

Heckl, Eva; Gavac, Karin; Dorr, Andrea

Research Report

Unternehmerinnen in Österreich: Daten, Fakten, Motive, Barrieren. Ein Rückblick auf das vergangene Jahrzehnt

AMS info, No. 219/220

Provided in Cooperation with:

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

Suggested Citation: Heckl, Eva; Gavac, Karin; Dorr, Andrea (2012) : Unternehmerinnen in Österreich: Daten, Fakten, Motive, Barrieren. Ein Rückblick auf das vergangene Jahrzehnt, AMS info, No. 219/220, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/102418>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Unternehmerinnen in Österreich: Daten, Fakten, Motive, Barrieren

Ein Rückblick auf das vergangene Jahrzehnt

Das Bild des erfolgreichen Entrepreneurs stellte sich auch im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts männlich konnotiert dar, in der öffentlichen Wahrnehmung treten meist Unternehmer in den Vordergrund. Zur Förderung des Unternehmertums als Voraussetzung für wirtschaftliche Entwicklung im Allgemeinen kann und muss der Selbständigkeit von Frauen aber mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden. Welchen Platz nehmen die Unternehmerinnen in der österreichischen Unternehmenslandschaft ein? Was zeichnet sie und ihre Betriebe aus? Warum werden Frauen selbständig? Und welche Barrieren sind zu überwinden, damit mittelfristig mehr weibliche Entrepreneure das österreichische Wirtschaftsleben bereichern?

1. Daten und Fakten: Was sagen die Statistiken?

In Österreich wird in etwa jedes dritte Unternehmen von einer Frau geleitet. Je nach statistischer Quelle schwankt der Frauenanteil unter den Entrepreneuren zwischen 28,3% und 37,5%, wobei diese Schwankungen auf unterschiedliche Definitionen und Abgrenzungen zurückzuführen sind.

Tabelle: Statistische Übersicht zum weiblichen Unternehmertum in Österreich, nach verschiedenen Quellen

Datenquelle	Zeitraum	Gesamt	Männer	Frauen	Frauenanteil
Gewerbliche Wirtschaft					
Aktive Kammermitglieder (natürliche Personen) der Wirtschaftskammer Österreich	31.12.2009	297.154	185.837	111.317	37,5%
Gesamtwirtschaft (ohne Land- und Forstwirtschaft)					
Aktive (Einzel-)Unternehmen laut Statistik zur Unternehmensdemographie d. Statistik Austria	1.1.2008 bis 31.12.2008	270.511	194.078	76.434	28,3%
Selbständige laut Arbeitskräfteerhebung der Statistik Austria	Jahresdurchschnitt 2009	344.270	232.689	111.581	32,4%
Selbständige laut Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger	1.7.2009	355.007	239.389	115.618	32,6%

- Die Mitgliederstatistik der Wirtschaftskammer Österreich weist per Ende 2009 rund 297.200 aktive Kammermitglieder (natürliche Personen) als selbständig erwerbstätig aus, wobei es sich bei rund 111.300 Personen (bzw. 37,5%) um Frauen handelt. Dass die Anzahl der Kammermitglieder trotz der

möglichen regionalen Mehrfachmitgliedschaften niedriger ist als jene der Selbständigen, ist u. a. auf die unterschiedlichen verwendeten Wirtschaftssystematiken zurückzuführen (Kammersystematik versus ÖNACE 2003).

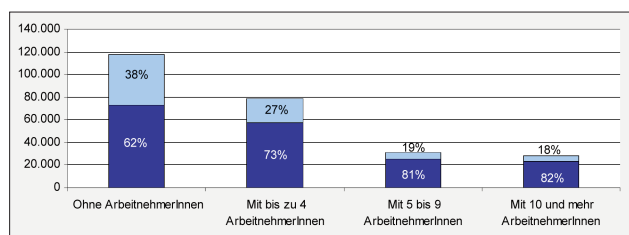
- Laut Statistik der Unternehmensdemographie der Statistik Austria gab es im Jahresverlauf 2008 in der Gesamtwirtschaft (ohne Land- und Forstwirtschaft) rund 270.500 (Einzel-)Unternehmen, wovon rund 76.400 (bzw. 28,3%) in weiblicher Hand waren. In dieser Statistik sind nur Unternehmen enthalten, die im entsprechenden Jahr einen Umsatz von mehr als 10.000 Euro und/oder eigene Beschäftigte hatten.
- Bei der Arbeitskräfteerhebung der Statistik Austria haben im Jahresdurchschnitt 2009 knapp 344.300 Personen angegeben, selbständig oder freiberuflich erwerbstätig zu sein, davon rund 111.600 Frauen (32,4%). Die Zahl der Selbständigen ist deutlich höher als jene der Unternehmen, da es in dieser Statistik keine Umsatzgrenze gibt bzw. nicht jeder/jede Selbständige ein Unternehmen begründet (Mitunternehmertum).
- Im Rahmen der personenbezogenen statistischen Analysen des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger werden jene selbständig erwerbstätigen Personen erfasst, die nach dem Gewerblichen oder Freiberuflichen Sozialversicherungsgesetz pflichtversichert sind. Es wird somit auf offizielle Versicherungsdaten zurückgegriffen. Bei der Darstellung der selbständig Tätigen werden auch jene Selbständige berücksichtigt, die mehreren Erwerbstätigkeiten nachgehen. Mit dem Stichtag 1. Juli 2009 wurden insgesamt rund 355.000 selbständige Personen gezählt, wovon rund 115.600 Frauen (bzw. 32,6%) waren.

Im Hinblick auf die Betriebsgröße ist anzumerken, dass in Österreich generell kleinbetriebliche Strukturen vorherrschen, d. h., der Großteil der insgesamt selbständig Tätigen¹ (rund 46%) betrieb im Jahr 2009 ihr Unternehmen ohne ArbeitnehmerInnen. Rund 31% der Selbständigen leitete einen kleineren Betrieb mit bis zu vier MitarbeiterInnen. Im Hinblick auf die Betriebsgröße zeigen sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Frauen sind am vergleichsweise stärksten unter den Ein-Personen-Unternehmen vertreten (rund 38%), unter den EigentümerInnen eines Kleinst-

¹ Ohne freiberuflich Tätige und Neue Selbständige.

betriebe sind rund 27% weiblich. Dagegen werden nur jeweils weniger als ein Fünftel der kleineren und größeren Unternehmen von Frauen geführt.

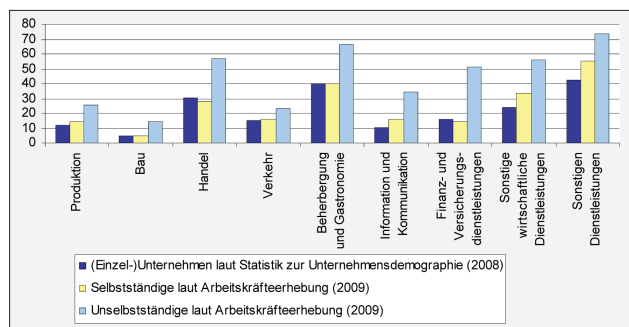
Abbildung 1: Selbständige,* nach Größe ihres Betriebes und Geschlecht im Jahresdurchschnitt 2009



Quelle: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2009. * Ohne freiberuflich Tätige und Neue Selbständige (insgesamt rund 255.100 Gewerbetreibende)

Hinsichtlich der einzelnen Wirtschaftszweige zeigt sich, dass Frauen und Männer in sehr unterschiedlichen Bereichen ihren unternehmerischen Schwerpunkt setzen. Der höchste Anteil an Unternehmerinnen ist im Bereich der sonstigen Dienstleistungen (das sind z. B. Unterrichtswesen, Gesundheitswesen, Friseur, Fußpfleger), im Tourismus sowie im Handel zu finden. Dies sind auch bei den unselbständig Beschäftigten die drei Wirtschaftszweige mit dem höchsten Frauenanteil, wobei dieser jeweils deutlich höher als bei den Selbständigen ist. Die Männerquote ist hingegen in der Produktion, im Bauwesen, im Verkehr und im Informations- und Kommunikationsbereich am höchsten.

Abbildung 2: Frauenquote, nach Wirtschaftszweigen,* 2008 bzw. 2009, in Prozent



Quelle: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2009 sowie Statistik zur Unternehmensdemographie 2008. * Gemäß ÖNACE 2008, ohne Land- und Forstwirtschaft

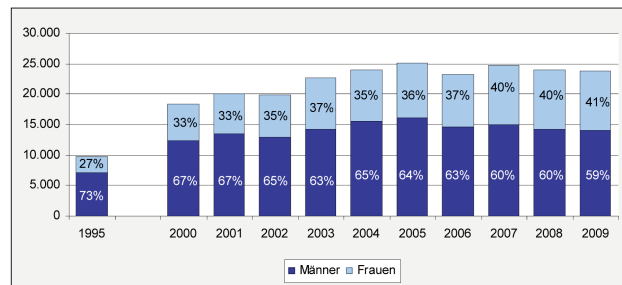
Wenngleich Frauen bei den Selbständigen noch immer unterrepräsentiert sind, so steigt doch die Frauenquote unter den UnternehmerInnen kontinuierlich, was sich in der Gründungsstatistik der gewerblichen Wirtschaft widerspiegelt.

Im Jahr 2009 wurden insgesamt 28.908 Unternehmen neu gegründet, davon zählen 83% (23.874) zu den Einzelunternehmen.² Rund 59% der neugegründeten Einzelfirmen sind in männlicher Hand (14.152 Unternehmen), und rund 41% (9.722 Unternehmen) werden von Frauen geleitet. Die Anzahl der Neugründungen ist seit Mitte der 1990er Jahre deutlich gestiegen. Im Jahr 1995 lag die Re-

2 Unternehmensneugründungen natürlicher Personen im Bereich der Wirtschaftskammern, echte Gründungen (ohne Umgründungen, kurzfristige »Ruhendmeldungen«, »Nebenbetriebsgründungen« etc.).

lation zwischen neu gegründeten Frauen- und Männerbetrieben noch bei 27% zu 73%. In den letzten Jahren hat sich vor allem die Anzahl der von Frauen gegründeten Unternehmen überproportional erhöht.

Abbildung 3: Unternehmensneugründungen (Einzelunternehmen), nach Geschlecht, 1995 & 2000–2009



Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Gründungsstatistik

Dennoch ist die Gründungsneigung von Frauen immer noch geringer als die von Männern. Dies ist vor allem auf die unterdurchschnittliche Ausstattung bei gründungsrelevanten Faktoren, wie z. B. Human-, Finanz- und Sozialkapital, zurückzuführen. Auch unterschiedliche gesellschaftliche Erwartungen, wie die Zuschreibung der Zuständigkeit für Kinderbetreuung und Hausarbeit an die Frauen, haben einen Einfluss auf die Gründungsneigung. Dies reduziert die Wahrscheinlichkeit, dass Frauen ein Gründungsinteresse entwickeln und eine Gründung vollziehen. Wenn Frauen aber einmal eine Gründungsabsicht entwickelt haben, werden sie mit derselben Wahrscheinlichkeit die Unternehmensgründung realisieren wie Männer mit Gründungsabsicht.³

2. Charakteristika der von Frauen gegründeten Unternehmen: Wie gründen Frauen?

Wenn Frauen sich selbständig machen, so gründen sie meist ein neues Unternehmen. Im Jahr 2009 gaben 78% der Unternehmerinnen an, ihr Unternehmen neu gegründet zu haben. Die Neugründungen erfolgen großteils in Form von Einzelgründungen, nur 3% der Gründerinnen gründen im Team.⁴ Obwohl die Einzelgründung auch insgesamt die häufigste Form der Gründung ist, so tendieren Frauen noch stärker zu Einzelgründungen als Männer, bei denen häufiger Teamgründungen vorliegen.⁵

Ein Fünftel der Unternehmerinnen (21%) macht sich als Nachfolgerin selbständig und übernimmt einen bestehenden Betrieb, meist innerhalb der Familie.⁶ Familieninterne Unterneh-

3 Vgl.: Kay, R./Adenauer, C./Holz, M. (2006): Unternehmensgründungen in Rheinland-Pfalz – neue Ansatzpunkte zur Ausschöpfung des Gründungspotenzials von Frauen, Institut für Mittelstandsforschung Bonn/Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz.

4 Vgl.: Heckl, E./Dorr, A./Gavac, K./Talker, C. (2010): Unternehmerinnen in Österreich. Status quo 2009, KMU Forschung Austria, Wien.

5 Vgl.: Schwarz, C. (2006): Gründungsalltag, Gender und Gründungsfinanzierung. Eine genderdifferenzierte Studie zum Gründungsprozess österreichischer UnternehmerInnen mit dem Schwerpunkt auf der Unternehmensfinanzierung, ibw-Schriftenreihe Nr. 133, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw), Wien.

6 Vgl. Heckl, E. et al. 2010.

mensnachfolgen haben bei den Unternehmerinnen eine größere Bedeutung als bei den Unternehmensübernahmen insgesamt.⁷

Zwei Drittel der Unternehmerinnen machen sich als Ein-Personen-Unternehmen (EPU) selbständig, wobei vor allem Gründerinnen keine Mitarbeiterinnen zum Gründungszeitpunkt beschäftigen, während nur etwa jede fünfte Nachfolgerin ein EPU übernimmt.⁸ Bei einem Vergleich von männlichen und weiblichen Gründenden zeigt sich zudem, dass Frauen am Beginn ihrer Unternehmenstätigkeit seltener VollzeitmitarbeiterInnen beschäftigen als Männer.⁹

Bisher veröffentlichte Forschungsergebnisse weisen aber auch auf andere geschlechtsspezifische Unterschiede im Gründungsverhalten hin. So gründen Frauen nicht nur kleinere Unternehmen im Hinblick auf die MitarbeiterInnenzahl, sondern auch auf den Einsatz von und die Ausstattung mit Kapital. Gründerinnen haben öfter überhaupt keinen Kapitalbedarf oder einen signifikant geringeren Kapitalbedarf als Männer in der Gründungsphase.¹⁰ Dabei ist die Frage des Kausalzusammenhanges zu stellen: Benötigen Frauen weniger Kapital, weil sie durchschnittlich kleinere Unternehmen gründen (wollen), oder gründen sie kleinere Unternehmen, weil sie weniger Kapital zur Verfügung haben?¹¹

In jedem Fall hat der geringere Kapitaleinsatz Folgen, da Untersuchungen zeigen, dass der Umsatz im ersten Jahr nach der Gründung höher ist, wenn mehr Kapital zum Zeitpunkt der Gründung eingesetzt wurde. Damit verwundert es nicht, dass Frauen im Durchschnitt weniger Umsatz im ersten Jahr erwirtschaften als männliche Gründer.¹²

3. Charakteristika der Unternehmerinnen: Wer sind sie?

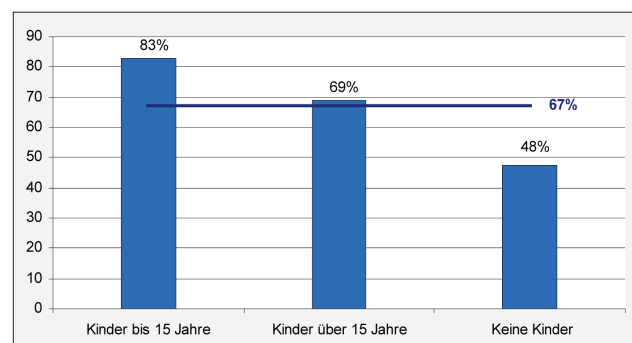
Das durchschnittliche Alter der österreichischen Unternehmerinnen liegt bei 44,5 Jahren. Damit sind die Unternehmerinnen in etwa gleich alt wie die Unternehmer (44,2 Jahre).¹³ Bei der Gründung scheinen aber Frauen tendenziell älter zu sein als Männer, was als eine Folge der unterschiedlichen geschlechtsspezifischen Erwerbsverläufe interpretiert werden kann.¹⁴

Generell ist das Bildungsniveau der Unternehmerinnen (und Unternehmer) im Vergleich zur Wohnbevölkerung überdurchschnittlich hoch. Unter allen weiblichen selbständig Erwerbstätigen können 27% auf einen Lehrabschluss als höchsten Bildungs-

abschluss zurückgreifen, 20% von ihnen sind Akademikerinnen. Für männliche Selbständige spielt die Lehrausbildung sogar noch eine größere Rolle als für Frauen (40% vs. 27%).¹⁵

Im Hinblick auf die familiäre Situation ist zu erwähnen, dass fast drei Viertel der Unternehmerinnen in einer Partnerschaft leben, 70% haben Kinder und ein Drittel Kinder im betreuungs-pflichtigen Alter von bis zu 15 Jahren. Da die Kinderbetreuung überwiegend von den Unternehmerinnen selbst erfolgt und auch die Verantwortung für den Haushalt von 68% allein getragen wird, verwundert es nicht, dass sich rund zwei Drittel mit einer Doppel- bzw. Mehrfachbelastung durch Familie, Haushalt und unternehmerische Tätigkeit konfrontiert sehen. Rund die Hälfte jener Unternehmerinnen, die diese Mehrfachbelastung wahrnehmen, fühlt sich dadurch auch stark beeinträchtigt.¹⁶

Abbildung 4: Konfrontation der Unternehmerinnen mit einer Doppel-/Mehrfachbelastung, in Prozent



Quelle: Heckl, E. et al. 2010

4. Gründungsmotive: Warum gründen Frauen?

In der Literatur werden sowohl strukturelle Rahmenbedingungen als auch individuelle Faktoren als für die Gründungsentscheidung von Relevanz erachtet. Wenn nun der/die GründerIn betrachtet wird, also der/die einzelne AkteurIn in den Mittelpunkt des Interesses rückt, so können zwei Hauptmotive bzw. zwei berufliche Logiken unterschieden werden, bei denen jeweils andere Motivationsfaktoren zum Tragen kommen:

- Push-Faktoren, die einer Ökonomie der Notwendigkeit und
- Pull-Faktoren, die einer Ökonomie der Selbstverwirklichung gehorchen.¹⁷

Personen, die einer Ökonomie der Notwendigkeit gehorchen, werden in die Selbständigkeit gedrängt, weil sie für sich keine adäquaten Alternativen auf dem Arbeitsmarkt sehen. Im Gegensatz dazu folgen Personen, die sich selbst verwirklichen wollen und eine nicht weisungsgebundene Tätigkeit anstreben, einer Ökonomie der Selbstverwirklichung.

7 Vgl. Mandl, I./Dörflinger, C./Gavac, K. (2008): Unternehmensübergaben und -nachfolgen in Kleinen und Mittleren Unternehmen (KMU) der Gewerblichen Wirtschaft Österreichs, KMU Forschung Austria/Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit/Wirtschaftskammer Österreich, Wien.

8 Vgl. ebenda.

9 Vgl. Schwarz, C. (2006) und Lauxen-Ulbrich, M./Leicht, R. (2005): Wie Frauen gründen und was sie unternehmen: Nationaler Report Deutschland, Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim.

10 Vgl. z.B. Wanzenböck, H. (1998): Das österreichische Gründungsgeschehen. Eine Untersuchung der Struktur und des Beschäftigungseffektes der Unternehmensgründung des Jahres 1997, Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, Wien.

11 Vgl. Schwarz, C. 2006.

12 Vgl. ebenda.

13 Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik 2009, aktive Kammermitglieder.

14 Vgl. Schwarz, C. 2006.

15 Quelle: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung, 2009.

16 Vgl. Heckl, E. et al. 2010.

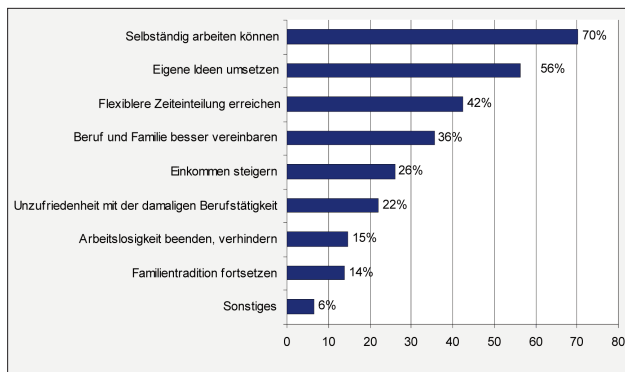
17 Vgl. Wenny, A. (1999): Ein-Personen-Unternehmen. Die Rolle der Unternehmensform im wirtschaftlichen Wandel, die soziale und wirtschaftliche Stellung von Selbständigen ohne eigene Beschäftigte, Marburg.

18 Vgl. Mosberger, B./Steiner, K. (2002): Unternehmerisches Agieren oder flexibles Reagieren? In: Eichmann, H./Kaupa, I./Steiner, K. (Hg.): Game Over? Neue Selbständigkeit und New Economy nach dem Hype, Wien.

Ein weiteres Hauptmotiv, das nicht eindeutig zuordenbar ist, ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie bzw. Freizeit.¹⁸ Hier können sowohl Aspekte, die einer Ökonomie der Notwendigkeit gehorchen, gefunden werden (eine adäquate unselbständige Tätigkeit zu finden, in welcher Beruf und Familie optimal vereinbart werden können, wird als unwahrscheinlich erachtet) als auch solche, die der Ökonomie der Selbstverwirklichung zuzuordnen sind (Wunsch, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf selbständig und ohne Vorgaben zu organisieren und gestalten). Dieses Motiv wird in der Literatur allgemein als frauentypisch klassifiziert und spielt bei männlichen Gründern keine Rolle.

Eine von der KMU Forschung Austria im Jahr 2010 durchgeführte Befragung österreichischer Unternehmerinnen zeigt, dass Motive, die der Ökonomie der Selbstverwirklichung entspringen, am bedeutendsten sind (»Selbständig arbeiten können«, »Eigene Ideen umsetzen«) und von mehr als der Hälfte der Befragten als Gründungsmotiv genannt wurden. Doch dahinter befinden sich schon die frauentypischen Motive »Flexible Zeiteinteilung« bzw. »Beruf und Familie besser vereinbaren«. Damit scheint die Selbständigkeit für viele in hohem Maß eine Möglichkeit, der Vereinbarkeitsproblematik zu begegnen. Dass dies im unternehmerischen Alltag oftmals nicht so einfach zu bewerkstelligen ist, zeigt der bereits erwähnte Befund, dass sich die Unternehmerinnen in der Mehrzahl durch die Doppelbelastung beeinträchtigt fühlen (siehe oben).

Abbildung 5: Gründungsmotive österreichischer Unternehmerinnen, in Prozent



Quelle: Heckl, E. et al. 2010

5. Charakteristika »weiblicher« Unternehmen: Welche Unternehmen führen Frauen?

Wie zuvor dargelegt wurde, gründen Frauen »klein« im Hinblick auf MitarbeiterInnenanzahl und Kapitaleinsatz. Und auch insgesamt sind die Unternehmen, die von Frauen geführt werden, vorwiegend in niedrigen Umsatzgrößenklassen repräsentiert. Mehr als 60% der 2009 befragten Unternehmerinnen führen ein Unternehmen mit einem Jahresumsatz von unter 50.000 Euro, rund ein Fünftel weist einen Jahresumsatz zwischen 50.000 und 250.000 Euro auf. Dabei korrelieren natürlich Umsatz und Beschäftigtenanzahl. So sind es v.a. EPU's und Mikrounternehmen, die in die niedrige Umsatzkategorie fallen, während größere Betriebe großteils in höheren Umsatzgrößenklassen zu finden sind.¹⁹

¹⁹ Vgl.: Heckl et al. 2010.

Die Präferenz, eine Kleinstbetrieb zu führen, drückt sich auch in der Tatsache aus, dass 70% der Unternehmerinnen keine Wachstumspläne hegen und sich mit der Führung eines solchen Unternehmens zufrieden zeigen.²⁰ Allerdings ist das mangelnde Wachstumsinteresse nicht ausschließlich als weibliche Thematik anzusehen, da viele KleinunternehmerInnen unabhängig vom Geschlecht mit einem überschaubaren Unternehmen, das den Lebensunterhalt sichert, zufrieden sind und kein (schnelles) Wachstum anstreben.²¹

Jede fünfte Unternehmerin übt ihre selbständige Tätigkeit im Nebenerwerb aus, vorwiegend neben einer unselbständigen Tätigkeit. Ein Viertel der im Nebenerwerb tätigen selbständigen Frauen tut dies allerdings auch neben der Kinderbetreuung.²² Ein Phänomen das kaum bei nebenerwerbstätigen selbständigen Männern auftritt.²³

Die Notwendigkeit bzw. Möglichkeit der Vereinbarung von Beruf und Familie zeigt sich auch im Hinblick auf den Unternehmensstandort. Mehr als 60% der Unternehmerinnen üben die selbständige Tätigkeit von der Wohnadresse aus, d.h., sie verfügen über keinen externen Betriebsstandort. Neben der Vereinbarkeitsproblematik dürften dabei auch Kostengründe eine Rolle spielen. Die selbständige Erwerbstätigkeit von zu Hause aus birgt jedoch die Gefahr mangelnder Akzeptanz in der Gesellschaft, da dieser auch häufig den Nimbus von Freizeit und mangelnder Ernsthaftigkeit anhaftet. Unternehmen, die von zu Hause aus geleitet werden, haben auch eher Schwierigkeiten zu wachsen und wirtschaftlich erfolgreich zu sein.²⁴

Auch im Hinblick auf die Arbeitszeit ist ersichtlich, dass Unternehmerinnen im Gegensatz zu ihren männlichen Pendanten oftmals Beruf und Familie in Einklang bringen müssen. Von allen weiblichen selbständig Erwerbstätigen arbeiteten im Jahr 2009 36% weniger als 40 Stunden. Die Teilzeitquote der weiblichen Selbständigen ist deutlich höher als die der Männer (11%). Außerdem hat sich im Zeitverlauf der Anteil der weiblichen Teilzeitselbständigen von 26% im Jahr 1997 auf 36% 2009 erhöht.²⁵ Auch laut EPU-Erhebung sind deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede bezüglich Teilzeitarbeit zu beobachten, denn der Anteil der teilzeitselbständigen EPU ist unter den Frauen (28%) mehr als doppelt so hoch als bei den Männern (11%).²⁶

6. Schlussfolgerungen: Wie kann das weibliche Unternehmertum gefördert werden?

Wenngleich immer mehr Frauen den Weg in die Selbständigkeit gehen, ist das Bild vom Entrepreneur ein männlich geprägtes. Und

²⁰ Vgl. ebenda.

²¹ Vgl. Ahl, H. (2006): Why Research on Women Entrepreneurs Need New Directions, in: Entrepreneurship Theory and Practice, 9, Seite 595–621.

²² Vgl.: Heckl, E. et al. 2010.

²³ Vgl. Voithofer, P./Dörfinger, C./Gavac, K./Hözl, K. (2009): Ein-Personen-Unternehmen in Österreich – Status quo 2009, KMU Forschung Austria/Wirtschaftskammer Österreich, Wien.

²⁴ Vgl.: Hagl, I. (2008): Frauen als Unternehmerinnen. Zur Bedeutung einer gendertheoretischen Erweiterung des ressourcenorientierten Ansatzes. Diplomarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien.

²⁵ Quelle: Statistik Austria – Arbeitskräfteerhebung.

²⁶ Vgl. Voithofer, P. et al. 2009.

die Unternehmen von Frauen unterscheiden sich auch in mehrfacher Hinsicht von denen der Männer:

- Größe: Frauenbetriebe sind im Hinblick auf Umsatz und Beschäftigtenzahl kleiner als Männerbetriebe.
- Branchen: Frauenbetriebe sind in nur wenigen Branchen in großer Zahl präsent, und dies sind überdies traditionell weibliche Branchen mit einer hohen Dienstleistungs Komponente. Unternehmerinnen in technologieorientierten, innovativen so genannten »Zukunftsbranchen« findet man dagegen kaum.
- Umfeld: Frauen können sich aufgrund der Mehrfachbelastung durch Betrieb, Familie und Haushalt nur selten dem Unternehmen uneingeschränkt widmen.

Damit sehen sich Unternehmerinnen mit besonderen Herausforderungen konfrontiert, und bei einer Förderung des weiblichen Unternehmertums müssen diese Rahmenbindungen berücksichtigt werden. Aus wirtschaftspolitischer Vernunft und im Sinne der Chancengleichheit gilt es, grundsätzlich die Anzahl der Frauenbetriebe insgesamt und deren Anteil an allen Unternehmen zu erhöhen, also Frauen für die Selbständigkeit zu begeistern, sowie die Struktur von Frauenbetrieben zu diversifizieren, Frauen also zu motivieren, neue Wege zu bestreiten und Pionierarbeit zu leisten. Dabei kann auf mehreren Ebenen angesetzt werden:

- Horizontale und vertikale Segregation am Arbeitsmarkt: Grundsätzlich gilt, dass alle Maßnahmen zur Erhöhung der Chancengleichheit am Arbeitsmarkt den Boden für das weibliche Unternehmertum aufbereiten. Eine Bekämpfung der horizontalen Segregation bringt eine Verbreiterung der Tätigkeitsfelder von Frauen mit sich, und je mehr Frauen in männlich dominierte Branchen vordringen, desto eher werden sie auch in diesen Bereichen gründen. Eine Verringerung der vertikalen Segregation, die mehr Frauen in Führungsetagen bringt, wird dazu führen, dass »Chefinnen« zunehmend als normal und akzeptiert angesehen werden. Wichtiges Instrument auf diesem Weg ist das Aufbrechen von geschlechtsspezifischen Stereotypen, das nicht früh genug (Kindergarten und Schule) in Angriff genommen werden kann und auch die verstärkte Sichtbarmachung von Role Models erfordert.
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie: Aufgrund geschlechtsspezifischer Stereotype ist die Vereinbarkeitsproblematik v. a. ein Problem der Frauen. Obwohl sich viele Frauen durch den Schritt in die Selbständigkeit eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie versprechen, wird gerade die Mehrfachbelastung als eine der größten Barrieren in der Selbständigenkarriere gesehen. So birgt die Flexibilität der selbständigen Tätigkeit im Hinblick auf die Arbeitszeit auch Nachteile, da eben oftmals die Verfügbarkeit der Unternehmerin ohne Rücksicht auf Öffnungszeiten von Kinderbetreuungseinrichtungen unabdingbar scheint. Die Förderung der Flexibilität von Kinderbetreuungseinrichtungen im Hinblick auf Verfügbarkeit, Form und Finanzierung stellen daher eine wichtige Unterstützung für Unternehmerinnen dar.
- Beratung: ExpertInnen bescheinigen Frauen ein hohes Maß an Bereitschaft, Beratung in Anspruch zu nehmen. Sie benötigen ein breites Unterstützungsinstrumentarium, das alle betriebs-

wirtschaftlichen Aspekte miteinschließt. Nach der Gründungsphase scheint es entscheidend, gezielt Weiterbildungsmaßnahmen anzubieten, um Frauen die Option, einen Wachstumspfad und den Weg zu einem Arbeitgeberinnenbetrieb einzuschlagen, näherzubringen. Die Beratungen müssen auch in hohem Maße Informationen zum Zugang zu Fremdkapital und zu Förderungen beinhalten.

- Förderinstrumentarium: Österreich verfügt über breite Förderinstrumente für Unternehmen. Diese sollten im Hinblick auf ihre Eignung für »typische« Frauenbetriebe hin untersucht und gegebenenfalls adaptiert werden, oder es sollten neue maßgeschneiderte Förderungen konzipiert werden, um den spezifischen Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht zu werden. So sind z. B. Zugangskriterien auf einen möglichen Genderbias hin zu analysieren. Im Zusammenhang mit Förderungen ist auch die noch immer dominierende technologiebasierte Definitionen von Innovation zu hinterfragen, die Dienstleistungsinnovationen oftmals ausklammern.

Durch die Förderung von Unternehmerinnen wird nicht nur die Anzahl der Unternehmen und damit die Möglichkeit, neue Arbeitsplätze zu schaffen, steigen, sondern auch ein wichtiger Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter geleistet, da Frauen mehr Optionen am Arbeitsmarkt eröffnet werden. Zudem trägt jede Unternehmerin als Chefin zur Normalisierung des Bildes der Frau in einer Führungsposition bei und leistet als Role Model einen wichtigen Beitrag zur Aufweichung geschlechtsspezifischer Stereotype.

7. Literatur

- Ahl, H. (2006): Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions, in *Entrepreneurship Theory and Practice*, 9, Seite 595–621.
- Hagl, I. (2008): Frauen als Unternehmerinnen. Zur Bedeutung einer gendertheoretischen Erweiterung des ressourcenorientierten Ansatzes, Diplomarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien.
- Heckl, E./Dorr, A./Gavac, K./Talker, C. (2010): Unternehmerinnen in Österreich – Status quo 2009, *KMU Forschung Austria*, Wien.
- Kay, R./Adenäuer, C./Holz, M. (2006): Unternehmensgründungen in Rheinland-Pfalz – neue Ansatzpunkte zur Ausschöpfung des Gründungspotenzials von Frauen, *Institut für Mittelstandsforschung Bonn/Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz*.
- Lauxen-Ulbrich, M./Leicht, R. (2005): Wie Frauen gründen und was sie unternehmen: *Nationaler Report Deutschland*, *Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim*.
- Mandl, I./Dörflinger, C./Gavac, K. (2008): Unternehmensübergaben und Unternehmensnachfolgen in Kleinen und Mittleren Unternehmen (KMU) der Gewerblichen Wirtschaft Österreichs, *KMU Forschung Austria/Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit/Wirtschaftskammer Österreich*, Wien.
- Mosberger, B./Steiner, K. (2002): Unternehmerisches Agieren oder flexibles Reagieren? In: Eichmann, H./Kaupa, I./Steiner, K. (Hg.): *Game over? Neue Selbständigkeit und New Economy nach dem Hype*, Wien.

Schiffbänker, H./Woitech, B./Gassler, H./Heckl, E./Dörflinger, A./Dörflinger C. (2007): Gründerinnen in Österreich – Vergleich internationaler Förderungsmodelle für forschungs- und technologieintensive Unternehmensgründungen, w-fORTE Wien.

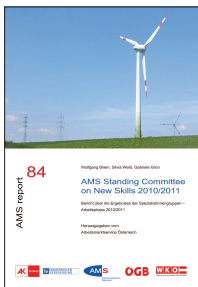
Schwarz, C. (2006): Gründungsalltag, Gender und Gründungsfinanzierung. Eine genderdifferenzierende Studie zum Gründungsprozess österreichischer UnternehmerInnen mit dem Schwerpunkt auf der Unternehmensfinanzierung, ibw-Schriftenreihe Nr. 133, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw), Wien.

Voithofer, P./Dörflinger, C./Gavac, K./Hölzl, K. (2009): Ein-Personen-Unternehmen in Österreich – Status quo 2009, KMU Forschung Austria/Wirtschaftskammer Österreich, Wien.

Wanzenböck, H. (1998): Das österreichische Gründungsgeschehen. Eine Untersuchung der Struktur und des Beschäftigungseffektes der Unternehmensgründungen des Jahres 1997, Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, Wien.

Wenny, A. (1999): Ein-Personen-Unternehmen. Die Rolle der Unternehmensform im wirtschaftlichen Wandel, die soziale und wirtschaftliche Stellung von Selbständigen ohne eigene Beschäftigte, Marburg.

Aktuelle Publikationen der Reihe »AMS report« ...



AMS report 84

Wolfgang Bliem, Silvia Weiß, Gabriele Grün
**AMS Standing Committee on New Skills
2010/2011**

Bericht über die Ergebnisse der SpezialistInnen-Gruppen – Arbeitsphase 2010/2011

ISBN 978-3-85495-451-4



AMS report 85/86

Regina Haberfellner, René Sturm
**Längerfristige Beschäftigungstrends
von HochschulabsolventInnen**

ISBN 978-3-85495-452-2

www.ams-forschungsnetzwerk.at

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift der Auftragnehmer

KMU Forschung Austria
Gußhausstraße 8, 1040 Wien, Tel.: 01 5059761, Fax: 01 5034660
E-Mail: office@kmuforschung.ac.at, Internet: www.kmuforschung.ac.at

Die Publikationen der Reihe AMS info können als pdf über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere interessante Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z. B. AMS report oder AMS-Qualifikationsstrukturbericht, u. v. m.) zur Verfügung.

www.ams-forschungsnetzwerk.at
oder
www.ams.at – im Link »Forschung«

Ausgewählte Themen des AMS info werden als Langfassung in der Reihe AMS report veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder schriftlich bei der Communicatio bestellt werden.

AMS report Einzelbestellungen

€ 6,- inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten

AMS report Abonnement

12 Ausgaben AMS report zum Vorzugspreis von € 48,- (jeweils inkl. MwSt. und Versandkosten; dazu kostenlos: AMS info)

Bestellungen und Bekanntgabe von Adressänderungen bitte schriftlich an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Tel.: 01 3703302, Fax: 01 3705934

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber und Herausgeber: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, Maria Hofstätter, René Sturm, 1200 Wien, Treustraße 35-43
Verlegt bei Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, 1190 Wien, November 2012 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn