heinz Klandt

Tel.: +49 6723 69 230

E-Mail: heinz.klandt@ebs.de

Dorothea Kissel

Tel.: +49 6723 69 241

E-Mail: dorothea.kissel@ebs.de

www.ladies-first.org; www.bifego.de/aktuelles.html

Bildungszentrum der Wirtschaft im Unterwesergebiet e. V.

Schillerstr. 10

28195 Bremen

Ansprechpartnerin:

Ursula Rettke

Tel.: +49 421 3632523

E-Mail: Rettke.bwu-iwpt@t-online.de

www.womenexist.de

Brandenburgische Technische Universität Cottbus
Fakultät Maschinenbau, Elektrotechnik und Wirtschaftsingenieurwesen

Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung

Erich-Weinert-Str. 1

03046 Cottbus

Ansprechpartnerin:

Prof. Dr. Christiane Hipp

Tel.: +49 35569 3618

E-Mail: hipp@tu-cottbus.de

www.mobiup.de

Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) gGmbH
in Nordrhein-Westfalen

Ravensberger Str. 10 G

33602 Bielefeld

Ansprechpartnerin:

Prof. Dr. Astrid Kruse

Tel.: +49 521 96655252

E-Mail: astrid.kruse@fhm-mittelstand.de

www.gruenderinnen-im-handwerk.de

Fachhochschule Gelsenkirchen

Institut für Entrepreneurship und Innovation

Neidenburger Str. 43

45877 Gelsenkirchen

Ansprechpartner/-in:

Prof. Dr. Christine Volkmann

Tel.: +49 209 9596 777

christine.volkmann@informatik.fh-gelsenkirchen.de

Sebastian Limburg

Tel.: +49 209 9596 702

E-Mail: sebastian.limburg@fh-gelsenkirchen.de

www.fh-gelsenkirchen.de

F 3 Marketingagentur
Münzstr. 5
10178 Berlin
Ansprechpartnerin:
Angela Pritzkow
Tel.: +49 030 280 44848
E-Mail: vorstand@f-hoch-3.de
www.f3-marketing.de; www.f3-kreativwirtschaft.de

Gaus GmbH Medien Bildung Politikberatung
Benno-Jacob-Str. 2
44139 Dortmund
Ansprechpartner:
Kurt-Georg Ciesinger (Koordination Forschung)
Tel.: +49 231 477379 30
E-Mail: ciesinger@gaus.de
www.migrantinnen-gruenden.de

Hochschule Fulda
Fachbereich Sozialwesen
Marquardtstr. 35
36039 Fulda
Ansprechpartnerin:
Prof. Dr. Susanne Weber
Tel.: +49 661 9640 224
E-Mail: susanne.weber@sw.hs-fulda.de
www.entrepreneuresse.de

Hochschule Wismar
University of Technology, Business and Design
Institut für Unternehmensbesteuerung und Consulting
Philipp-Müller-Str. 14
23966 Wismar
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Olaf Bassus
Tel.: +49 3841 75 3537
E-Mail: o.bassus@wi.hs-wismar.de
www.unternehmerin.info/index.html

INI-Novation GmbH
Rundeturmstr. 10
64283 Darmstadt
Ansprechpartnerin:
Dr. Marion Mienert
Tel.: +49 6151 155 592
E-Mail: marion.mienert@ini-novation.de
www.switch-iuk.de

Innovation und Bildung Hohenheim GmbH
Wollgrasweg 49
70599 Stuttgart
Ansprechpartnerin:
Claudia Böhnke
Tel.: +49 711451017 205
E-Mail: claudia.boehnke@gruenderinnenagentur.de
www.gruenderinnenagentur.de

Institut für Mittelstandsökonomie an
der Universität Trier e. V.
WIP – Wissenschaftspark Trier
Max-Planck-Str. 22
54296 Trier
Ansprechpartnerin:
Martina Josten
Tel.: +49 651 14577 18
E-Mail: josten@fit-exist.de
www.face.inmit.de

Joblab & Diversity
Frankfurter Str. 73
63225 Langen (Hessen)
Ansprechpartner:
Franco Calchera
Tel.: +49 6103 281 80
E-Mail: franco.calchera@joblab.de
www.wirdswas.de

Ludwig-Maximilians-Universität München
Fakultät für Betriebswirtschaft
Institut für Information, Organisation
und Management
Ludwigstr. 28
80539 München
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Arnold Picot
Tel.: +49 89 2180 2252
E-Mail: picot@lmu.de
www.mobiup.de

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Naturwissenschaftliche Fakultät II
Institut für Physik
Heinrich-Dainerow-Str. 4
06120 Halle (Saale)

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Ralf Wehrspohn
Tel.: +49 345 5589 100
E-Mail: ralf.wehrspohn@physik.uni-halle.de
In Zusammenarbeit mit:

Ilka Bickmann
Tel.: +49 345 2266 258
E-Mail: bickmann@science2public.de
www.nano4women.de

Münchner Projektgruppe für Sozialforschung
e.V. (MPS)
Dachauer Str. 189
80637 München

Ansprechpartnerin:

Dr. Cordula Kropp
Tel.: +49 89 15 5760
E-Mail: cordula.kropp@sozialforschung.org
www.optexist.de

Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und
Politikberatung e. V. (RISP) an der
Universität Duisburg-Essen
Heinrich-Lersch-Str. 15
47057 Duisburg

Ansprechpartnerin:

Dr. Ute Pascher
Tel.: +49 20336 30332
E-Mail: ute.pascher@uni-duisburg-essen.de
www.exichem.de

science2public – Gesellschaft für Wissenschafts-
kommunikation e. V.
Adolf-von-Harnack-Str. 18
06114 Halle (Saale)

Ansprechpartnerin:

Ilka Bickmann
Tel.: +49 345 2266 258
E-Mail: bickmann@science2public.de
www.science2public.de

Stiftung Universität Hildesheim
Institut für Betriebswirtschaft
Samelsonplatz 1
31141 Hildesheim

Ansprechpartnerin:

Prof. Dr. Ilona Ebbers
Tel.: +49 5121 883 790
E-Mail: ebbers@rz.uni-hildesheim.de
www.diana.gmlg.de

Stiftung Universität Lüneburg
Institut für Betriebswirtschaft
Lehrstuhl Gründungsmanagement
Scharnhorststr. 1
21335 Lüneburg

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Reinhard Schulte
Tel.: +49 4131677 2164
E-Mail: schulte@uni-lueneburg.de
www.diana.gmlg.de

Stiftung Zentrum für Türkeistudien
Altendorfer Str. 3
45127 Essen

Ansprechpartner:

Dr. Andreas Goldberg
Tel.: +49 201 3198 100
E-Mail: goldberg@zft-online.de
www.migrantinnen-gruenden.de

Technische Universität Berlin
Fakultät VI

Institut für Soziologie
Franklinstr. 28/29
10587 Berlin

Ansprechpartnerin:

Prof. Dr. Christiane Funken
Tel.: +49 30 314 28425
E-Mail: christiane.funken@tu-berlin.de
www.gruenderinnenagentur.de/bga/Power-fuer-Gruenderinnen/Gruenderinnen-Netzwerke/index.php

Technische Universität Berlin
Career Service
Hardenbergstr. 36 a
10623 Berlin

Ansprechpartnerinnen:

Agnes von Matuschka
Tel.: +49 30 3142 1456
E-Mail: agnes.matuschka@tu-berlin.de
Uta Kirchner
Tel.: +49 30 3142 1717
E-Mail: uta.kirchner@tu-berlin.de
www.gruendung.tu-berlin.de

Technische Universität Dortmund
Fakultät Erziehungswissenschaft und Soziologie
Institut Soziologie
Otto-Hahn-Str. 4
44227 Dortmund

Ansprechpartner:

Prof. Dr. Hartmut Neuendorff
Tel.: +49 231755 3292
E-Mail: h.neuendorff@wiso.uni-dortmund.de
Dr. Rüdiger Klatt
E-Mail: ruediger.klatt@uni-dortmund.de
www.migrantinnen-gruenden.de

Unique Gesellschaft für Arbeitsgestaltung,
Personal- und Organisationsentwicklung mbH
Großbeerenstr. 89
10963 Berlin

Ansprechpartnerin:

Dr. Annegret Rohwedder
Tel.: +49 30 25297 640
E-Mail: rohwedder@unique-berlin.de
www.migrantinnen-gruenden.de

Universität Augsburg
Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Soziologie und empirische Sozial-
forschung

Universitätsstr. 6

86169 Augsburg

Ansprechpartnerin:

Dr. Anna Brake
Tel.: +49 821 598 4077
E-Mail: anna.brake@phil.uni-augsburg.de
www.entrepreneuresse.de

Universität Bremen
Institut Arbeit und Wirtschaft (IAW)
Universitätsallee 21-23
28359 Bremen

Ansprechpartnerin:

Dr. Charlotte Dorn
Tel.: +49 421218 4387
E-Mail: cdorn@uni-bremen.de
www.womenexist.de

Universität Bremen
Institut Arbeit und Wirtschaft (IAW)
Universitätsallee 21-23
28359 Bremen

Ansprechpartner:

Dr. Günter Warsewa
Tel.: +49 421 218 4207
E-Mail: gwarsewa@kua.uni-bremen.de
www.optexist.de

Universität Hamburg
Institut für Soziologie
Allendeplatz 1
20146 Hamburg

Ansprechpartnerin:

Prof. Sonja Drobnic
Tel.: +49 40 42838 4659
E-Mail: sonja.drobnic@uni-hamburg.de
www.cgg.uni-hamburg.de

Universität Mannheim
Institut für Mittelstandsforschung (ifm)
L9, 1-2

68161 Mannheim

Ansprechpartner:

Dr. René Leicht
Tel.: +49 621 181 2788
E-Mail: leicht@mail.ifm.uni-mannheim.de
www.gewusst-wie-selbstaendig.de

Universität Siegen
Fachbereich 5 Wirtschaftswissenschaften
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre

Hölderlinstr. 3

57076 Siegen

Ansprechpartnerin:

Prof. Dr. Friederike Welter
Tel.: +49 2717 40 2844
E-Mail: welter@uni-siegen.de
www.gewusst-wie-selbstaendig.de

Universität Stuttgart
Prorektor für Forschung und Technologie
Institut für Technische Optik
Pfaffenwaldring 9
70569 Stuttgart
Ansprechpartnerin:
Petra Brüning-Ntoufas
Tel.: +49 711 685 69890
E-Mail: bruening@ito.uni-stuttgart.de
www.uni-stuttgart.de/forschung/existenz/punendlich

Universität Potsdam
Brandenburgisches Institut für Existenzgründung
und Mittelstandsförderung
Centrum für Entrepreneurship und Innovation
(BIEM-CEIP)
Am Park Babelsberg 14
14482 Potsdam
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Guido Reger
Tel.: +49 331 977 3807
E-Mail: reger@uni-potsdam.de
www.ceip.uni-potsdam.de

Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Philosophische Fakultät
Fachbereich Erziehungswissenschaft und Sozial-
wissenschaften
Institut für Soziologie
Scharnhorststr. 121
48151 Münster
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Hanns Wienold
(Sprecher des Verbundvorhabens:
Unternehmensgründungen durch Migrantinnen)
Tel.: +49 251 83 23192
E-Mail: wienold@uni-muenster.de
www.migrantinnen-gruenden.de

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
Initiative für Existenzgründungen und Unterneh-
mensnachfolge ifex
Theodor-Heuss-Str. 4
70174 Stuttgart
Ansprechpartnerin:
Iris Kronenbitter
Tel.: +49 711 123 2669
E-Mail: iris.kronenbitter@gruenderinnenagentur.de
www.gruenderinnenagentur.de

Zentrum für Weiterbildung gGmbH
Elbinger Str. 7
60487 Frankfurt am Main
Ansprechpartnerin:
Renate-Anny Böning
Tel.: +49 69 97776 175
E-Mail: boening@zfw.de
www.nano4women.de

Bundesministerium für Bildung und Forschung

Bekanntmachung

Richtlinien zur Förderung von Vorhaben zum Themenschwerpunkt „Power für Gründerinnen – Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen“ im Rahmen des Förderbereichs „Strategien zur Durchsetzung von Chancengleichheit für Frauen in Bildung und Forschung“

1. Zuwendungszweck, Rechtsgrundlage

1.1 Zuwendungszweck

Die Bundesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, die Chancen von Frauen in Bildung und Forschung, Beruf und Gesellschaft zu fördern und die Gleichstellung von Männern und Frauen zu verwirklichen. Zu den von der Bundesregierung definierten Zielen gehört, den Frauenanteil an Existenzgründungen mittelfristig erheblich zu steigern. Insbesondere im technologieorientierten Bereich ist der Frauenanteil zurzeit noch sehr gering. Angesichts des Ziels, ein hohes Beschäftigungsniveau gerade auch durch innovative Existenzgründungen zu sichern, ist die Nutzung der Potenziale von Frauen unverzichtbar.

Vor dem Hintergrund noch bestehender Forschungslücken und unzureichender Unterstützung im Hinblick auf Gründungsmotivation und -fähigkeiten von Frauen umfasst diese Bekanntmachung zwei Teilbereiche des Gründungsgeschehens:

Teilbereich A: Analyse von Strukturen und Potenzialen zur Existenzgründung von Frauen

Die bisherigen Forschungsergebnisse reichen noch nicht aus, um ein handlungsorientiertes Bild des Gründungsgeschehens von Frauen zu liefern. Neben der Verbesserung der statistischen Datenlage, die nicht primär Ziel dieser Bekanntmachung ist, gilt es, bestehende Forschungslücken über das Gründungsgeschehen von Frauen auszufüllen und dabei strukturelle Unterschiede von Gründern und Gründerinnen genauer auszuleuchten. Dazu sollen Projekte durchgeführt werden, die die Facetten und Entwicklungslinien beruflicher Selbstständigkeit von Frauen in längerfristiger Perspektive vertieft analy-

sieren und gezielt relevante Aspekte herausgreifen. Sie sollen Aufschluss geben über geschlechtsspezifische Potenziale, Strukturen und Verlaufslinien von Gründungen. Sie sollen die Determinanten zur Gründungsbereitschaft von Frauen klären sowie unterstützende bzw. hemmende Faktoren von Gründungsprozessen identifizieren.

Bei der Förderung zu Teilaspekt A wird besonders auf die Verbindung zur Gründungs- und Beratungspraxis Wert gelegt.

Teilbereich B: Modellhafte und innovative Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen

Die Entwicklung und Unterstützung von Gründungsmotivation und Gründungsfähigkeit ist eine wichtige Determinante zur Erhöhung des Frauenanteils bei Gründungen. Daher sollen modellhaft innovative Ansätze entwickelt und erprobt werden, die geeignet sind, das Gründungsverhalten von Frauen positiv zu beeinflussen, um neue Beschäftigungsfelder zu erschließen. Eine genderorientierte Qualifizierung der am Gründungs-geschehen beteiligten Akteure kann Zugangswege für Frauen in die Selbstständigkeit unterstützen. Gründungen durch Frauen müssen auch in der Öffentlichkeit als Thema wahrgenommen werden und bei den Entscheidern in Wirtschaft und Politik einen neuen Stellenwert erhalten.

1.2 Rechtsgrundlage

Vorhaben können nach Maßgabe dieser Richtlinien, der BMBF-Standardrichtlinien für Zuwendungen auf Ausgaben- bzw. Kostenbasis und der Verwaltungsvorschriften zu § 44 Bundeshaushaltsordnung (BHO) durch Zuwendungen gefördert werden. Ein Rechtsanspruch auf Gewährung einer Zuwendung besteht nicht. Der Zuwendungsgeber entscheidet aufgrund seines pflichtgemäßen Ermessens im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel.

2. Gegenstand der Förderung

Teilbereich A: Analyse von Strukturen und Potenzialen zur Existenzgründung von Frauen

Es sollen Forschungsarbeiten gefördert werden, die dem dargestellten Zuwendungszweck entspre-

chen. Der Fokus ist insbesondere auf folgende Aspekte gelegt:

- **Auswirkungen der Wissensgesellschaft auf das Gründungsgeschehen von Frauen**
- **Konzepte zur Förderung von Gründungen durch Frauen im Technologiebereich**
- **Prozessbezogene Gründungsforschung unter Berücksichtigung des jeweiligen individuellen sozialen Umfelds der Gründerin, des arbeitsmarktpolitischen Umfeldes und der kulturellen bzw. gesellschaftlichen Bedingungen**
- **Interdisziplinäre Gründerinnenforschung (Zusammenführung bisher getrennter Blickwinkel aus verschiedenen Disziplinen zu einer Gesamtheit)**
- **Analyse der Potenziale des Internets für Gründerinnen**
- **Wirkungsanalysen bestehender Förderinstrumente und Beratungsangebote.**

Teilbereich B: Modellhafte und innovative Maßnahmen zur Mobilisierung des Gründungspotenzials von Frauen

Es sollen, auch unter Einbeziehung ausländischer Erfahrungen, modellhafte Ansätze entwickelt und erprobt werden, die geeignet sind, das Gründungsverhalten von Frauen positiv zu beeinflussen, um neue Beschäftigungsfelder zu erschließen.

Im Einzelnen ist gedacht an:

- **Förderung des Transfers zwischen Wirtschaft und Hochschulen, zum Beispiel auch durch Einbeziehung von erfolgreichen selbstständigen Frauen als Vorbilder für junge Frauen**
- **Auswertung und Nutzung des Potenzials von bestehenden Übungsfirmen zur Entwicklung und Erprobung genderspezifischer Angebote**
- **Innovative Ansätze zur Erhöhung des Frauenanteils an Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen**

- **Entwicklung und Erprobung von genderorientierten Qualifizierungsmaßnahmen für Multiplikatoren und Kreditgeber**
- **Innovative Umsetzungsstrategien (Konzepte einschließlich konkreter Vorschläge der Verankerung/Implementierung) zur Unterstützung von Frauen als Gründerinnen.**

3. Zuwendungsempfänger

Antragsberechtigt sind Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft (insbesondere auch KMU), Hochschulen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, andere juristische Personen des öffentlichen und privaten Rechts mit Sitz in Deutschland sowie Public-Private-Partnerships (in geeigneter Rechtsform oder als Verbundpartner).

Forschungseinrichtungen, die gemeinsam von Bund und Ländern grundfinanziert werden, kann nur unter bestimmten Voraussetzungen eine Projektförderung für ihren zusätzlichen Aufwand bewilligt werden.

4. Zuwendungsvoraussetzungen

Förderfähig sind innovative Vorhaben, die inhaltlich die unter Nr. 2 genannten Aufgabenstellungen aufgreifen. Für eine Förderung im Rahmen dieser Bekanntmachung ist es weiterhin erforderlich, dass der/die Antragsteller/in

- **im Themenfeld Existenzgründung durch entsprechende wissenschaftliche Vorleistungen und/oder Qualifizierungs-/Beratungserfahrungen ausgewiesen ist,**
- **mit den besonderen Anforderungen der Zielgruppe „Existenzgründerinnen“ vertraut ist und die Vorerfahrungen einen genderorientierten Ansatz erkennen lassen und**
- **möglichst über nationale/internationale Kontakte in Wirtschaft, Weiterbildung, Wissenschaft und zu den einschlägigen Akteuren des Gründungsgeschehens verfügt.**

Der/Die Antragsteller/-in soll sich, auch im eigenen Interesse, im Umfeld des national beabsichtigten Vorhabens mit dem EU-Forschungsrahmenpro-

gramm vertraut machen. Er/Sie soll prüfen, ob das beabsichtigte Vorhaben spezifische europäische Komponenten aufweist und damit eine ausschließliche EU-Förderung möglich ist. Weiterhin ist zu prüfen, inwieweit im Umfeld des national beabsichtigten Vorhabens ergänzend ein Förderantrag bei der EU gestellt werden kann. Das Ergebnis der Prüfungen soll im nationalen Förderantrag kurz dargestellt werden.

Soweit verschiedene Partner einen Verbund bilden, haben diese ihre Zusammenarbeit in einer Kooperationsvereinbarung zu regeln. Vor der Förderentscheidung über ein Verbundprojekt muss zumindest eine grundsätzliche Übereinkunft der Kooperationspartner gemäß den vom BMBF vorgegebenen Kriterien, die einem Merkblatt zu entnehmen sind (BMBF-Vordruck 0110) nachgewiesen werden.

5. Art und Umfang, Höhe der Zuwendung

Die Zuwendungen können im Wege der Projektförderung als nicht rückzahlbare Zuschüsse gewährt werden.

Bemessungsgrundlage für Zuwendungen an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten, die in der Regel – je nach Anwendungsnähe des Vorhabens – bis zu 50 % anteilfinanziert werden können. Nach BMBF-Grundsätzen wird eine angemessene Eigenbeteiligung – grundsätzlich mindestens 50 % der entstehenden zuwendungsfähigen Kosten – vorausgesetzt.

Bemessungsgrundlage für Hochschulen, Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen und vergleichbare Institutionen sind die zuwendungsfähigen projektbezogenen Ausgaben (bei Helmholtz-Zentren und der Fraunhofer-Gesellschaft – FhG – die zuwendungsfähigen projektbezogenen Kosten), die individuell bis zu 100 % gefördert werden können.

Die Bemessung der jeweiligen Förderquote muss den Gemeinschaftsrahmen der EU-Kommission für staatliche FuE-Beihilfen berücksichtigen. Dieser Gemeinschaftsrahmen lässt für Verbundprojekte von Antragstellern/Antragstellerinnen aus den Neuen Bundesländern und für Kleine und Mittlere

Unternehmen (KMU) eine differenzierte Bonusregelung zu, die ggf. zu einer höheren Förderquote führen kann.

6. Sonstige Zuwendungsbestimmungen

Bestandteil eines Zuwendungsbescheides auf Kostenbasis werden grundsätzlich die Allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen auf Kostenbasis des BMBF an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft für FuE-Vorhaben (NKBF98).

Bestandteil eines Zuwendungsbescheides auf Ausgabenbasis werden die Allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung (ANBest-P) und die Besonderen Nebenbestimmungen für Zuwendungen des BMBF zur Projektförderung auf Ausgabenbasis (BNBest-BMBF98).

Für den Themenbereich „Power für Gründerinnen“ ist eine Kofinanzierung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds vorgesehen. Die finanzielle Beteiligung des Europäischen Sozialfonds erfolgt auf der Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 1260/1999 des Rates vom 21. Juni 1999 mit allgemeinen Bestimmungen über die Strukturfonds, der Verordnung (EG) Nr. 1784/1999 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 1999 betreffend den Europäischen Sozialfonds, der Verordnung (EG) Nr. 438/2001 der Kommission vom 4. März 2001 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) Nr. 1260/1999 des Rates in Bezug auf die Verwaltungs- und Kontrollsysteme bei Strukturinterventionen, des Einheitlichen Programmplanungsdokuments Ziel 3 für Deutschland (am 10. Oktober 2000 von der Europäischen Kommission genehmigt – K [2000] 2414 [Nr. 1999 DE 05 3 DO 001] sowie des Operationellen Programms des Bundes Ziel 1 (am 21. Februar 2001 von der Europäischen Kommission genehmigt – K [2001] 25 [Nr. 200 DE 05 1 PO 007]).

7. Verfahren

7.1 Einschaltung eines Projektträgers und Anforderung von Unterlagen

Mit der Abwicklung dieser Fördermaßnahme hat das BMBF folgenden Projektträger beauftragt:

Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.
 Projektträger des BMBF – Chancengleichheit/
 Genderforschung
 Heinrich-Konen-Straße 1
 D – 53227 Bonn
gender@dlr.de

Dort können Auskünfte zu Fragen der Projektförderung eingeholt werden. Interessierten wird nachdrücklich empfohlen, sich vor einer Antragstellung beim Projektträger beraten zu lassen. Ansprechpartnerin ist Frau G. Karsten-Kampf (Tel.: 0228/ 3821 – 208).

Richtlinien, Merkblätter und Nebenbestimmungen sowie die Vordrucke für Vorhabenskizzen und förmliche Förderanträge können abgerufen werden unter
www.kp.dlr.de/profi/easy/bmbf/index.htm

Auf Anforderung stellt auch der Projektträger die Vordrucke zur Verfügung.

Die Nutzung des elektronischen Antragsystems easy (auch für Vorhabenskizzen) wird dringend empfohlen.

7.2 Antragsverfahren

7.2.1 Antragsverfahren

Das Antragsverfahren ist zweistufig. Um den Aufwand möglichst gering zu halten, soll dem Projektträger in der ersten Stufe zunächst eine Vorhabenskizze eingereicht werden. Die Skizze soll neben einer Zuordnung zum jeweiligen Teilbereich und dem einschlägigen Unterpunkt, zu dem die Skizze eingereicht wird, eine aussagekräftige Beschreibung folgender Punkte beinhalten (max. 15 Seiten):

- **Ausgangssituation,**
- **Gesamtziele des Vorhabens und Bezug zu den förderpolitischen Zielen,**
- **Berücksichtigung der unter Nummer 4 aufgeführten Zuwendungsvoraussetzungen,**
- **bisherige Arbeiten der Antragstellerin/des Antragstellers**

- **Angaben zu den geplanten Vorgehensweisen und Methoden,**
- **Arbeits- und Zeitplanung (ressourcenbezogen), sowie detaillierter Finanzierungsplan (Personal-, Sachausgaben, Reisekosten, Eigen- oder weitere Drittmittel),**
- **Angaben zur Verwertung der Ergebnisse nach Abschluss der Förderung (wirtschaftlich und wissenschaftlich),**
- **bei konsortialen Anträgen auch Angaben zu den kooperierenden Personen oder Institutionen und zur vorgesehenen Arbeitsteilung.**

Es können auch mehrere Skizzen zu den verschiedenen Teilbereichen/Unterpunkten eingereicht werden.

7.2.2 Termine

Vorhabenskizzen können dem Projektträger zunächst jeweils zum

15.07.2005, zum 15.01.2006 und zum 15.07.2006

vorgelegt werden.

Die Vorhabenskizzen sind in schriftlicher und elektronischer Form – möglichst unter Nutzung von „easy“ – auf dem Postweg vorzulegen. Die Frist gilt nicht als Ausschlussfrist; verspätet eingehende oder unvollständige Vorhabenskizzen können aber möglicherweise nicht mehr berücksichtigt werden.

Aus der Vorlage einer Projektskizze kann ein Rechtsanspruch nicht abgeleitet werden.

7.3 Auswahl- und Entscheidungsverfahren

Die Bewertung der eingegangenen Vorschläge wird sich vor allem daran orientieren, inwieweit sie das Potenzial für weit reichende positive Veränderungen besitzen. Neben den unter Punkt 4 definierten Anforderungen sind weitere Kriterien für die Bewertung und Auswahl:

- **fachliche Qualität des Antrags,**
- **Wirtschaftlichkeit des Antrags,**
- **zu erwartende Nachhaltigkeit/Verstetigung,**
- **Grad der Verbindung von Wissenschaft und Gründungs- und Beratungspraxis,**
- **Innovationsgehalt.**

Auf der Grundlage der Bewertung werden dann die für eine Förderung geeigneten Projektideen ausgewählt. Das Auswahlresultat wird den Interessentinnen/Interessenten schriftlich mitgeteilt.

Bei positiver Bewertung werden die Interessentinnen/Interessenten in einer **zweiten** Verfahrensstufe aufgefordert, einen förmlichen Förderantrag vorzulegen, über den nach abschließender Prüfung durch das BMBF entschieden wird. Die förmlichen Anträge sollen spätestens einen Monat nach der Aufforderung beim Projektträger eingegangen sein.

Die genannten Fristen zur Vorlage von Vorhabensskizzen und förmlichen Förderanträgen gelten nicht für KMU (Unternehmen, die weniger als 250 Personen beschäftigen und die entweder einen Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. EUR erzielen oder deren Jahresbilanzsumme sich auf höchstens 43 Mio. EUR beläuft).

Für die Bewilligung, Auszahlung und Abrechnung der Zuwendung sowie für den Nachweis und die Prüfung der Verwendung und die ggf. erforderliche Aufhebung des Zuwendungsbescheides und die Rückforderung der gewährten Zuwendung gelten die Verwaltungsvorschriften zu § 44 BHO sowie §§ 48 bis 49a Verwaltungsverfahrensgesetz (VwVfG), soweit nicht in diesen Förderrichtlinien Abweichungen zugelassen sind.

8 Inkrafttreten

Diese Förderrichtlinien treten mit dem Tag der Veröffentlichung im Bundesanzeiger in Kraft.
Bonn, den 12.05.2005
Bundesministerium für
Bildung und Forschung
Im Auftrag
Dr. Eveline von Gäbler

Bekanntmachung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung

Richtlinien zur Förderung des Aufbaus eines Informations- und Servicezentrums „Existenzgründung von Frauen“

1. Zuwendungszweck und Rechtsgrundlagen

1.1 Zuwendungszweck

Die Bundesregierung hat sich in ihrem Aktionsprogramm „Innovation und Arbeitsplätze in der Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts“ vom September 1999 zum Ziel gesetzt, den Anteil von Frauen an Unternehmensgründungen bis zum Jahr 2005 auf mindestens 40 % zu erhöhen. Zur Erreichung dieses Ziels beabsichtigt die Bundesregierung ein bundesweites Informations- und Servicezentrum „Existenzgründung von Frauen“ (Arbeitstitel) zu fördern. Es soll insbesondere den Anteil von Frauen an technologieorientierten Unternehmensgründungen erhöhen und die Gründungsaktivitäten von Frauen durch spezielle Bildungsmaßnahmen unterstützen.

Das Informations- und Servicezentrum „Existenzgründung von Frauen“

- **soll eine stärkere Beteiligung von Frauen an Unternehmensgründungen forcieren, Informationen über Maßnahmen und Aktivitäten im Bereich „Unternehmensgründungen von Frauen“ bereitstellen und bündeln, durch gezielte Informationen und Öffentlichkeitsarbeit den Handlungsbedarf in diesem Bereich sichtbar machen und zu einem gründungsfreundlichen Klima in Deutschland beitragen.**
- **soll Informationen über vorhandene Qualifizierungsangebote für potentielle Gründerinnen bereithalten und vermitteln.**
- **soll für Politik und Öffentlichkeit die Aktivitäten von und für Unternehmerinnen und Gründerinnen sichtbar machen, und durch geeignete Aktivitäten die Unternehmensgründung von Frauen forcieren.**

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung sieht in der Bündelung von Know-how und

Service in einem solchen Informations- und Servicezentrum eine notwendige Strukturmaßnahme für eine deutliche Erhöhung des Anteils von Frauen an Unternehmensgründungen in Deutschland.

1.2 Rechtsgrundlagen

Vorhaben werden nach Maßgabe dieser Bekanntmachung, der BMBF-Standardrichtlinien für Zuwendungsanträge auf Ausgaben- bzw. Kostenbasis sowie den Verwaltungsvorschriften zu § 44 der Bundeshaushaltsordnung (BHO) gefördert. Ein Anspruch auf Gewährung einer Zuwendung besteht nicht. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung entscheidet aufgrund seines pflichtgemäßen Ermessens im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel.

2. Gegenstand der Förderung

Zentrale Aufgaben des Informations- und Servicezentrums „Existenzgründung von Frauen“ sind:

- **die Aufbereitung von nationalen und internationalen Forschungsergebnissen zur Existenzgründung von Frauen,**
- **die Bereitstellung aktueller Daten und Fakten über Existenzgründung von Frauen für Politik und Öffentlichkeit,**
- **die Erfassung und Darstellung von Bildungsangeboten zur Existenzgründung an Hochschulen und in der beruflichen Bildung,**
- **der Aufbau einer bundesweiten Expertinnen-datenbank (Dozentinnen, Trainerinnen, Beraterinnen, Unternehmerinnen) nach regionaler bzw. branchenspezifischer Gliederung zur Bündelung vorhandener regionaler Daten,**
- **die Förderung des Informationsaustausches zwischen den am Gründungsgeschehen Beteiligten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung und Politik,**
- **der Aufbau einer Kontakt- und Ideenbörse,**
- **die Vernetzung bestehender Angebote und der Aufbau eines überregionalen Verbundsystems,**

- **Information über laufende Maßnahmen zur Existenzgründung von Frauen in der EU,**
- **Öffentlichkeitsarbeit,**
- **Zuarbeit für die Bundesregierung bei Fragen der Förderung von Existenzgründungen von Frauen.**

Grundlage für die Vernetzung des Informations- und Serviceangebots bildet ein aufzubauendes Internetportal als Informations- und Interaktionsplattform.

Für die Namensgebung des „Informations- und Servicezentrums Existenzgründung von Frauen“ (Arbeitstitel) werden Vorschläge erbeten.

3. Zuwendungsempfänger

Antragsberechtigt sind Hochschulen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, andere juristische Personen des öffentlichen und privaten Rechts, Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Public-Private-Partnerships (in geeigneter Rechtsform oder als Verbundpartner).

4. Zuwendungsvoraussetzungen

Förderfähig ist ein innovatives Konzept, das inhaltlich die unter Nr. 2 genannte Aufgabenstellung am besten berücksichtigt.

Für eine Förderung im Rahmen dieser Bekanntmachung ist es weiterhin erforderlich, dass der/die Antragsteller/-in

- **im Themenfeld Existenzgründung(sberatung) durch entsprechende wissenschaftliche Vorleistungen und/oder Beratungserfahrungen ausgewiesen ist;**
- **über Erfahrung beim Aufbau von Netzwerken verfügt sowie Kenntnisse über die bestehenden regionalen und überregionalen Netzwerke zur Existenzgründungsberatung mitbringt;**
- **mit den besonderen Anforderungen der Zielgruppe „Existenzgründerinnen“ vertraut ist und die Vorerfahrungen (Forschung/Beratung) einen genderspezifischen Ansatz erkennen lassen;**

- **über nationale und internationale Kontakte und Kooperationen in Wirtschaft, Weiterbildung, Wissenschaft und Politik, insbesondere zu den einschlägigen Verbänden und Kreditgebern, verfügt;**
- **Vorstellungen für Geschäftsideen entwickelt, die mittelfristig die Verstetigung der Angebote und Fortführung des Informations- und Servicezentrums über die Förderdauer hinaus sichern können.**

Der/Die Antragsteller/-in soll sich, auch im eigenen Interesse, im Umfeld des national beabsichtigten Projektes mit dem EU-Forschungsrahmenprogramm vertraut machen. Er/sie soll prüfen, ob das beabsichtigte Projekt spezifische europäische Komponenten aufweist und damit eine Förderung als EU-Vorhaben möglich ist. Weiterhin soll der/die Antragsteller/-in prüfen, inwieweit im Umfeld des national beabsichtigten Projektes ergänzend ein Förderantrag bei der EU gestellt werden kann.

Soweit verschiedene Partner einen Verbund bilden, haben diese ihre Zusammenarbeit in einer Kooperationsvereinbarung zu regeln.

Vor der Förderentscheidung über ein Verbundprojekt muss zumindest eine grundsätzliche Übereinkunft der Kooperationspartner gemäß den vom BMBF vorgegebenen Kriterien, die einem Merkblatt zu entnehmen sind (BMBF-Vordruck 0110) nachgewiesen werden.

5. Art, Umfang und Höhe der Zuwendung

Zuwendungen werden durch nicht rückzahlbare Zuschüsse als Projektförderung gewährt.

Bemessungsgrundlage für Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sind die zuwendungsfähigen Kosten, die in der Regel bis zu 50 % anteilfinanziert werden können. Nach den BMBF-Grundsätzen wird eine angemessene Eigenbeteiligung von grundsätzlich mindestens 50 % der entstehenden zuwendungsfähigen Kosten vorausgesetzt. Eine einzelfallbezogene Bewertung schließt jedoch eine geringere Eigenbeteiligung nicht aus.

Bemessungsgrundlagen für Hochschulen, Forschungseinrichtungen und andere Institutio-

nen sind die zuwendungsfähigen Ausgaben (bei Helmholtz-Zentren und der Fraunhofer-Gesellschaft die zuwendungsfähigen Kosten), die bis zu 100 % gefördert werden können.

Bei der Bemessung der Förderquoten ist – unabhängig von den BMBF-Grundsätzen – ggf. der Gemeinschaftsrahmen der Europäischen Kommission für staatliche FuE-Beihilfen zu beachten.

Alle Antragsteller sind aufgerufen, zur Finanzierung ihres Vorhabens weitere Drittmittel einzuwerben.

Für die Einrichtung des Informations- und Servicezentrums „Existenzgründung von Frauen“ und den Aufbau eines Internetportals stehen für den Zeitraum von 4 Jahren Mittel zur Verfügung. Eine sich anschließende zweijährige Konsolidierungsphase ist vorgesehen und muss neu beantragt werden.

Zum Ende der Anlaufphase erfolgt auf der Grundlage eines schriftlichen Berichts eine Begutachtung, in der die organisatorische und inhaltliche Entwicklung des Zentrums beurteilt, eine Prognose für eine erfolgreiche Weiterführung abgegeben und ggf. Voraussetzungen für die Förderung in der Konsolidierungsphase benannt werden. Ein Anspruch auf Förderung der zweijährigen Konsolidierungsphase besteht nicht.

Die Bundesförderung in der Konsolidierungsphase ist degressiv angelegt, d.h. die Bundesförderung nimmt im Verlauf der Konsolidierungsphase schrittweise zugunsten einzuwerbender Dritt- oder Eigenmittel ab. Erwartet werden daher nach Ablauf der Vorlaufphase verbindliche Drittmittelzusagen. Diese sind spätestens mit dem Bericht über die Vorlaufphase vorzulegen.

Im 1. Jahr der Konsolidierungsphase sollen die Fördermittel 80 %, im 2. Jahr 50 % des zuwendungsfähigen Aufwandes nicht überschreiten. Nach Ende der Konsolidierungsphase muss sich das Zentrum ohne Bundesförderung tragen. Spätestens mit der Vorlage des Berichts über die Konsolidierungsphase ist ein konkretes Konzept zur Weiterfinanzierung nach Auslaufen der Bundesförderung vorzulegen.

6. Sonstige Zuwendungsbestimmungen

Die Allgemeinen und Besonderen Nebenbestimmungen des BMBF werden Bestandteil der Zuwendungsbescheide:

- **für Zuwendungen auf Ausgabenbasis: die Allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen auf Ausgabenbasis (ANBest-P) und die Besonderen Nebenbestimmungen für Zuwendungen des BMBF zur Projektförderung auf Ausgabenbasis (BNBest-BMBF 98);**
- **für Zuwendungen auf Kostenbasis: grundsätzlich die Nebenbestimmungen für die Zuwendungen auf Kostenbasis des BMBF an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft für Forschungs- und Entwicklungsvorhaben (NKBF 98).**

Falls eine Kofinanzierung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds zustande kommt, erfolgt die finanzielle Beteiligung des Europäischen Sozialfonds auf der Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 1260/1999 des Rates vom 21. Juni 1999 mit allgemeinen Bestimmungen über die Strukturfonds, der Verordnung (EG) Nr. 1784/1999 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 1999 betreffend den Europäischen Sozialfonds, der Verordnung (EG) Nr. 438/2001 der Kommission vom 04. März 2001 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) Nr. 1260/1999 des Rates in Bezug auf die Verwaltungs- und Kontrollsysteme bei Strukturinterventionen, des Einheitlichen Programmplanungsdokuments Ziel 3 für Deutschland (am 10. Oktober 2000 von der Europäischen Kommission genehmigt – K [2000] 2414 [Nr. 1999 DE 05 3 DO 001] sowie des Operationellen Programms des Bundes Ziel 1 (am 21. Februar 2001 von der Europäischen Kommission genehmigt – K [2001] 25 [Nr. 200 DE 05 1 PO 007]).

7. Verfahren

7.1 Projektträger

Mit der Abwicklung dieser Fördermaßnahme hat das BMBF folgenden Projektträger beauftragt:

Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.
Projektträger des BMBF – Chancengleichheit/
Genderforschung
Südstr. 125
53175 Bonn
Telefon: 0228/3821-142 oder 208
gender@dlr.de

Dort können Auskünfte zu Fragen der Projektförderung eingeholt werden. Interessierten wird nachdrücklich empfohlen, sich vor einer Antragstellung beim Projektträger beraten zu lassen.

7.2 Antrags- und Entscheidungsverfahren

7.2.1 Das Antragsverfahren ist zweistufig. Unter dem Kennwort „Informations- und Servicezentrum für Existenzgründung von Frauen“ können bis zum

20.02.2003

beim Projektträger zunächst Vorhabenskizzen eingereicht werden. Maßgebend ist der Eingangsstempel des Projektträgers. Die Vorlagefrist gilt nicht als Ausschlussfrist. Verspätet eingehende oder unvollständige Vorhabenskizzen können aber möglicherweise nicht mehr berücksichtigt werden

Die Vorhabenskizze ist wie folgt anzulegen:

- **max. 20 Seiten (DIN-A4, 1,5-zeilig),**
- **Vorhabenbeschreibung unter Berücksichtigung der Grundstruktur der Standardrichtlinien für Zuwendungsanträge (s. dort Abschnitte I-VI zu AZA/AZK 6),**
- **Angaben zur Höhe der Kosten/Ausgaben des Vorhabens, wobei Personalkosten/-ausgaben, detaillierte Sachmittelkosten/-ausgaben und die Eigenbeteiligung gesondert auszuweisen sind,**
- **bestehende und/oder angestrebte Kooperationen/Zusammenarbeit (spezifizierend),**
- **Berücksichtigung der unter Nummer 4 aufgeführten Zuwendungsvoraussetzungen.**

Darüber hinaus sollten folgende Aussagen enthalten sein:

- **Gesamtkonzept: Das Gesamtkonzept sollte eine aussagefähige Beschreibung der Tätigkeitsbereiche, der Geschäftsideen, der Arbeitsweise und des vorgesehenen Personals enthalten.**
- **Internetportal: Das Konzept sollte Informationen zu dem Betreibermodell, zum Aufbau der Internetpräsentation (Navigation), zur Angebotsstruktur (Content) des Portals, zur technischen Realisierung und zur Pflege der Internetplattform enthalten. Dafür ist eine getrennte Aufstellung der jeweiligen Kosten/ Ausgaben vorzulegen.**

Die Vorhabensskizzen werden unter Einbeziehung eines Gutachtergremiums bewertet. Bewertungskriterien sind insbesondere:

- **Einschlägige Kompetenzen und Vorerfahrungen,**
- **Wirtschafts- und Netzwerkkontakte,**
- **Projektorganisation und Realisierbarkeit der vorgelegten Konzepte (Gesamtkonzept und Internetportal),**
- **Strategien zur dauerhaften Verankerung und Finanzierung des Informations- und Servicezentrums, insbesondere nach Auslaufen der Bundesförderung.**

Die Interessenten werden über das Ergebnis der Bewertung informiert.

7.2.2 Anschließend werden Interessenten ausgewählter Projekte zur förmlichen Antragstellung aufgefordert. Über die Förderanträge entscheidet das BMBF.

7.2.3 Auf die Nutzung des elektronischen Antragsystems „easy“ (auch für Vorhabensskizzen) wird hingewiesen. Richtlinien, Merkblätter und Nebenbestimmungen sowie die Vordrucke für förmliche Förderanträge können abgerufen werden unter www.kp.dlr.de/profi/easy/bmbf/index.htm Auf Anforderung stellt auch der Projektträger die Vordrucke zur Verfügung.

7.2.4 Für die Bewilligung, Auszahlung und Abrechnung der Zuwendung sowie für den Nachweis und die Prüfung der Verwendung und die ggf. erforderliche Aufhebung des Zuwendungsbescheides und die Rückforderung der gewährten Zuwendung gelten die VV zu §§ 44 BHO sowie §§ 48 bis 49a Verwaltungsverfahrensgesetz (VwVfG), soweit nicht in diesen Förderrichtlinien Abweichungen zugelassen worden sind. Außerdem gelten ggf. die Vorschriften für die Bewirtschaftung der Mittel des Europäischen Sozialfonds.

8. Inkrafttreten

Die Förderrichtlinien treten mit der Veröffentlichung im Bundesanzeiger in Kraft.

Bonn, den 04.10.2002
Bundesministerium für Bildung und Forschung
Im Auftrag
Dr. Eveline von Gäbler

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unentgeltlich abgegeben. Sie ist nicht zum gewerblichen Vertrieb bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen/Wahlwerbern oder Wahlhelferinnen/Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin/dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

