

Female Entrepreneurship: Unternehmensgründungen von Frauen im Fokus

Rolf Meyer, Dario Meyer, Daniel Merz

Forschungsbericht 12.2021

Female Entrepreneurship: Unternehmensgründungen von Frauen im Fokus

Forschungsbericht

Rolf Meyer

Dario Meyer

Daniel Merz

Fachhochschule Nordwestschweiz

Institut für Unternehmensführung

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://www.d-nb.de/> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten

2021 by Fachhochschule Nordwestschweiz, Windisch/Schweiz

ISBN: 978-3-907344-04-0

Autoren:

Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Wirtschaft

Institut für Unternehmensführung

Prof. Dr. Rolf Meyer, rolf.meyer@fhnw.ch

Dario Meyer, dario.meyer@fhnw.ch

Daniel Merz, dani.merz@ag.ch

Bahnhofstrasse 6

CH-5210 Windisch

<http://www.fhnw.ch/wirtschaft/ifu>

Management Summary

Neue Unternehmen schaffen Arbeitsplätze, beschleunigen den Strukturwandel und werden als volkswirtschaftliche Treiber für Innovation und technologischen Fortschritt bezeichnet. Gerade in sich schnell verändernden Zeiten ist die Gründungsaktivität ein bedeutender Faktor eines Landes, um am globalen Markt der Volkswirtschaften bestehen zu können. Dabei gilt es, Rahmenbedingungen für ein unternehmerisches Ökosystem zu schaffen, in welchem sich Gründungspersonen entwickeln und ihr unternehmerisches Potenzial bestmöglich entfalten können. Angesichts der vorherrschenden Geschlechterdisparität bei den Unternehmensgründungen, scheint speziell bei den Frauen, ein grosses unternehmerisches Potenzial darauf zu warten, genutzt zu werden.

Die vorliegende Arbeit zeichnet in einem ersten Schritt mit Hilfe einer schriftlichen Befragung ein klares Bild der Gründerinnen in der Schweiz. Dabei konnten einige deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede präsentiert werden: Gründerinnen sind zwar stark im Vormarsch, machen aber immer noch erst knapp einen Drittel aller Gründungen in der Schweiz aus. Zudem sind die Start-ups der Gründerinnen deutlich kleiner, wachsen weniger schnell und sind auch weniger innovativ als jene ihrer männlichen Kollegen.

In einem zweiten Schritt wurde der weibliche Vorgründungsprozess betrachtet mit dem Ziel, durch konkrete Handlungsempfehlungen zur besseren Nutzung des weiblichen Gründungspotenzials beizutragen. Um die Einflussfaktoren im Vorgründungsprozess unter Berücksichtigung verschiedener Biografien und Lebenssituationen adäquat untersuchen zu können, wurde der qualitative Forschungsansatz gewählt. Dazu wurden zehn Frauen im Rahmen eines Interviews zu ihrem Vorgründungsprozess befragt und anschliessend eine inhaltlich strukturierte Inhaltsanalyse der Primärdaten vorgenommen.

Grundsätzlich lässt sich konstatieren, dass die Förderung des weiblichen Unternehmertums den Einbezug verschiedenster Akteurinnen und Akteure im unternehmerischen Ökosystem erfordert und Handlungspotenziale auf allen Stufen im Vorgründungsprozess erkennbar sind. Beispielsweise müssen Frauen gezielter auf die Selbständigkeit als mögliche Erwerbsform sensibilisiert werden. Dazu bedarf es mehr weiblicher Vorbilder und mehr medialer Aufmerksamkeit, um traditionelle Rollenbilder und geschlechterspezifische Stereotypen zu durchbrechen, damit eine natürliche Affinität sowohl zur Selbständigkeit als auch zu Berufen in gründungsintensiven Branchen entstehen kann.

Ferner müssen Frauen von der bis anhin überwiegend selbst getragenen Familienarbeit entlastet werden, um sich vermehrt auch ressourcenintensiven Gründungsvorhaben widmen zu können. Dies kann sowohl durch die Förderung von Kinderbetreuungsangeboten als auch durch den Einbezug des Partners erfolgen. Praxisnahe, duale Förder- oder Vorbereitungsprogramme können dazu beitragen, Hemmschwellen während des Vorgründungsprozesses abzubauen und ein realistisches Bild der Selbständigkeit zu vermitteln. Auch die Begleitung und Unterstützung durch Mentorinnen und Mentoren in der Vor- und Nachgründungsphase wurde als Potenzial identifiziert.

Nicht zuletzt liegt es bei den Gründerinnen selbst, ihr unternehmerisches Potenzial vollständig auszuschöpfen. Eine proaktive Netzwerkplanung, potenzielle Mitgründer/innen oder das Auslagern von Arbeiten können dabei helfen, Wissensdefizite oder Unsicherheiten zu überwinden und Auftragsschwankungen auszugleichen, wodurch Hemmschwellen für die Selbständigkeit abgebaut werden können.

Die Ergebnisse sollten allen Frauen Mut machen, die den Schritt in die Selbständigkeit erwägen. Denn die überwiegende Mehrheit der Befragten ist mit ihrer Selbständigkeit zufrieden. Sie schaffen es in der Regel, ihre persönlichen Ziele wie das Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit, Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung zu erreichen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	2
1.2	Zielsetzung und Aufbau	3
2	Modelle und Begriffserläuterungen der Gründungsforschung	4
2.1	Unternehmung	4
2.2	Gründung einer Unternehmung	5
2.2.1	Gründungsformen	5
2.2.2	Unternehmensgründung als Prozess	6
2.3	Entrepreneur, Entrepreneurship und female Entrepreneurship	8
3	Female Entrepreneurship	11
3.1	Stand der Forschung und Einbettung in die Forschungslandschaft	11
3.2	Performance und Charakteristika von Frauenbetrieben und Gründerinnen	12
3.3	Determinanten geringer weiblicher Gründungsaktivität	13
3.3.1	Gründungsneigung und Gründungsmotiv	13
3.3.2	Erkennen und entwickeln von unternehmerischen Gelegenheiten	16
3.3.3	Humanes und soziales Kapital	17
3.3.4	Persönlichkeitseigenschaften und Selbsteinschätzung	19
3.3.5	Familiäre Einflussfaktoren	20
3.3.6	Finanzielles Kapital und Rechtsform	22
3.3.7	Mehrfachgründungen	23
4	Die neuen Selbständigen	25
4.1	Forschungsfragen und Aufbau	25
4.2	Methodik	26
4.2.1	Fragebogen	26
4.2.2	Pre-Test	26
4.2.3	Schriftliche Erhebung – Rücklauf	26
4.2.4	Statistische Auswertung	28
4.3	Ergebnisse – wer sind die Gründerinnen in der Schweiz?	28
4.3.1	Die Gründerinnen – demografische Daten	28
4.3.2	Die Gründerinnen – Wissen und Erfahrungen	29
4.3.3	Die Gründerinnen – Motive	33
4.3.4	Die neuen Unternehmen – Wege	34
4.3.5	Die neuen Unternehmen – Unterstützung und Vorbereitung	35
4.3.6	Die neuen Unternehmen – Arbeitszeit, Angestellte, Kapital	37
4.3.7	Die neuen Unternehmen – Schwierigkeiten und Lösungsansätze	40
4.3.8	Die neuen Unternehmen – Innovationen	41
4.3.9	Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit	42
4.3.10	Entwicklungsperspektiven	46
4.4	Ergebnisse	48
4.5	Empfehlungen	50
5	Vorgründungsprozess	52
5.1	Zielsetzung und Forschungsfragen	52

5.2	Vorgehen und Aufbau der Arbeit	53
5.3	Theoretischer Bezugsrahmen.....	53
	5.3.1 Vorgründungsprozess	55
	5.3.2 Vorgründungsprozess als theoretischer Bezugsrahmen.....	56
5.4	Forschungsmethodik und Vorgehensweise.....	59
	5.4.1 Sampling und Feldzugang.....	60
	5.4.2 Interviewleitfaden und Datenerhebung.....	62
	5.4.3 Datenauswertung und qualitative Inhaltsanalyse.....	64
	5.4.4 Methodische Limitationen	65
5.5	Ergebnisse und Diskussion	66
	5.5.1 Gründungsneigung.....	66
	5.5.2 Gründungsidee.....	73
	5.5.3 Gründungsfähigkeit	76
	5.5.4 Gründungsengagement	86
	5.5.5 Gründung	91
5.6	Fazit und Ausblick.....	100
	5.6.1 Beantwortung der Forschungsfragen	100
	5.6.2 Handlungsempfehlungen	107
	5.6.3 Empfehlungen an Gründerinnen	107
	5.6.4 Empfehlungen an Frauen und potenzielle Gründerinnen	107
	5.6.5 Empfehlungen an Hochschulen und staatliche Institutionen	109
	5.6.6 Empfehlungen an Gesellschaft und Politik.....	110
	5.6.7 Reflexion und Ausblick	111
6	Literaturverzeichnis.....	114
7	Anhang.....	122
7.1	Begleitschreiben.....	122
7.2	Kurzfragebogen Vorgespräch	123
7.3	Interviewleitfaden	124
	7.3.1 Beispiel Gründerin.....	124
	7.3.2 Beispiel werdende Gründerin	127
	7.3.3 Beispiel abgebrochene Gründungsvorhaben.....	129
7.4	Kategorien-Leitfaden	131
7.5	Transkripte	135
7.6	Fragebogen «neue Selbständige».....	136

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil selbständig Erwerbende in der Schweiz.....	2
Abbildung 2: Dimensionen und Formen der Unternehmensgründung	5
Abbildung 3: Idealtypischer Unternehmenslebenszyklus	8
Abbildung 4: Geschlechterstruktur 1999, 2009 und 2020.....	28
Abbildung 5: Altersstruktur der Gründer*innen nach Geschlecht	29
Abbildung 6: Anzahl Kinder der Gründer*innen nach Geschlecht.....	29
Abbildung 7: Ausbildungsstand der Gründer*innen nach Geschlecht.....	30
Abbildung 8: Managementausbildungen der Gründer*innen 2020	31
Abbildung 9: Funktionsstufe der Gründer*innen vor der Gründung nach Geschlecht.....	31
Abbildung 10: Tätigkeit vor der Selbständigkeit 1999, 2009 und 2020	32
Abbildung 11: Wissen über die Selbständigkeit vor der Gründung nach Geschlecht.....	32
Abbildung 12: Motive mit der Nennung «sehr wichtig» in % nach Geschlecht	34
Abbildung 13: Weg in die Selbständigkeit 2020.....	34
Abbildung 14: Unterstützung durch Anspruchsgruppen: Familie/Partner*in.....	35
Abbildung 15: Unterstützung durch Anspruchsgruppen: Bekannte / Verwandte	35
Abbildung 16: Mit welchen Themen sich Gründer*innen in der Vorbereitung beschäftigen.....	36
Abbildung 17: Aufteilung der Kundengruppen in % 1999, 2009 und 2020	37
Abbildung 18: Räumliche Ausdehnung des Marktes 2020	37
Abbildung 19: Anzahl Angestellte bei der Gründung.....	38
Abbildung 20: Anzahl Angestellte heute	39
Abbildung 21: Eingesetztes Kapital bei der Gründung.....	39
Abbildung 22: Eingesetztes Kapital heute	40
Abbildung 23: Auftretende Schwierigkeiten: Preisfest und -durchsetzung	40
Abbildung 24: Auftretende Schwierigkeiten: Buchhaltung und Rechnungswesen.....	41
Abbildung 25: Lösung der Schwierigkeiten nach Geschlecht.....	41
Abbildung 26: Innovationen der neuen Unternehmen nach Geschlecht	42
Abbildung 27: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Umsatz	42
Abbildung 28: Erfolg der Selbständigkeit: Finanzielle Situation (Gewinn)	43
Abbildung 29: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Anzahl Mitarbeiter	43
Abbildung 30: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Persönliche Zufriedenheit	43
Abbildung 31: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Zukunftsaussichten	43
Abbildung 32: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Innovationsfähigkeit	44
Abbildung 33: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Insgesamt	44
Abbildung 34: Aufgabe der Selbständigkeit bei attraktivem Angebot aus der Wirtschaft	44

Abbildung 35: Vergleich des Salärs durch die Selbständigkeit mit dem Salär in einem ähnlichen Angestelltenverhältnis nach Geschlecht	45
Abbildung 36: Einschätzung der Chancen auf dem Arbeitsmarkt 1999, 2009 und 2020	45
Abbildung 37: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens: Anzahl Angestellte	46
Abbildung 38: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens: Anzahl Geschäftspartner	46
Abbildung 39: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens: Anzahl externer Partner	46
Abbildung 40: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens: Umsatz	47
Abbildung 41: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens: Gewinn	47
Abbildung 42: Erwartung von Innovationen in den nächsten zwei Jahren, nach Geschlecht	47
Abbildung 43: Gründungstrichter	55
Abbildung 44: Vorgründungsprozess als theoretischer Bezugsrahmen	57
Abbildung 45: Idealtypisches Modell Einflussfaktoren Gründungsneigung	72
Abbildung 46: Idealtypisches Modell Einflussfaktoren Gründungsidee	76
Abbildung 47: Idealtypisches Modell Einflussfaktoren Gründungsfähigkeit	85
Abbildung 48: Theoretischer Bezugsrahmen mit Einflussfaktoren	106

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Berufserfahrung der Gründer*innen nach Geschlecht	30
Tabelle 2: Arbeitszeit pro Woche in Stunden der Gründer*innen nach Geschlecht	38
Tabelle 3: Kurzbeschreibung der Stichprobe	61

1 Einleitung

Neue Unternehmen schaffen neue Arbeitsplätze und führen damit zu positiven volkswirtschaftlichen Multiplikatoren. Zudem beschleunigen sie den Strukturwandel und gelten als volkswirtschaftliche Treiber für Innovation und technologischen Fortschritt, was sich an den erhöhten Gründungsaktivitäten, in den Wachstums- und Technologiebranchen erkennen lässt (Danko, 2018; Meyer, 2005, S. 197-198; Meyer & Sidler, 2010, S. 11). Gerade in sich schnell verändernden Zeiten, wie sie gegenwärtig durch die Digitalisierung oder die Corona Pandemie hervorgerufen werden, sind Unternehmensgründungen ein entscheidender Faktor eines Landes, um am globalen Wettbewerb der Volkswirtschaften bestehen zu können. Unterstützungen und Förderprogramme für Startups und neue Unternehmen zählen dabei zu effektiven volkswirtschaftlichen Investitionen. Volkswirtschaften und staatliche Institutionen tun im Sinne der wirtschaftlichen Standortförderung daher gut daran, unternehmerisches Potenzial zu fördern und Rahmenbedingungen zu schaffen, damit sich die wirtschaftlichen Heldinnen und Helden bestmöglich entwickeln können.

Gemäss dem Global Entrepreneurship Report (GEM) sind in der Schweiz die Frauen nur für rund einen Drittel der Gründungsaktivität verantwortlich (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 35). Daraus lässt sich ableiten, dass vor allem bei der weiblichen Bevölkerung ein grosses unternehmerisches Potenzial ungenutzt brach liegt und gezielte Investitionen und Massnahmen für das weibliche Unternehmertum einen besonders grossen volkswirtschaftlichen Nutzen zur Folge hätte (Allen, Elam, Langowitz, & Dean, 2008, S. 6). Neben den ökonomischen Vorzügen ist eine Reduktion der Geschlechterdisparität bei den selbständig erwerbenden Personen auch in gesellschaftspolitischer Hinsicht anzustreben. Dabei ist die gesellschaftliche Gleichberechtigung von Mann und Frau seit 1981 in der schweizerischen Verfassung gesetzlich verankert und soll für die Gleichstellung in den Bereichen Familie, Ausbildung und Arbeit sorgen (Bundesamt für Statistik, 2013, S. 4). Dennoch scheinen Frauen vor allem in ihren beruflichen Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten stärker eingeschränkt zu sein als Männer, was sich sowohl an der geringeren Präsenz von Frauen in Führungs- und Managementpositionen als auch beim Zugang zur beruflichen Selbständigkeit manifestiert (Leicht & Welter, 2004, S. 6). In Anbetracht der Geschlechterkluft bei den Unternehmensgründungen besteht daher sowohl in wirtschaftlicher als auch in gesellschaftlicher Hinsicht Nachholbedarf für die Schweiz.

1.1 Problemstellung

In der Schweiz gab es im Jahr 2018 gemäss Erhebungen vom Bundesamt für Statistik 556'574 aktive Unternehmen, wovon 39'608 Unternehmen in diesem Jahr «ex nihilo» gegründet¹ wurden (Bundesamt für Statistik, 2020b, S. 2). Nach wie vor gründen jedoch weniger Frauen als Männer ein Unternehmen. Für das Jahr 2018 betrug der Anteil der von Frauen gegründeten Unternehmungen rund 35% (Bundesamt für Statistik, 2020c). Die Zahlen korrespondieren mit der geschlechterspezifischen Gründungsaktivität, welche vom GEM-Report für die Schweiz mit einer TEA-Rate² von 1.69 zu 1 ausgewiesen wird, was einem prozentualen Anteil von rund 37 Prozent entspricht. Im internationalen Vergleich belegt die Schweiz damit den 38. Platz von 50 untersuchten Ländern (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 35). Dabei ist festzuhalten, dass die Geschlechterkluft in europäischen Ländern grundsätzlich höher ist als in Entwicklungsländern (Elam, et al., 2019, S. 19-20; Geissler, 2013, S. 32). In der zeitlichen Entwicklung weisen verschiedene Studien für Deutschland eine überproportionale Zunahme der weiblichen Selbständigen in der längerfristigen Betrachtung aus. In den 1990er-Jahren war gar von einem "Gründerinnenboom" die Rede (Leicht & Lauxen-Ulbrich, 2004, S. 52; Pahnke, May-Strobl, & Schneck, 2014, S. 65-67). Jedoch scheint diese Entwicklung in den letzten Jahren ins Stocken geraten zu sein, was sich an der stagnierenden Entwicklung des Frauenanteils unter den Selbständigen in der Schweiz ablesen lässt, welcher von 1996 bis 2018 nur noch um rund drei Prozent zunahm und für das Jahr 2018 bei 35.1 Prozent lag (Bundesamt für Statistik, 2020c).

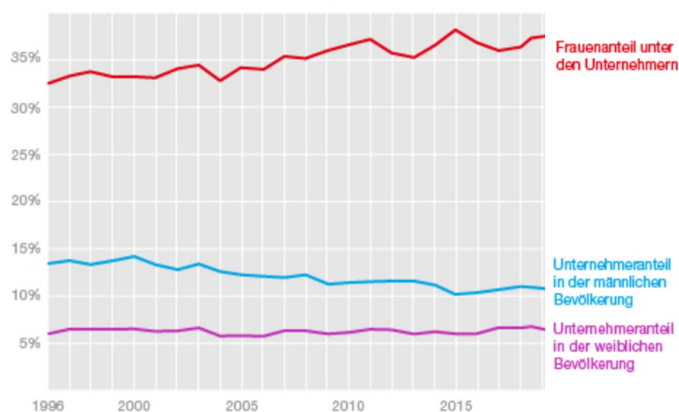


Abbildung 1: Anteil selbständig Erwerbende in der Schweiz (Bundesamt für Statistik, 2020c)

Obwohl das Potenzial des weiblichen Unternehmertums erkannt wurde und die Thematik in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat, ist die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Unternehmensgründungen in geschlechterspezifischer Hinsicht noch vergleichsweise jung und unerforscht (Leicht &

¹ Eine Neugründung liegt gemäss BFS vor, wenn eine neue Kombination von Produktionsfaktoren geschaffen wird und kein anderes Unternehmen daran beteiligt ist. Aus Fusionen, Übernahmen, Spaltungen oder Restrukturierungen hervorgegangene Unternehmen werden somit nicht berücksichtigt (Bundesamt für Statistik, 2020b, S. 3).

² Die TEA-Rate im GEM-Report beschreibt den prozentualen Anteil der erwachsenen Bevölkerung zwischen 18 und 64 Jahren, die dabei sind, ein Unternehmen zu gründen oder ein neues Unternehmen zu leiten, das weniger als 42 Monate alt ist (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 68).

Welter, 2004, S. 6-7). Dabei konzentrieren sich bisherige Forschungsarbeiten vorwiegend auf das Feststellen geschlechterspezifischer Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern und deren Unternehmungen in Form von quantitativen und statistischen Kenngrößen (Ettl, 2010, S. 3-4; Henry & Foss, 2016, S. 224-225). Möchte man jedoch das Phänomen geringer weiblicher Gründungsquoten genauer erforschen, muss auch die Phase vor der formellen Gründung genauer untersucht werden. Für den deutschsprachigen Raum und vor allem für die Schweiz gibt es jedoch nur sehr wenige Studien, welche sich explizit dem Vorgründungsprozess³ von Frauen widmen (Umbach-Daniel, 2014, S. 12). Angesichts der Komplexität werden vermehrt Studien gefordert, die den Vorgründungsprozess von Frauen in seiner Gesamtheit betrachten und unter Einbezug individueller und kontextueller Einflussfaktoren untersuchen, damit die Frage nach Handlungspotenzialen adäquat beantwortet werden kann (Ettl, 2010, S. 3-7; Henry & Foss, 2016; Paoloni & Serafini, 2018).

1.2 Zielsetzung und Aufbau

Das Institut für Unternehmensführung beschäftigt sich schon länger mit dem Thema Female Entrepreneurship. Unter anderem wurde 2020 das Future.Preneurship-Programm untersucht, um festzustellen, wieso Frauen weniger gründen als Männer (Meyer & Zahno, 2020).

Für den vorliegenden Forschungsbericht wurden zwei Arbeiten zusammengenommen. Zum einen wurden die Daten der Umfrage zu den neuen Selbständigen auf Unterschiede zwischen den Geschlechtern hin untersucht. Diese Ergebnisse werden in Kapitel 4 präsentiert. Zum anderen wurde durch das Institut eine Master-Arbeit zum Thema Vorgründungsprozess bei Frauen betreut, welche mit erkenntnisreichen Ergebnissen abgeschlossen wurde und wir hiermit ebenfalls im Kapitel 5 veröffentlichen. Beide Arbeiten enden mit Empfehlungen an die verschiedenen Player im Ökosystem.

Zu Beginn wird eine allgemeine Einleitung ins Thema Unternehmertum (Kapital 2) und Female Entrepreneurship (Kapital 3) gegeben, welche als Basis für beide Forschungsarbeiten dient.

³ Beschreibt den Vorgang der unternehmerischen Aktivität vor der formellen Gründung. Vgl. Definition Kapitel 2.2.2

2 Modelle und Begriffserläuterungen der Gründungsforschung

Exakte Begriffsdefinitionen sind die Grundlage für den wissenschaftlichen Erkenntnisprozess und für ein einheitliches Begriffsverständnis unerlässlich (Töpfer, 2010, S. 5). Dies scheint besonders in der Gründungsforschung von grosser Wichtigkeit zu sein, da es nach wie vor keine Übereinstimmung über die Verwendung der Begrifflichkeiten in diesem Gebiet gibt (Gladbach, 2015, S. 11; Ziegerer, 1993, S. 6). Aus diesem Grund gibt das folgende Kapitel einen groben Überblick über die Diskussion der relevanten Begrifflichkeiten und definiert deren Verwendung für den vorliegenden Forschungsbericht.

2.1 Unternehmung

Setzt man sich mit dem Thema der Unternehmensgründung auseinander, muss als Grundlage der Begriff der Unternehmung⁴ definiert werden. Der Begriff der Unternehmung findet sowohl in der Umgangssprache als auch in den Wirtschaftswissenschaften häufige Verwendung und bietet im täglichen Gebrauch kaum Potenzial für Missverständnisse (Meyer, 2005, S. 20). Dennoch erfordert die Wichtigkeit des Begriffes für diesen Bericht eine exakte Definition.

Im allgemeinen Verständnis wird mit einer Unternehmung meistens ein System in Verbindung gebracht, welches für Dritte Güter produziert oder Dienstleistungen erbringt (Meyer & Sidler, 2010, S. 15). Ähnlich wird der Begriff von Ulrich (1970)⁵ erklärt, welcher eine Unternehmung als wirtschaftlich eigenständiges und soziales System beschreibt, das produktive Aufgaben ausführt. Im Wirtschaftslexikon von Gabler werden juristische und finanzielle Aspekte in die Definition miteinbezogen und eine Unternehmung als wirtschaftliches und rechtliches Gebilde definiert, welches auf die nachhaltige, Ertrag bringende Leistung abzielt. Dabei handelt eine Unternehmung nach dem Prinzip der Gewinnmaximierung oder nach dem Angemessenheitsprinzip der Gewinnerzielung, welche sich nach der Verzinsung des Kapitals richtet (Berwanger, Wichert, & Haric, 2020). Gutenberg (1983, S. 511-512) bezeichnet ein Unternehmen als autonomes System von Produktionsfaktoren, welches auf den Prinzipien der Wirtschaftlichkeit, des finanziellen Gleichgewichtes und der erwerbswirtschaftlichen Tätigkeit beruht.

Für die beiden Forschungsberichte in dieser Veröffentlichung kann die nachfolgende, allgemein formulierte Definition für den Begriff der Unternehmung verwendet werden:

Eine Unternehmung ist ein unabhängiges und rechtliches System, welches Güter oder Dienstleistungen für Dritte erbringt und nach wirtschaftlichen Prinzipien handelt.

⁴ Im vorliegenden Bericht werden die Begriffe Unternehmung, Unternehmen und Firma synonym verwendet.

⁵ Zitiert nach (Hering, Vencenti, & Gerbaulet, 2018, S. 4).

2.2 Gründung einer Unternehmung

Auch im Zusammenhang mit der Gründung einer Unternehmung gibt es viele verschiedene Begrifflichkeiten, welche in der Literatur unterschiedliche Verwendung finden. Die wichtigsten werden im Folgenden kurz erläutert und definiert.

2.2.1 Gründungsformen

Bei den Unternehmensgründungen muss zwischen verschiedenen Formen der Gründung unterschieden werden. Dabei sind im Grundsatz die Dimensionen Systemgestaltung und Abhängigkeit zu unterscheiden. Die Systemgestaltung gibt an, ob es sich um eine Aufbaugründung⁶ oder um eine Übernahmegründung⁷ handelt. Bei letzterer werden bereits bestehende Unternehmensstrukturen z.B. durch einen Kauf übernommen. Bei der Aufbaugründung hingegen erfolgt der Aufbau "ex-nihilo" d.h. ohne die Übernahme von bereits bestehenden Unternehmensstrukturen. Auf der anderen Seite ist der Grad der Abhängigkeit zu differenzieren, welcher je nach Ausprägung seiner Pole eine komplette rechtliche Unabhängigkeit resp. komplette rechtliche Abhängigkeit zu anderen Unternehmungen aufweist (Hering, Vencenti, & Gerbaulet, 2018, S. 7-9; Szyperski & Nathusius, 1999, S. 26-30). Daraus resultieren vier verschiedene Basiskombinationen der Gründungsformen, welche in der folgenden Abbildung 2 in einer Vierfeldmatrix visualisiert werden.

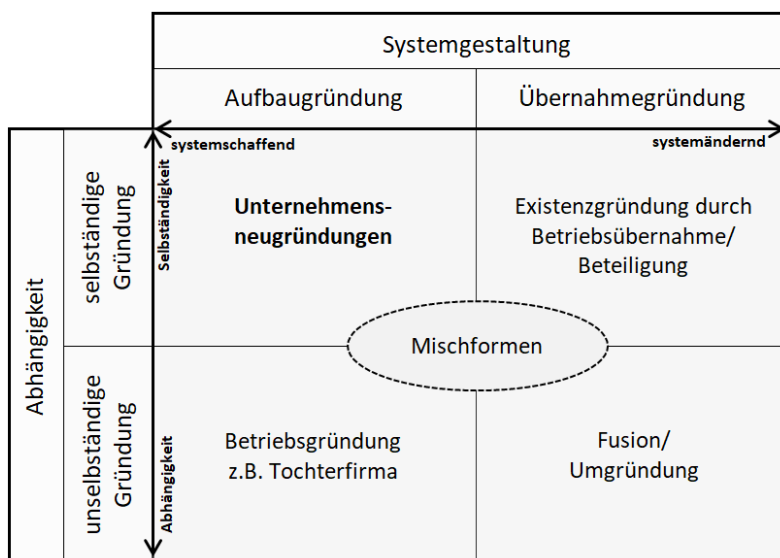


Abbildung 2: Dimensionen und Formen der Unternehmensgründung (eigene Darstellung angelehnt an - Hering, Vencenti, & Gerbaulet, 2018, S. 9; Szyperski & Nathusius, 1999, S. 27)

⁶ Wird auch als originäre Gründung bezeichnet.

⁷ Wird auch als derivative Gründung bezeichnet.

Dabei sind es die selbständigen Aufbaugründungen, die sogenannten Unternehmensneugründungen, welche primär für neue Arbeitsplätze, Innovationen und für den volkswirtschaftlichen Nutzen verantwortlich sind. Der Fokus dieses Forschungsberichts richtet sich somit auf Unternehmensneugründungen.

Bei Unternehmensgründungen⁸ handelt es sich um neu geschaffene und unabhängige Systeme. Fusionen, Übernahmen, Spaltungen oder Restrukturierungen werden daher nicht berücksichtigt.

Im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen ist immer wieder von Startups die Rede. Startups sind als Teilmenge der Unternehmensneugründungen zu verstehen. Für diesen Bericht wird die Definition des Female Founders Monitor verwendet, nach welcher Hirschfeld, Gilde, & Wöss (2020, S. 8) Unternehmen als Startups bezeichnen, die jünger als 10 Jahre sind, über ein signifikantes Mitarbeiter*innen- und/oder Umsatzwachstum verfügen und mit innovativen Technologien oder Geschäftsmodellen am Markt tätig sind. Dies ist eine eher breit gefasste Definition von Startups. Vielfach werden mit Startups auch internationale Absatzmärkte und Risikokapitalgeber in Verbindung gebracht, worauf hier verzichtet wird. Die Unterscheidung von Unternehmensgründungen zu Startups ist für die vorliegende Forschungsarbeit insofern wichtig, als dass Frauen bei Startup-Gründungen besonders stark untervertreten sind (Hirschfeld, Gilde, & Wöss, 2020, S. 6).

Startups sind als Teilmenge der Unternehmensgründungen zu verstehen und beziehen sich auf diejenigen Unternehmensgründungen, die jünger als 10 Jahre sind, ein signifikantes Wachstum anstreben und mit technologischen Innovationen am Markt tätig sind.

2.2.2 Unternehmensgründung als Prozess

Unter der Unternehmungsgründung resp. der Existenzgründung⁹ wird im Allgemeinen die Entstehung einer neuen Unternehmung verstanden (Meyer, 2005, S. 21). Wie im Kapitel 2.2.1 dargelegt, geht es in diesem Bericht um selbständige Aufbaugründungen, hinter welchen normalerweise Gründungspersonen stehen, welche sich bereits vor der formellen Gründung gedanklich mit der Unternehmung auseinandergesetzt, verschiedene Handlungen getätigt und diverse Entscheidungen getroffen haben. Dies wirft die Frage auf, wann genau die Unternehmensgründung beginnt und wann sie endet. Die Zeitspanne der Unternehmensgründung wird in der Literatur jedoch sehr unterschiedlich ausgelegt. In einer herkömmlichen, sehr engen, formaljuristischen Betrachtungsweise, beschränkt sich die Unternehmensgründung auf den Zeitpunkt des formellen Gründungsaktes. Dieser beinhaltet im Wesentlichen die Wahl der Rechtsform, die Erfüllung von formalen Anforderungen sowie die Bereitstellung von Kapital, welches von der jeweiligen Rechtsform abhängig ist (Hering, Vencenti,

⁸ Im weiteren Verlauf der Arbeit werden Unternehmensneugründungen als Unternehmensgründungen bezeichnet.

⁹ Die Begriffe Unternehmensgründung und Existenzgründung werden in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet.

& Gerbault, 2018, S. 4; Meyer, 2005, S. 21). Da sich der vorliegende Bericht mit selbständigen Aufbaugründungen befasst, welchen in der Regel eine umfangreiche gedankliche Auseinandersetzung sowie verschiedene Handlungen und Entscheidungen vorausgehen, wäre diese Definition zu eng gefasst. Szyperski & Nathusius (1999, S. 23-25) beschreiben die Unternehmensgründung nicht als Einzelereignis, sondern als prozessualen und kreativen Vorgang, bei dem gegenüber der Umwelt ein neues, abgrenzbares und eigenständiges System gebildet wird. Dieser Ansatz, der die Unternehmensgründung nicht auf den Zeitpunkt der formellen Gründung reduziert, sondern als Prozess über einen längeren Zeitraum beschreibt, lässt die Unternehmensgründung selbst in einen mehrstufigen Vorgang unterteilen und entsprechend analysieren. In verschiedenen Forschungsarbeiten¹⁰ wird dabei die Unternehmensgründung über den Zeitraum von der Gründungsidee bis zur Etablierung des Unternehmens am Markt definiert. Baron (2012, S. 12) beispielsweise unterteilt den Gründungsprozess in die Phasen Pre-Launch, Launch und Post-Launch.

Wie in der Einleitung dargelegt, nimmt der vorliegende Bericht den statistisch erfassten Geschlechterunterschied bei den Unternehmensgründungen als Anlass, einerseits eine statistische Auswertung der Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern vorzunehmen und andererseits den Vorgründungsprozess aus weiblicher Perspektive genauer zu untersuchen. Um sich am Wording der bestehenden Literatur zu orientieren und Verwechslungen vorzubeugen, wird der Zeitraum vor dem formellen Gründungsakt, welcher für Kapitel 5 im Zentrum der Untersuchung steht, als Vorgründungsprozess bezeichnet. Zum besseren Verständnis werden die Begrifflichkeiten in der folgenden Abbildung 3, welche einen theoretischen und idealtypischen Unternehmenslebenszyklus zeigt, zeitlich eingeordnet und bildlich dargestellt. Ohne vorgreifen zu wollen¹¹, beginnt für diesen Bericht der Vorgründungsprozess bereits vor der Gründungsidee mit der Entstehung einer Gründungsneigung.

Die Unternehmensgründung ist im vorliegenden Bericht als Prozess zu verstehen, dem verschiedene Gedanken, Handlungen und Entscheidungen zu Grunde liegen. Der Vorgründungsprozess beginnt bei der Entstehung der Gründungsneigung und endet bei der formellen Gründung.

¹⁰ Vgl. (Baron, 2012, S. 19; Hering, Vencenti, & Gerbault, 2018, S. 4; Meyer & Sidler, 2010, S. 15-16).

¹¹ Weitere Ausführungen vgl. Kapitel 5.3.

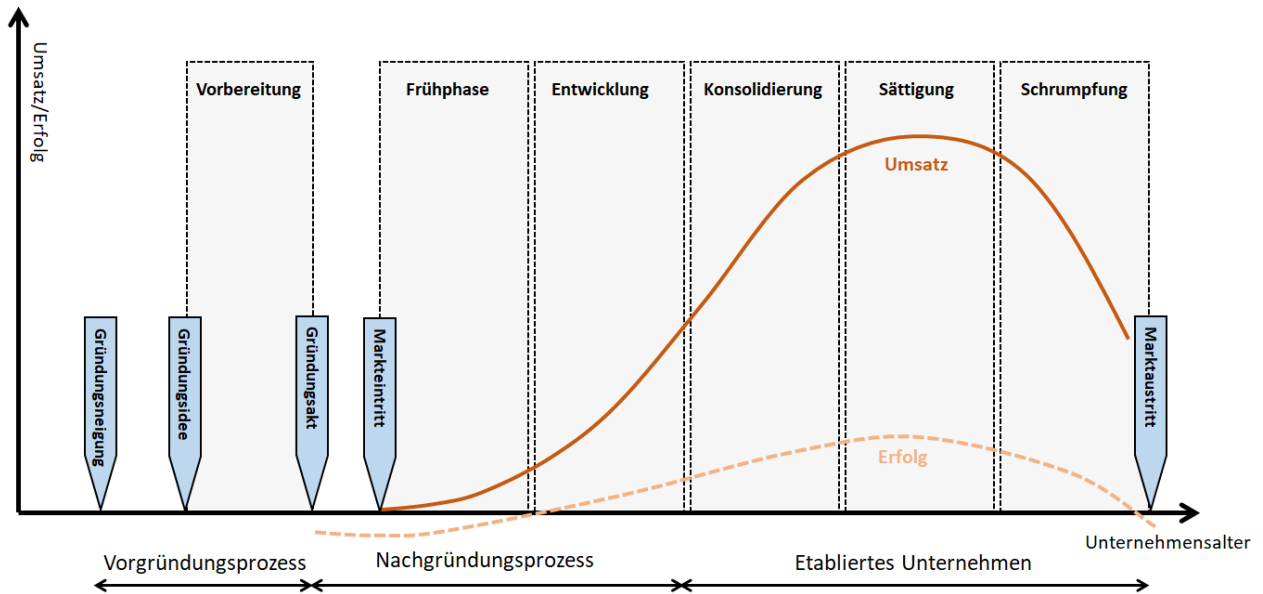


Abbildung 3: Idealtypischer Unternehmenslebenszyklus (eigene Darstellung angelehnt an - Hering, Vencenti, & Gerbaulet, 2018, S. 15; Meyer & Sidler, 2010, S. 16; Winiströfer, 2017)

2.3 Entrepreneur, Entrepreneurship und female Entrepreneurship

Im Zusammenhang mit den Begriffen Entrepreneur¹² und Entrepreneurship gibt es in der Forschung eine Vielzahl an verschiedenen Begriffsdefinitionen (Haid, 2004). Der Begriff Entrepreneur leitet sich vom französischen "entreprendre" ab, was mit "(etwas) unternehmen" ins Deutsche übersetzt werden kann (Gladbach, 2015, S. 12). Der Begriff Entrepreneur wurde erstmals im 18. Jahrhundert von Richard Cantillon verwendet, der damit eine Person beschrieb, welche die Bereitschaft mitbringt, ökonomische Risiken einzugehen, um nach Profit zu streben (Cantillon, 1931)¹³. Im Laufe der Zeit wurde der Begriff von verschiedenen Autoren ergänzt, resp. neu definiert. Im 19. Jahrhundert machte Say (1821)¹³ erstmalig die Unterscheidung zwischen dem Unternehmer und dem Kapitalgeber. Er bezeichnete zudem ein Entrepreneur als eine Person, welche wirtschaftliche Ressourcen dort einsetzt, wo die höchste Produktivität resultiert. Im 20. Jahrhundert rückte Josef Schumpeter (1934)¹³ die Wichtigkeit der ökonomischen Innovation ins Zentrum in dem er einen Entrepreneur als jemanden bezeichnete, welcher Innovationen erkennt und Dinge auf eine neue Art und Weise macht. Frank Knight (1961)¹³ gab zudem zu bedenken, dass ein Unternehmer in ungewissen und unsicheren Situationen über eine unternehmerische Wahrnehmungsfähigkeit als Voraussetzung für den Erfolg verfügen muss. Israel Kirzner (1973)¹³ attestierte dem Entrepreneur durch das Erkennen von unternehmerischen Gelegenheiten und Marktchancen eine marktregulatorische Funktion und machte somit auch auf die volkswirtschaftliche Bedeutung von Entrepreneuren aufmerksam. Eine aktuelle Definition umfasst einen Grossteil der oben beschriebenen Definitionen und beschreibt einen Entrepreneur wie folgt:

¹² Der Begriff Entrepreneur wird in der vorliegenden Arbeit als generisches Maskulinum verwendet und umfasst alle Geschlechter

¹³ Zitiert nach (Gladbach, 2015, S. 13).

"Ein Individuum, das innovative Produkte oder Produktionsmethoden am Markt durchsetzt, neue wirtschaftliche Strukturen etabliert und bestehende, weniger innovative Unternehmen aus dem Markt drängt, jedoch nicht zwangsläufig Inhaber oder Inhaberin eines Unternehmens sein muss. Entrepreneurere verfolgen ihre Projekte mit Konsequenz und sind in der Lage, die notwendigen Ressourcen zur Umsetzung ihrer Ideen zu akquirieren. Unternehmerinnen und Unternehmer glauben, dass sie ihr Leben kontrollieren können, und sind in der Lage, Risiken einzugehen" (Fueglistaler, Fust, Müller, Müller, & Zellweger, 2019).

Die verschiedenen Definitionen geben einen guten Überblick und schärfen das Verständnis für die Aufgaben eines Entrepreneurers. Da dieser Forschungsbericht alle Unternehmensgründungen gemäss der Definition im Kapitel 2.2.1 berücksichtigt, werden dementsprechend alle Gründungspersonen von Unternehmensgründungen als Entrepreneurere bezeichnet.

Unabhängig davon, ob die Gründungsvorhaben innovativ, hoch profitabel oder risikobehaftet sind, werden im vorliegenden Bericht alle Gründungspersonen von Unternehmensneugründungen¹⁴ als Entrepreneurere bezeichnet.

Daher wird in der Begriff Entrepreneur der Einfachheit halber mit einer Gründungsperson gleichgesetzt¹⁵. Analog zum Begriff Entrepreneur wurde auch der Begriff Entrepreneurship in der Vergangenheit divers diskutiert und definiert. Im Laufe der Zeit haben sich die drei Forschungsansätze "Functional-, Behavioral- und Traits-Approach" herauskristallisiert (Gladbach, 2015, S. 15). Der "Functional-Approach" beruht auf dem prozessualen Grundsatz, wonach das Erkennen und Wahrnehmen von unternehmerischen Gelegenheiten zur Kreation von zukünftigen Gütern und Dienstleistungen führt. Unternehmerische Gelegenheiten entstehen gemäss dem "Functional-Approach" durch ein ökonomisches Ungleichgewicht, wodurch dieser Ansatz mit einer volkswirtschaftlichen Konnotation behaftet ist. Konträr dazu rückt beim "Behavioral-Approach" das Verhalten der Entrepreneurere in den Mittelpunkt der Betrachtung. Demzufolge sind die Entrepreneurere mit ihrem Verhalten primär für die Entstehung neuer Unternehmungen verantwortlich. Der "Traits-Approach" hingegen hat nicht den Anspruch, Entrepreneurship als gesamtheitliche Forschungsdisziplin erklären zu wollen, sondern konzentriert sich auf die Identifikation und Charakterisierung von typischen und für den unternehmerischen Erfolg massgebende Persönlichkeitsmerkmalen (Gladbach, 2015, S. 16-18)¹⁶.

Als eigener Zweig der Entrepreneurship-Forschung kristallisierte sich die Female Entrepreneurship-Forschung heraus, welche sich mit den geschlechterspezifischen Unterschieden zwischen den Gründungspersonen sowie deren Unternehmungen befasst. Anlass zu der geschlechterspezifischen Forschung bildet die geringere Anzahl

¹⁴ Vgl. Definition Kapitel 2.2.1

¹⁵ Folglich werden auch die Begriffe Entrepreneurshipforschung und Gründungsforschung synonym verwendet.

¹⁶ Die Quellenangabe bezieht sich auf den gesamten Abschnitt.

der Unternehmungen, welche durch Frauen gegründet werden (Meyer & Sidler, 2010, S. 25). Das Forschungsgebiet ist vergleichsweise jung und entwickelte sich erst in den letzten Jahrzehnten zu einem eigenständigen Forschungszweig (Leicht & Welter, 2004).

3 Female Entrepreneurship

"Frauen gründen gründlicher und vorsichtiger" (Mütze, 2020, S. 49).

Frauen gründen nicht nur gründlicher und vorsichtiger, sondern wie in den vorgängigen Kapiteln dargelegt, auch seltener. Die Gründe dafür sind vielfältig und liegen nicht wie das Eingangszitat suggeriert allein im Verhalten der Frauen, sondern auch an kontextuellen Einflüssen, sei es aus dem Umfeld, der Kultur, der Gesellschaft oder der Lebenssituation, in welcher sich die Gründerin befindet. Nachdem im Kapitel 2 eine allgemeine und begriffsdefinierende Einführung in das Themengebiet der Gründungsforschung vollzogen wurde, folgt in den nächsten Kapiteln 3.1 bis 3.3 die Einbettung in die Forschungslandschaft sowie ein Überblick über den aktuellen Stand der weiblichen Gründungsforschung.

3.1 Stand der Forschung und Einbettung in die Forschungslandschaft

Lange Zeit wurde das Unternehmertum als ein rein männliches Gebiet wahrgenommen (Brush, 2008, S. 611). Das Forschungsgebiet Female Entrepreneurship dagegen ist noch vergleichsweise jung und entwickelte sich erst in den letzten Jahrzehnten zu einem eigenständigen Forschungsweig (Leicht & Welter, 2004). Trotzdem herrscht auch heute noch Nachholbedarf bei der Gründungsforschung in geschlechterspezifischer Hinsicht. Bislang beschränkte sich die Forschung vorwiegend auf den deskriptiven Vergleich und das Identifizieren von geschlechterspezifischen Unterschieden bei den Gründungspersonen und deren Unternehmungen. Der Grossteil der Studien beruht dabei auf einem quantitativen Ansatz und konzentriert sich auf einen kontextlosen Vergleich messbarer, statistischer Kenngrößen (Ettl, 2010, S. 3-7; Henry & Foss, 2016; Paoloni & Serafini, 2018). Vermehrt gibt es Stimmen, welche dieser Art der Forschung kritisch gegenüberstehen und im Begriff Female Entrepreneurship selbst ein Oxymoron sehen. Besonders beim "Behavioral-Approach" wird die Wichtigkeit der Gründerperson mit ihren individuellen Fähigkeiten und Eigenschaften als massgebender Erfolgsfaktor propagiert. Dies deckt sich mit den ökonomischen Grundprinzipien der Marktwirtschaft, wonach eine Vielzahl von Akteuren und Akteurinnen als Anbieter/innen und Konsument/innen auf den Märkten tätig sind. Dabei werden die Akteure und Akteurinnen in ihren Entscheidungen durch ihre individuellen Biographien, Eigenschaften und Bedürfnisse geprägt, wodurch ein durch Individuen geprägter, heterogener Markt entsteht. In der Female Entrepreneurshipforschung hingegen – so die Studien¹⁷ – bestehe die Tendenz, Unternehmerinnen nicht als biographisch geprägte Individuen, sondern als homogene Gruppe darzustellen. Dies widerspreche dem Begriff des Unternehmertums, dessen Erfolg, wie andere Studien berichten¹⁸, von den individuellen Eigenschaften der Gründerperson abhängig ist. Zudem wird die Frage in den Raum gestellt, ob es sich beim weiblichen Unternehmertum um eine biologische oder um eine soziale, gesellschaftlich konstruierte Variable

¹⁷ Vgl. (Ettl, 2010, S. 3-7; Henry & Foss, 2016; Paoloni & Serafini, 2018).

¹⁸ Vgl. (Szyperski & Nathusius, 1999; Stokes & Wilson, 2006).

handelt. Die Autorinnen und Autoren monieren, dass die grosse Mehrheit an quantitativen Studien der Komplexität der geschlechterspezifischen Gründungsforschung nicht gerecht werden. Folglich werden mehr qualitative Forschungsansätze gefordert, welche sich nicht nur auf den Vergleich statistischer Parameter beschränken, sondern die individuellen Lebenssituationen, gesellschaftliche, berufliche und private Rahmenbedingungen, personenbezogene Erfolgsabsichten und Gründungsmotive in die Betrachtung der Forschung integrieren¹⁹ (Ettl, 2010, S. 3-7; Henry & Foss, 2016; Paoloni & Serafini, 2018). Deshalb wurde für den vorliegenden Bericht ein quantitativer als auch ein qualitativer Ansatz gewählt.

3.2 Performance und Charakteristika von Frauenbetrieben und Gründerinnen

Wie im vorgängigen Kapitel 3.1 dargelegt, fokussiert sich eine Vielzahl von Studien auf den "Outcome" der Gründungsaktivitäten und befasst sich in deskriptiver und komparativer Weise mit den Unterschieden zwischen männlichen und weiblichen Gründungspersonen und deren Unternehmungen (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 12).

Selbständige Frauen arbeiten im Vergleich zu Männern häufiger alleine, d.h. ohne weitere Beschäftigte (Bergmann, Fuglistaler, & Benz, 2014, S. 4; Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 13; Meyer & Sidler, 2010, S. 53). In der Europäischen Union beschäftigen 23 Prozent der Unternehmerinnen im Jahr 2015 weitere Mitarbeitende, während 31 Prozent der Unternehmer Angestellte beschäftigen. Auch Teamgründungen sind bei Männern beliebter als bei Frauen (OECD, 2016, S. 6). Ein ähnliches Bild zeigt sich in Studien und Erhebungen für die Schweiz, wonach sich Frauen auf Betriebe mit begrenzter Grösse konzentrieren und vor allem bei Betrieben mit mehr als fünf Personen signifikant untervertreten sind (SECO, 2008, S. 19). Dieses Phänomen wird mit der Kinderbetreuung in Verbindung gebracht, wodurch viele Frauen mit einer Teilzeitselbständigkeit die Vereinbarkeit von Familie und Beruf anstreben und die Annahme naheliegt, dass Mitarbeitende eine höhere Präsenz im Unternehmen erfordern (Meyer & Sidler, 2010, S. 53). Angesichts der Tatsache, dass rund 60 Prozent der selbständigen Frauen mit Mitarbeitenden ihre Selbständigkeit in einem Vollzeitpensum ausführen (Bergmann, Fuglistaler, & Benz, 2014, S. 17) und der Gesamtanteil der selbständigen Frauen in Teilzeittätigkeit zwischen 60 und 70 Prozent ausgewiesen wird (Bergmann, Fuglistaler, & Benz, 2014, S. 4; SECO, 2008, S. 21), scheint diese Kausalität plausibel zu sein. Bei Männern liegt der Anteil an Teilzeitselbständigen nur bei gerade zwölf Prozent (SECO, 2008, S. 21). Meyer & Sidler (2010, S. 50-51) stellen zudem vier Jahre nach der Gründung eine Abnahme des Frauenanteils in der Vollzeitselbständigkeit gegenüber den Männern im Vergleich zum Gründungszeitpunkt fest. Auch hier kann ein familiär bedingter Einfluss vermutet werden. Einen

¹⁹ Der Autor teilt diese Kritik grösstenteils und probiert, mit der vorliegenden Forschung einen Beitrag zu leisten, die beschriebene Lücke zu schliessen und zu einem besseren Verständnis des weiblichen Vorgründungsprozesses beizutragen. Jedoch ist er der Ansicht, dass quantitative Studien genauso wichtige Erkenntnisse liefern können und sieht in den beiden Forschungsansätzen keinen Widerspruch, sondern vielmehr eine für den Forschungsfortschritt erforderliche Ergänzung.

Zusammenhang zwischen der familiären Situation, dem Pensum und der Anzahl Mitarbeitenden scheint aufgrund dieser Studien bei selbständigen Frauen naheliegender zu sein. Hervorzuheben ist hierbei, dass bei Unternehmungen ohne Mitarbeitende die selbständigen Frauen einen Anteil von 46 Prozent aufweisen und somit in diesem Bereich beinahe geschlechterspezifische Parität herrscht (Bergmann, Fuglistaler, & Benz, 2014, S. 8). Dies lässt jedoch auch den Umkehrschluss zu, dass die Untervertretung von Frauen bei Unternehmen mit Mitarbeitenden umso grösser ist. Folglich erstaunt es nicht, dass Frauen in der Regel nicht nur kleinere, sondern auch umsatzschwächere Unternehmen führen, welche ein geringeres Wachstum verzeichnen als jene der Männer (Brush, 2008, S. 619; Du Rietz & Henrekson, 2000, S. 9-10; Ziegerer, 1993, S. 171-176). Bezüglich Überlebenswahrscheinlichkeit der Unternehmen herrscht in der Literatur keine übereinstimmende Einigkeit; vor allem in älterer Literatur finden sich Hinweise, wonach von Frauen geführte Unternehmen ein höheres Risiko zum Scheitern aufweisen (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 14-15). In anderen Studien werden den von Frauen gegründeten Unternehmen eine höhere Überlebenswahrscheinlichkeit zugeschrieben (Meyer & Sidler, 2010, S. 67). Wiederum andere Studien weisen keine signifikanten Unterschiede bei geschlechterspezifischen Überlebensraten aus (Brush, 2008, S. 618; OECD, 2016, S. 9).

3.3 Determinanten geringer weiblicher Gründungsaktivität

Das vorgängige Kapitel 3.2 gab einen ersten Überblick über die Unterschiede der von frauen- und männergeführten Unternehmen. Möchte man jedoch der Frage nachgehen, warum weniger Unternehmungen von Frauen als von Männern gegründet werden, darf sich die Betrachtung nicht nur auf die Gründungspersonen und die Unternehmungen beschränken. Rund die Hälfte der Gründungsvorhaben wird vor der formellen Gründung abgebrochen. Dabei ist für Männer sowohl der Eintritt in den Vorgründungsprozess, als auch die Umsetzung des Gründungsvorhabens wahrscheinlicher als für Frauen (Ullrich, 2013, S. 1-2). Das folgende Kapitel widmet sich derjenigen Literatur, die sich mit den geschlechterspezifischen Unterschieden in der Vorgründungsphase auseinandersetzt und nach Determinanten für die geringere weibliche Gründungsaktivität sucht.

3.3.1 *Gründungsneigung und Gründungsmotiv*

Am Anfang eines jeden Gründungsvorhabens steht die Gründungsneigung. Über eine Gründungsneigung zu verfügen bedeutet, den Wunsch zu hegen oder es sich grundsätzlich vorstellen zu können, sich selbständig zu machen. Die Gründungsneigung stellt demnach den ersten unternehmerischen Impuls für weitere unternehmerische Aktivitäten dar. Entsprechend ist die Wahrscheinlichkeit ein Unternehmen zu gründen bei gründungsgeneigten Personen höher als bei der durchschnittlichen Bevölkerung (Engels, 2020, S. 87; Welter, 2004, S. 55-57). Die Gründungsneigung wurde in verschiedenen empirischen Studien im deutschsprachigen Raum sowohl bei Studierenden als auch bei der gesamten Bevölkerung geschlechterspezifisch untersucht. Die Defini-

tionen bewegen sich – je nach Studie – zwischen einem vagen Gründungswunsch und einer konkreten Gründungsabsicht. Trotz unterschiedlicher Definitionen und Grundgesamtheiten weisen alle Studien²⁰ übereinstimmend bei Männern eine höhere Gründungsneigung in vergleichbarer Ausprägung aus. Stellvertretend werden die Ergebnisse der umfangreichen und aktuellen Befragung von Sieger, Baldegger, & Fueglistaller (2019) von rund 10'000 Studierenden in der Schweiz erläutert. Rund vier Prozent der Männer und ein Prozent der Frauen geben an, eine Selbständigkeit direkt nach dem Studium in Betracht zu ziehen. Fünf Jahre nach dem Studium sehen sich 25 Prozent der Männer und 17 Prozent der Frauen in einer beruflichen Selbständigkeit. Die verhältnismässige Differenz zwischen den Geschlechtern reduziert sich demnach mit einem längeren Betrachtungshorizont. Dies lässt vermuten, dass Frauen für eine Unternehmensgründung mehr Erfahrung und Sicherheit benötigen und vorsichtiger agieren als Männer²¹. Diese These wird auch durch die Tatsache gestützt, dass zum Zeitpunkt der Befragung deutlich mehr Studenten unternehmerisch tätig waren oder sich im Gründungsprozess befanden als Studentinnen (Sieger, Baldegger, & Fueglistaller, 2019, S. 22). Engels (2020, S. 86-89) weist bei Schülern ein höheres Interesse an wirtschaftlichen Themen nach als bei Schülerinnen, wodurch sowohl die Gründungsneigung als auch die Gründungswahrscheinlichkeit erhöht wird. Andere Studien²² zeigen, dass die Gründungsneigung aber auch durch andere Determinanten hervorgerufen oder begünstigt werden kann, wie beispielsweise durch gesellschaftliche Rollenbilder, Geschlechterstereotypen oder die Kultur. Dabei stehen weibliche Stereotypen vorwiegend für soziale Kompetenz, Emotionalität, Einfühlungsvermögen, Harmoniebedürftigkeit, Zärtlichkeit und für wenig vorausschauendes Denken und sind somit inkongruent mit dem Unternehmertum zugeschriebenen Attributen der Risikobereitschaft, Zielorientierung, Führungsanspruch und Durchsetzungsvermögen (Fuchs, 2011, S. 173). Potenzielle Gründerinnen sind somit einem Zustand kognitiver Dissonanz ausgesetzt und sind gezwungen, sich als Ausnahme der gesellschaftlichen Norm anzusehen (Welter, Kolb, Ettl, & Achtenhagen, 2006, S. 6). Dabei sehen gründungsaffine Frauen in einer Befragung von Meyer & Zahno (2020, S. 21) den geschlechterspezifischen Entwicklungsbeginn der Stereotypen bereits weit vor der Gründung im Kindesalter bei der Erziehung oder in der Schulbildung, bei welchen Jungen in den typischen Gründungseigenschaften stärker gefördert und ermutigt werden als Mädchen. Das traditionelle Familienbild und die vorgelebten Rollenbilder, in welchem der Vater vielfach in der Rolle des geldverdienenden Familienernährers fungiert, während die Mutter für die Erziehung verantwortlich ist und primär gemeinschaftliche und unentgeltliche Arbeit verrichtet, reproduzieren und verstärken die vorhandenen Stereotypen (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 25-27). Dabei wirken sich elterliche Vorbilder und Geschlechterrollen besonders stark auf die Gründungsneigung aus. Ziegerer (1993, S. 219) konnte insbesondere bei Mädchen feststellen, dass durch das Vorbild einer selbständigen Mutter die Gründungswahrscheinlichkeit erhöht wird. Neben den

²⁰ Vgl. (Engels, 2020, S. 87; Frank, Korunka, & Leuger, 2002, S. 66; Gupta, Turban, Wasti, & Sikdar, 2009; Sieger, Baldegger, & Fueglistaller, 2019, S. 22-23; Welter, 2004, S. 57-58)

²¹ Vgl. Erläuterungen Kapitel 3.3.3.

²² Vgl. (Andres, Gross, Kelterborn, Kudernatsch, & Wessels, 2018; Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004; Welter, Kolb, Ettl, & Achtenhagen, 2006; OECD, 2016, S. 12).

Eltern können auch selbständige Personen im erweiterten familiären oder sozialen Umfeld einen positiven Einfluss auf unternehmerische Aktivitäten haben (Geissler, 2013, S. 200; Stokes & Wilson, 2006, S. 40). Dabei geben Frauen an, in ihrem persönlichen Umfeld tendenziell weniger Kontakt zu Personen zu haben, welche kürzlich ein Unternehmen gegründet haben (SECO, 2008, S. 37). Die typischen Rollen- und Geschlechterstereotypen werden zudem in den Berichterstattungen über Unternehmertum von den Medien reproduziert. Einerseits finden Geschichten weiblicher Selbständigkeit weniger mediale Beachtung, andererseits werden selbständige und erfolgreiche Frauen im Falle einer Berichterstattung als normative Abweichung der Weiblichkeit dargestellt, wodurch die assoziierte Voraussetzung von männlichen Attributen für den Erfolg einer Unternehmerin verstärkt wird (Meyer N. , 2018, S. 158; Welter, Kolb, Ettl, & Achtenhagen, 2006, S. 39-41). Entsprechend wirken sich traditionelle Geschlechterstereotypen und die geringe Anzahl an erfolgreichen Unternehmerinnen, welche als Vorbild fungieren und zur Ermutigung von potenziellen Gründerinnen beitragen könnten, hemmend auf die Entwicklung der Gründungsneigung von Frauen aus (OECD, 2016, S. 12).

Neben den unterschiedlich ausgeprägten Gründungsneigungen verfolgen Frauen auch andere Motive für eine Unternehmensgründung als Männer. Unter dem Motiv wird ein Beweggrund einer Person verstanden, welcher die Voraussetzung für eine bestimmte Handlung ist (Ettl, 2010, S. 67). In diesem Zusammenhang wird oft von Push- und Pullmotiven²³ gesprochen. Pushmotive entstehen aus einem äusseren Druck heraus, sind extrinsisch motiviert und werden auch "Ökonomie der Not" genannt, während bei Pullmotiven die Selbständigkeit als Anziehungskraft wirkt, intrinsisch motiviert ist und als "Ökonomie der Selbstverwirklichung" bezeichnet wird (Ettl, 2010, S. 70-71). Grundsätzlich spielen Pushgründungen bei Volkswirtschaften mit hohem Einkommen und geringer Arbeitslosigkeit eine untergeordnete Rolle. Entsprechend werden im GEM-Report für die Schweiz nur rund sieben Prozent der Gründungsaktivitäten als notgetrieben bezeichnet (Baldegger R. J., Alberton, Gaudart, & Wild, 2019, S. 24). Trotzdem scheinen Pushmotive bei den Frauen tendenziell häufiger Anlass zur Unternehmensgründung zu sein als bei Männern (Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 22; Furrer, 2017, S. 50). Bei den Pullmotiven weist der Grossteil der Literatur²⁴ Beweggründe für die Frauen aus, welche sich unter den Überbegriffen Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit und in der Welt etwas bewegen zu wollen, subsumieren lassen. Bei Männern hingegen steht öfters als bei den Frauen das Schaffen von grossem Wohlstand sowie ökonomische und wachstumsgeprägte Ziele im Vordergrund. Es zeigt sich, dass Frauen sich aus anderen Beweggründen selbständig machen und andere Ziele verfolgen als Männer. Auch das Schaffen von persönlichen Freiräumen und flexible Arbeitseinteilung sowohl in örtlicher, als auch in zeitlicher Hinsicht ist für Frauen wichtiger als für Männer (Meyer & Sidler, 2010, S. 49), was mit dem Bedürfnis nach Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Verbindung gebracht werden kann und signifikant öfters von Frauen genannt wird (Fuchs, 2011, S. 167; Furrer, 2017, S. 50; Meyer & Sidler, 2010, S. 48; OECD, 2016, S. 3).

²³ Oder Opportunity-Driven und Necessity-Driven.

²⁴ Vgl. (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 38; Fuchs, 2011, S. 167; Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 22; Schwarz, Almer-Jarz, & Breitenecker, 2004, S. 178-179; Tchouvakhina, 2004, S. 102).

3.3.2 Erkennen und entwickeln von unternehmerischen Gelegenheiten

Es gibt Hinweise, wonach unternehmerische Gelegenheiten von Frauen seltener identifiziert und genutzt werden als von Männern (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 36; Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez, 2011; Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2009). Wie unternehmerische Gelegenheiten erkannt und unter welchen Voraussetzungen sie entwickelt werden, scheint vor allem in geschlechterspezifischer Hinsicht noch weitgehend unerforscht zu sein. Als Determinanten für die Erkennung von unternehmerischen Gelegenheiten werden Bildung, die eigene Wahrnehmung der Fähigkeiten und das soziale Kapital genannt. Vor allem den sozialen und beruflichen Netzwerken, welche bei den Frauen weniger ausgeprägt sind (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 25; OECD, 2016, S. 14-15), wird für die Identifikation von unternehmerischen Gelegenheiten eine gewisse Bedeutung beigemessen (Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez, 2011, S. 768-769). Geissler (2013, S. 200) stützt dies mit der Aussage, dass sich selbständig Erwerbende im persönlichen Umfeld positiv auf die unternehmerische Selbstwirksamkeit und die Wahrnehmung von unternehmerischen Chancen auswirken.

Auch die Art der identifizierten Gelegenheiten unterscheiden sich zwischen den Geschlechtern insofern, als dass die Geschäftsideen von Frauen im Durchschnitt weniger innovativ sind (Meyer & Sidler, 2010, S. 55-56; Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2009). Auch Ziegerer (1993, S. 226-227) hält fest, dass neue Unternehmen in sich stark entwickelnden, innovativen Märkten sich überproportional im Besitz von Männern befinden. Dies lässt die Vermutung zu, dass Frauen bei der Entwicklung der Geschäftsideen sich mehr an ihren Fähigkeiten, als an neuen Bedürfnissen und Innovationen am Markt orientieren. Dies würde auch mit der Tatsache korrelieren, dass Frauen vor allem bei Startup-Gründungen deutlich unterrepräsentiert sind. Hirschfeld, Mütze, & Gilde (2019, S. 6) beziffern den Frauenanteil unter den Startup-Gründungen für Deutschland auf rund 15 Prozent, was auch als Folge ungleicher Geschlechteranteilen in innovativen Berufsbranchen verstanden werden kann. So sind Frauen in sehr gründungsintensiven und innovativen Bereichen, z.B. der Informations- und Kommunikationstechnik nur sehr rar vertreten. Bei den Geschäftsmodellen in der Startup-Welt dominieren Männer die Felder Software as a Service, Technologieentwicklung und Softwareentwicklung. Frauen sind dagegen im Onlinehandel stärker präsent²⁵ (Hirschfeld, Gilde, & Wöss, 2020, S. 35-36). Vieles deutet darauf hin, dass die unterschiedlichen Gründungsaktivitäten von Männern und Frauen nicht nur bei Startups mitunter auf das berufliche Umfeld resp. auf die Wahl des Erstberufes zurückzuführen sind. Befunde, wonach Selbständige eine Affinität zum herkömmlichen Arbeitsmarkt aufweisen, zeigen den Einfluss der Geschlechtersegregation in den Berufsbranchen und identifizieren die Berufswahl als Determinante für unternehmerische Gelegenheiten (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 20). Gemäss dem GEM Report on Switzerland waren die Branchen mit der grössten Gründungsaktivität der Gross- und Einzelhandel, Dienstleistungen, Finanzbranche sowie die Regierungs-, Gesundheits-, Sozial- und Bildungsbranche (Baldegger R. J., Alberton, Gaudart, & Wild, 2019, S. 29). Ein vergleichender Blick in den Beschäftigungsbarometer des Bundesamtes für Statistik

²⁵ Die Zahlen beziehen sich explizit auf Startups.

zeigt, dass Frauen mit Ausnahme letzterer in diesen Branchen tendenziell untervertreten sind (Bundesamt für Statistik, 2020a)²⁶. Diese Vermutung wird von Lauxen-Ulbrich & Leicht (2004, S. 93-95) insofern gestützt, als dass sie ausweisen, dass Frauen im Durchschnitt häufiger als Männer in Berufsbranchen mit geringer Selbständigenquote tätig sind. Unter der Prämisse, dass sich Gründungspersonen vermehrt in ihrem ursprünglichen Berufsfeld selbständig machen, bieten sich Frauen somit weniger unternehmerische Gelegenheiten als Männern. Erschwerend kommt hinzu, dass Frauen auch dann die geringere Gründungsaktivität aufweisen, wenn sie in den gleichen Berufen wie Männer tätig sind. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um männerdominierte- oder frauendominierte Berufe handelt (Lauxen-Ulbrich & Leicht, 2004, S. 93-94). Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass sich für Frauen aufgrund der ungleichen Gründungsaktivitäten und Geschlechterverteilung in den Berufsbranchen weniger unternehmerische Gelegenheiten offenbaren, die offenbarten Chancen aber auch seltener genutzt werden.

3.3.3 *Humanes und soziales Kapital*

Rund 40 Prozent der Gründerinnen und Gründer in der Schweiz verfügen über einen Hochschulabschluss. 97 Prozent aller Gründungspersonen verfügen über Berufserfahrung, welche zum Zeitpunkt der Gründung im Durchschnitt 18 Jahre beträgt. Fast drei Viertel übten vor der Selbständigkeit eine Funktion mit Führungsaufgaben aus und über die Hälfte gehörte dem mittleren oder oberen Kader an (Winiströfer, 2017, S. 23). Die Überrepräsentation von akademischen Ausbildungen, Führungs- und Managementenerfahrungen bei den Gründungspersonen impliziert eine voraussetzende Wichtigkeit für die Selbständigkeit. Mit Blick auf den Ausbildungsgrad als Indikator für die Selbständigkeit zeigt sich, dass Frauen mit guten Qualifikationen die höchste Gründungsrate aufweisen. Hohe Bildungsabschlüsse scheinen eine überaus wichtige Humanressource für den Schritt in die berufliche Selbständigkeit zu sein, da sich diese sowohl positiv auf die Gründungsneigung als auch auf die Gründungswahrscheinlichkeit auswirken (Ullrich, 2013, S. 10). Dies lässt sich unter anderem auch an der Korrelation der Zunahme weiblicher akademischer Abschlüsse und der Zunahme weiblicher Selbständigkeit erkennen (Strohmeyer, 2004, S. 115). Aus der Studie von Leicht, Welter, & Fehrenbach (2004, S. 19) geht hervor, dass sich die ursprünglichen, geschlechterspezifischen Unterschiede bezüglich des Bildungsstandes bereits im Jahr 2004 zu nivellieren begannen (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 19). Dieser Trend hält bis heute auch in der Schweiz an. Bei den jüngeren Generationen ist die Hochschulabschlussquote bei den Frauen gar höher als jene der Männer (Bundesamt für Statistik, 2016a, S. 25). Der Ausbildungsstand sollte somit in der Zukunft kein massgebender Indikator für die Geschlechterdisparität bei den Unternehmensgründungen mehr darstellen. Jedoch kann die in Kapitel 3.3.2 beschriebene geschlechterspezifische strukturelle Branchenungleichheit, welche mit der Wahl der Studienrichtung einhergeht, einen Einfluss auf die Gründungsaktivität der Frauen haben. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass gemäss Meyer & Sidler (2010, S. 49)

²⁶ Der Vergleich ist mit der nötigen Vorsicht zu geniessen, da die Branchen in den Studien nicht identisch definiert wurden.

Frauen bei Gründungspersonen ohne akademischen Abschluss im Geschlechtervergleich tendenziell übervertreten sind. Dies könnte damit in Verbindung stehen, dass Frauen wie im Kapitel 3.3.1 dargelegt, vermehrt aus einer ökonomischen Notwendigkeit in die Selbständigkeit getrieben werden oder nach der Vereinbarkeit von Beruf und Familie streben.

Neben der Ausbildung ist die Berufserfahrung und die damit zusammenhängende Führungs- und Managementenerfahrung die zweite wichtige Determinante, welche das Humankapital für Gründerpersonen beeinflusst. Verschiedene Studien zeigen, dass die Gründerinnen und Gründer verglichen mit der Durchschnittsbevölkerung über deutlich mehr Führungs- und Managementenerfahrung verfügen. Über die Hälfte der Gründerinnen und Gründer geben an, vor der Selbständigkeit eine Kaderfunktion ausgeführt zu haben (Meyer & Sidler, 2010, S. 106; Winiströfer, 2017, S. 23). Trotz des besser werdenden Bildungsniveaus der Frauen, welches in den jüngeren Generationen jenes der Männer bereits überschritten hat (Bundesamt für Statistik, 2016a, S. 25), besitzen Frauen immer noch weniger unternehmerische Erfahrungen. Dies liegt mitunter daran, dass Frauen in den Führungs- und Managementpositionen noch immer untervertreten sind, was sie daran hindert, wichtige unternehmerische Kompetenzen für eine Selbständigkeit zu erwerben (OECD, 2016, S. 12). Die Unterrepräsentation von Frauen in Führungspositionen wurde übereinstimmend in verschiedenen internationalen Studien nachgewiesen und ist in der Literatur unbestritten (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 18). In der Schweiz beträgt der Anteil der Frauen in Geschäftsleitungen 28 Prozent und in Führungspositionen 35 Prozent (Bergmann, Fuglistaler, & Benz, 2014, S. 8). Dieses Missverhältnis kann als plausible Begründung für ein reduziertes Humankapital bei Frauen herangezogen werden, was für die verminderte Gründungsaktivität mitverantwortlich sein könnte.

Neben dem humanen- wird auch dem sozialen Kapital für die Unternehmensgründung in der Literatur eine grosse Wichtigkeit zugeschrieben. Unter dem sozialen Kapital wird im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen vor allem von beruflichen Netzwerken gesprochen. Dabei dienen Netzwerke als zuverlässige Informationsquellen sowie als kompetente Beratungs- und Unterstützungsstelle (OECD, 2016, S. 15). Zudem kann das Netzwerk eine wichtige Rolle bei der Finanzierung von Unternehmensgründungen und der Entwicklung von Unternehmen einnehmen (Umbach-Daniel, 2014, S. 15). Sie können, wie in den Kapiteln 3.3.1 und 3.3.2 bereits erläutert, sich sowohl positiv auf die Gründungsneigung als auch auf das Erkennen von unternehmerischen Gelegenheiten auswirken. Dabei zeigen Untersuchungen, dass Frauen über kleinere und weniger vielfältige unternehmerische Netzwerke verfügen als Männer. Zudem gelingt es Frauen seltener, relevantes Sozialkapital aus früheren beruflichen Beschäftigungen einzufordern (Burns, 2011, S. 278-279; Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 25; OECD, 2016, S. 14-15). Ferner wird festgestellt, dass Frauen bei Problemen und Schwierigkeiten bevorzugt auf das private Netzwerk, bestehend aus Familienmitgliedern und Freunden, zurückgreifen (Meyer & Sidler, 2010, S. 55; OECD, 2016, S. 14).

3.3.4 *Persönlichkeitseigenschaften und Selbsteinschätzung*

Neben den im Kapitel 3.3.3 beschriebenen objektiven Unterschieden bezüglich Human- und Sozialkapital, ist für den Entscheid, ob ein Gründungsvorhaben abgebrochen oder fortgeführt wird, primär die subjektive Wahrnehmung der Fähigkeiten massgebend. Dabei wird der Entscheid von den objektiven Fähigkeiten geprägt, obliegt jedoch in letzter Instanz der Deutungshoheit der subjektiven Selbstwahrnehmung (Ullrich, 2013, S. 22). Dazu gibt es diverse internationale Studien, welche die Selbstwahrnehmung der eigenen Fähigkeiten in geschlechterspezifischer Hinsicht untersuchen. Studienübergreifend zeigt sich übereinstimmend, dass Frauen ihre Fähigkeiten signifikant schlechter einschätzen als Männer (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 37; OECD, 2016, S. 12; SECO, 2008, S. 37; Wilson, Kickul, Marlino, Barboasa, & Griffiths, 2009, S. 112-117). Dieser Umstand verstärkt sich, wenn die erforderlichen Fähigkeiten und Kompetenzen in einer Gesellschaft mit männlichen Attributen konnotiert werden (OECD, 2016, S. 37). In der Schweiz erachten rund 20 Prozent mehr Frauen als Männer, ihre unternehmerischen Fähigkeiten für eine Selbständigkeit als unzureichend (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 37). Zudem scheint es, als würden Frauen grösseren Wert auf eine fundierte, berufliche Expertise als Voraussetzung für eine Unternehmensgründung legen. Das zeigt sich einerseits auf gedanklicher Ebene, wonach sich signifikant weniger Frauen eine Selbständigkeit direkt nach dem Studium vorstellen können (Sieger, Baldegger, & Fueglistaller, 2019, S. 22), andererseits gibt es auch in der Realität deutlich weniger Gründerinnen als Gründer, welche eine Gründung ohne Berufserfahrung vollziehen (Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 18)²⁷ oder bereits während des Studiums gründungsaktiv sind (Sieger, Baldegger, & Fueglistaller, 2019, S. 22). Meyer & Zahno (2020, S. 23) stellen in einer qualitativen Befragung fest, dass Frauen auf dem Weg in die Selbständigkeit zögerlicher agieren und die Anzahl stimmiger Faktoren höher sein muss als bei Männern. Frauen verfügen zudem über eine höhere Risikoaversion (Croson & Gneezy, 2009; Furrer, 2017, S. 63), wodurch der Abbruch eines Gründungsvorhabens begünstigt wird (Arndt, 2011, S. 11).

Niederle & Vesterlund (2007) erbringen zudem den Nachweis, dass das ungleiche Selbstbewusstsein auch zu unterschiedlichen Verhaltensweisen in kompetitiven Situationen führt. Während Männer den Wettbewerb selbstbewusst annehmen, verhalten sich Frauen eher ausweichend, was sich negativ auf potenzielle Unternehmensgründungen in hart umkämpften Branchen auswirken könnte. Zudem kann sich das mangelnde Selbstbewusstsein auch bei Verhandlungen mit Kunden, Lieferanten oder Banken negativ auswirken (Becker, 2008, S. 10). Im Hinblick auf die weibliche Gründungsrate kommt erschwerend hinzu, dass Frauen eine leicht höhere Angst vor dem Scheitern aufweisen (OECD, 2016, S. 12; SECO, 2008, S. 37). Ein Grundtenor, welcher sich auch in den Aussagen der qualitativen Studie von Tchouvakhina (2004, S. 101) widerspiegelt, in welcher

²⁷ Die Studie bezieht sich auf Startups, wobei bei den befragten Gründern rund 14 Prozent und bei den Gründerinnen rund 8 Prozent über keine Berufserfahrung verfügen.

Frauen im Allgemeinen als ängstlicher und unsicherer beschrieben werden. Die vergleichsweise eher zurückhaltende und risikoaverse Vorgehensweise könnte nach Expertenaussagen mit dem Bedürfnis nach Versorgungssicherheit in Verbindung stehen, welches sich gerade bei finanziellen Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Familiensituation bemerkbar machen könnte (Andres, Gross, Kelterborn, Kudernatsch, & Wessels, 2018, S. 38).

3.3.5 Familiäre Einflussfaktoren

Bei der weiblichen Selbständigkeit scheinen den familiären Einflüssen, namentlich Kinderbetreuung, Partnerschaft und Haushaltsarbeit, eine besondere Rolle zuzukommen. Untersuchungen zeigen, dass das Leben in einer Partnerschaft sowohl ein hemmender als auch ein fördernder Faktor für die Selbständigkeit darstellen kann. So können Partnerinnen und Partner wichtige Arbeit in Form von mentaler, finanzieller und haushälterischer Unterstützung verrichten oder aktiv im Unternehmen mitarbeiten. Gleichzeitig kann durch eine feste Partnerschaft die nötige Flexibilität in Bezug auf Entscheidungsfreiräume und Risikobereitschaft eingeschränkt werden. Gemäss Lauxen-Ulbrich, Leicht, & Fehrenbach (2004, S. 140-141) sieht das Gros der Untersuchungen in einer Partnerin oder einem Partner einen fördernden Faktor für die Selbständigkeit. Dies zeigt sich auch an den Ergebnissen von Meyer & Sidler (2010, S. 48) wonach rund 87 Prozent der Gründungspersonen angeben, in einer Partnerschaft zu leben, was über dem schweizweiten Durchschnitt von 77 Prozent liegt (Bundesamt für Statistik, 2016b, S. 5). Jedoch scheint sich der fördernde Effekt vorwiegend auf die Gründer zu konzentrieren, welche mit über 90 Prozent deutlich mehr in einer Partnerschaft leben, als 73 Prozent der befragten Gründerinnen (Meyer & Sidler, 2010, S. 48). Dieses Phänomen wird auch von Ziegerer (1993, S. 220) beobachtet, welche auf der Grundlage ihrer Umfrage konstatiert, dass verheiratete oder in einem Familienhaushalt lebende Frauen die Selbständigkeit schlechter mit den Familienbedürfnissen vereinbaren können als ihre männlichen Pendants. Bergmann, Fuglistaler, & Benz (2014, S. 22) verweisen darauf, dass Frauen einen beträchtlichen Beitrag in den Unternehmen ihres Partners verrichten. Im Gegenzug erhalten selbständige Frauen deutlich weniger Unterstützung von ihren Partnern (Brush, 2008, S. 619-620). Dabei scheint sich die verminderte Unterstützungsbereitschaft der Partner nicht nur auf die Unternehmung zu beschränken, sondern zeigt sich nach Aussagen von Gründerinnen auch bei der Hausarbeit und der Kinderbetreuung (Tchouvakhina, 2004, S. 95). Die vielfach geäusserte Vermutung konnte in der Studie von Cesinger, König, Langhauser, & Leicht (2014, S. 204-208) bestätigt werden, in der nachgewiesen wurde, dass sich Männer, unabhängig davon welcher Elternteil einer selbständigen Erwerbsarbeit nachgeht, deutlich weniger familiären Aufgaben widmen als Frauen. Zwar engagieren sich Männer in einer abhängigen Beschäftigung etwas mehr, wenn ihre Partnerinnen selbständig sind, im Vergleich zu den Frauen bleibt die Aktivität im Haushalt jedoch auf bescheidenem Niveau. Cesinger, König, Langhauser, & Leicht (2014, S. 204-208) stellen in ihren Untersuchungen diametrale, geschlechterspezifische Regressionen fest, wenn es um die Nutzung der durch die flexible Arbeitsgestaltung gewonnen Freiräume geht; Frauen nutzen diese, um sich noch mehr der Hausarbeit zu widmen, während

Männer sich noch mehr auf die Erwerbstätigkeit fokussieren. Ähnliche Beobachtungen konnten auch in der Schweiz festgestellt werden, wo ebenfalls die Hauptlast der Hausarbeit von den Frauen getragen wird. Dabei reduziert sich der Anteil der Hausarbeit für die Frau nur geringfügig, wenn sie selbständig ist, während bei den Männern eine klare Reduktion erkennbar ist. Die Gesamtbelastung für Selbständige mit Kindern ist für Frauen und Männer vergleichbar, jedoch unterscheidet sich das Verhältnis zwischen bezahlter Erwerbstätigkeit und unbezahlter Haus- und Familienarbeit deutlich (SECO, 2008, S. 24-25).

Da die Hauptlast der Haushalts- und Familienarbeit nach wie vor von den Frauen getragen wird, ist davon auszugehen, dass die Selbständigkeit bei Frauen deutlich mehr durch die familiären Lebensumstände geprägt wird als bei Männern. Dabei können sich familienbezogene Faktoren – auf die reine Gründungswahrscheinlichkeit beschränkt – sowohl hemmend als auch fördernd auswirken. Denn einerseits strebt ein beachtlicher Teil der selbständigen Frauen nach der Möglichkeit, durch mehr örtliche und zeitliche Flexibilität Beruf und Familien besser vereinbaren zu können. Andererseits stellen die familiären Verpflichtungen gerade in ressourcenintensiven Geschäftsmodellen ein Gründungshindernis dar (Lauxen-Ulbrich, Leicht, & Fehrenbach, 2004, S. 162-165). Dieser Effekt lässt sich auch in der Umfrage von Meyer & Sidler (2010, S. 48) erkennen, in welcher selbständige Frauen den familiären Gründen eine deutlich höhere Wichtigkeit beimessen als selbständige Männer. Gemäss Lauxen-Ulbrich, Leicht, & Fehrenbach (2004, S. 153) manifestiert sich dies ebenfalls an der Teilzeitselbständigkeit, welche bei Frauen eine Regression zum Alter der Kinder aufweist. Der Studie zufolge wenden selbständige Mütter mit Kindern im Alter bis zehn Jahren weniger Zeit für die Selbständigkeit auf als Frauen mit älteren oder gar keinen Kindern. Zudem weisen Hirschfeld, Mütze, & Gilde (2019, S. 27) aus, dass sich dieser Effekt nur auf Mütter beschränkt. Gründerinnen ohne Kinder arbeiten im Durchschnitt fast sechs Stunden mehr als Mütter, während bei selbständigen Vätern keine wesentliche Reduktion des Pensums feststellbar ist. Ob sich die familiären Einflüsse in der Gesamtbilanz in quantitativer Hinsicht positiv oder negativ auf die Gründungsaktivität auswirken, kann nicht abschliessend geklärt werden. Jedoch scheint die Teilzeitselbständigkeit vor allem für Mütter mit Kindern im Vorschulalter eine attraktive Erwerbsform zu sein, um Familie und Beruf besser in Einklang bringen zu können (Lauxen-Ulbrich, Leicht, & Fehrenbach, 2004, S. 163). Biermann (2014, S. 166) möchte hingegen die Selbständigkeit von Frauen nicht nur auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beschränken und als Mittel zum Zweck abwerten, sondern stellt vielmehr eine zunehmende Pluralisierung der weiblichen Selbständigkeit fest und deutet diese als Anspruchsausdruck der Frauen nach gleichberechtigter Einkommensverteilung, Unabhängigkeit und beruflicher Selbstverwirklichung. Eine mögliche Erwerbsform, welche dieser Forderung gerecht werden könnte, konnte durch Langhauser (2011) festgestellt werden. Dabei weist er darauf hin, dass Doppelkarrieren bei Paaren mit mindestens einem selbständigen Elternteil häufiger vorkommen als bei Eltern, bei welchen sich beide in einem Angestelltenverhältnis befinden. Langhauser (2011) sieht den Grund dafür darin, dass sich das Familienleben durch eine flexible Arbeitszeitgestaltung besser vereinbaren lässt. Ein Indiz, dass diese Erwerbsform bereits praktiziert wird, zeigt die Studie von Bergmann, Fuglistaler, & Benz (2014, S. 12), wonach der Partner von

selbständigen Frauen im Teilzeitpensum und ohne Mitarbeiter zu 36 Prozent ebenfalls selbständig ist. Die Vermutung liegt nahe, dass es sich hierbei vielfach um gemeinsam geführte Unternehmen handelt.

3.3.6 Finanzielles Kapital und Rechtsform

In der geschlechterspezifischen Betrachtung zeigt sich, dass die Einzelfirma und die Kollektivgesellschaft als Rechtsformen bei den Frauen populärer sind als bei den Männern. Frauen hingegen sind vor allem bei den Aktiengesellschaften untervertreten (Bergmann, Fuglistaler, & Benz, 2014, S. 12; Meyer & Sidler, 2010, S. 52; SECO, 2008, S. 15-16). Dies ist insofern wenig erstaunlich, als dass die Rechtsform in einem engen Zusammenhang mit der Grösse, dem Finanzierungsbedarf und den Wachstumszielen der Unternehmung steht, welche bei Frauen weniger ausgeprägt sind (Du Rietz & Henrektson, 2000; Ziegerer, 1993, S. 171-176). Dies zeigt sich unter anderem auch an der Unterrepräsentation von Frauen bei Startups, wo der Frauenanteil bei den Gründungen nur gerade 15 Prozent beträgt (Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 6). In Deutschland tätigen Frauen Investitionen vermehrt über ihre Eigenmittel und seltener als Männer über Fremdkapital (Pelger & Tchouvakhina, 2013). Auch bei Startups, bei welchen die Finanzierung eine zentrale Rolle spielt und eine der Hauptursachen für das Scheitern von Gründungsvorhaben darstellt, zeigen sich geschlechterspezifische Unterschiede. Frauen bevorzugen eine Finanzierung aus eigenen Ersparnissen oder mit der Unterstützung des Umfeldes, während sich Männer deutlich mehr eine Finanzierung mit sogenannten Business Angels oder Venturekapitalgeber wünschen. Zudem sind die Investitionssummen bei Frauen deutlich geringer als bei Männern (Hirschfeld, Gilde, & Wöss, 2020, S. 40-43). Ein ähnliches Bild zeigt sich auch in Amerika, wo von Frauen geführte Unternehmen einen um fünf Prozent tieferen Verschuldungsgrad aufweisen, als vergleichbare Unternehmen von Männern (Robb & Robinson, 2010, S. 18). Der Effekt der verminderten Fremdfinanzierung wurde auch schon zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung von Carter, Shaw, Lam, & Wilson (2007, S. 438-440) festgestellt. In Bezug auf die Finanzierung als Gründungshemmnis ist dies insofern problematisch, als den Frauen im Allgemeinen sowohl durch tiefere Einkommen als auch durch tiefere Vermögen weniger finanzielle Mittel für die Finanzierung über Eigenmittel zur Verfügung stehen als Männern (Bundesamt für Statistik, 2019; Burns, 2011, S. 278). Inwiefern die geringere Fremdfinanzierung in Zusammenhang mit einem erschwerten Zugang für Frauen zu Fremdkapital steht oder dies als Folge eines grundsätzlich geringeren Finanzierungsbedarfes von frauengeführten Unternehmen zu verstehen ist, kann nicht abschliessend geklärt werden (Robb & Robinson, 2010, S. 18). Zumindest stellt die Finanzierung in der subjektiven Empfindung der Frauen ein grösseres Hindernis dar als für Männer (OECD, 2016, S. 14) resp. stufen Frauen ihre eigenen Fähigkeiten oder Erfahrungen zur Geldbeschaffung als schlechter ein (Meyer & Sidler, 2010, S. 54). Es gibt jedoch auch Anzeichen, dass sich der Zugang zu Fremdkapital für Frauen objektiv schwieriger gestaltet als für Männer (Hassan, Varadan, & Zeisberger, 2020). Eine länderübergreifende Studie zeigt, dass Kreditanträge von Unternehmerinnen häufiger abgelehnt oder mit einer höheren Zinslast belegt werden (Muravyev, Schäfer, & Talavera, 2009, S. 285). Eine amerikanische Studie stellt zudem Unterschiede in der Gesprächsführung fest,

wonach Frauen sowohl von potenziellen Investoren als auch von potenziellen Investorinnen kritischer und auf eine andere Art und Weise befragt werden. So werden Männer mehr nach ihren Wachstumsplänen und Gewinnaussichten gefragt, währenddessen Frauen darlegen müssen, warum sie mit ihrem Vorhaben nicht scheitern werden (Kanze, Huang, Conley, & Higgins, 2018, S. 601-604). Die erwähnten Unterschiede könnten ebenfalls eine mögliche Erklärung für die verminderte Fremdfinanzierung von frauengeführten Unternehmen sein. Andere Studien sehen die Gründe für die geschlechterspezifischen Unterschiede bei der Finanzierung in geschlechterspezifischen Verhaltensweisen und den Charaktereigenschaften der Frauen. Demnach besitzen Frauen im Durchschnitt eine grössere Risikoaversion und neigen weniger stark zur Selbstüberschätzung, wonach die geschlechterspezifischen Finanzierungsunterschiede auf die verminderte Bereitschaft der Frauen zur Verschuldung zurückzuführen sei (Croson & Gneezy, 2009). Nicht zuletzt könnte der Unterschied auch in den Motiven und Zielen der Selbständigkeit begründet sein. Während Frauen - ausgeprägter als Männer - den Anspruch haben, mit Ihren Unternehmen etwas Gutes in der Welt zu bewegen und häufiger soziale Ziele verfolgen, orientieren sich Männer vermehrt an Wirtschafts- und Wachstumszielen (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 38; Fuchs, 2011, S. 167; Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 22). Dabei ist anzunehmen, dass Frauen mit sozialen Absichten und Motiven zwar auf grosses Interesse und Zuspruch in der Gesellschaft stossen, die Aufmerksamkeit des Kapitals jedoch vorwiegend den wachstumsorientierten Unternehmen der Männer vorbehalten ist (Umbach-Daniel, 2014, S. 46). Ausserdem lässt sich das Motiv der Selbstbestimmung, welches bei Frauen dominanter ist als bei Männern²⁸, weniger gut mit einer Fremdfinanzierung vereinbaren.

3.3.7 Mehrfachgründungen

Auch die Unternehmerinnen und Unternehmer weisen im Hinblick auf weitere Unternehmensgründungen oder eine Gründung nach einem gescheiterten Vorhaben ein Gründungspotenzial auf. Habituelle Gründerinnen und Gründer verfügen über unternehmerische Kompetenzen und können auf ein bereits vorhandenes Netzwerk zurückgreifen. Entsprechend besser können weitere unternehmerische Gelegenheiten identifiziert werden. Zudem weisen die Selbständigen eine leicht grössere Neigung für weitere Gründungen auf als abhängige Erwerbstätige für eine Erstgründung (Welter, 2004, S. 61). Gemäss einer aktuellen Studie über Gründerinnen und Gründer von Startups könnten sich rund 60 Prozent der Gründer resp. 52 Prozent der Gründerinnen vorstellen, nach einem Fehlversuch erneut zu gründen (Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 20). Da nicht nur die Neigung zur Gründung nach einem gescheiterten Versuch bei den Männern grösser ist, sondern es auch aufgrund der Anzahl und der Risikobereitschaft ein grösseres Potenzial an gescheiterten Gründern gibt, kann diese Tatsache ebenfalls zur Geschlechterdisparität bei den Unternehmensgründungen beitragen. Zudem scheint auch das Phänomen der seriellen Gründungen vorwiegend männlich behaftet zu sein. Bei einer Befragung der

²⁸Vgl. (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 38; Fuchs, 2011, S. 167; Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 22; Schwarz, Almer-Jarz, & Breitenecker, 2004, S. 178-179; Tchouvakhina, 2004, S. 102)

"Top 100 Entrepreneure und Entrepreneurinnen" in Deutschland, haben über die Hälfte der Männer angegeben, bereits mehrere Startups gegründet zu haben, bei den Frauen waren es 26 Prozent. Fünf Prozent der Männer haben schon mehr als drei Startups gegründet, bei den Frauen sind es 0.7% Prozent.

Somit trägt auch die Gruppe der Selbständigen einen Teil – auch wenn er in der Gesamtbetrachtung eine eher untergeordnete Rolle spielen dürfte – zur Geschlechterdisparität bei den Unternehmensgründungen bei. Einerseits gibt es deutlich mehr Unternehmer als Unternehmerinnen, andererseits ist die Bereitschaft für mehrere Gründungen resp. Neugründungen nach einem gescheiterten Vorhaben bei Männern grösser als bei Frauen.

4 Die neuen Selbständigen

Das Forschungsprojekt zu den neuen Selbständigen startete 1999 mit der ersten Oltner Gründungsbefragung. Damals gab es noch wenige Zahlen zu den unternehmerischen Aktivitäten der Schweizer Bevölkerung, was sich seither verändert hat, wie in den vorangehenden Kapiteln aufgezeigt wurde. Keine der beschriebenen Erhebungen und Datenbanken erhält jedoch so viele Variablen. Deshalb wurde die Umfrage 2009 ein zweites und nun im Jahr 2020 zum dritten Mal durchgeführt. Dadurch kann konsistent aufgezeigt werden, wie sich die Gründerszene in der Schweiz in den letzten 20 Jahren verändert hat.

Bisher wurden aus den Daten ein Bericht zum Allgemeinen Zustand der Schweizer Unternehmer-Landschaft, sowie einer zu Unternehmerinnen und Unternehmern über 50 veröffentlicht. Die folgende Auswertung ist die dritte Veröffentlichung und fokussiert auf Female Entrepreneurship.

4.1 Forschungsfragen und Aufbau

Die zentralen Fragestellungen sind:

- Wer sind die Gründerinnen in der Schweiz? In welchen Bereichen unterscheiden sie sich von den männlichen Gründungspersonen? Dabei wurden vier Bereiche analysiert:
 - Die Gründungsperson
 - Die neuen Unternehmen
 - Erfolg der Selbständigkeit
 - Entwicklungsperspektiven der Unternehmen

Im Kapitel 4.2 wird die Methodik der Umfrage zu den neuen Selbständigen und in Kapitel 4.3 die Ergebnisse der Umfrage gezeigt. Für diesen Teil wurde eine umfangreiche, schriftliche Befragung unter Personen durchgeführt, welche in den letzten fünf Jahren ein Unternehmen registriert haben. Um eine aussagekräftige Gesamtgrösse zu bekommen, wurde eine grosse Stichprobe von knapp 11'000 Unternehmen ausgewählt. Diesen wurde brieflich und, wo verfügbar, per E-Mail der Link zum Fragebogen zugestellt. Die Umfrage wurde nur online durchgeführt, das heisst, jede*r Teilnehmer*in hat via Link oder QR-Code teilgenommen.

Zum Schluss werden in Kapitel 4.4. die Ergebnisse zusammengefasst und die Forschungsfragen beantwortet, bevor im Kapitel 4.5. Empfehlungen gegeben werden.

4.2 Methodik

Für das vorliegende Forschungsprojekt wurde eine quantitative, schriftliche Befragung mit einer repräsentativen Stichprobe durchgeführt. Dies erlaubt es, ein realistisches Bild der Schweizer Gründerlandschaft zu zeichnen.

4.2.1 Fragebogen

Als Grundlage der diesjährigen Umfrage diente der Fragebogen des Forschungsprojektes von 2009. Um die Ergebnisse bestmöglich vergleichen zu können, wurden nur geringe Anpassungen vorgenommen. Teilweise um das Verständnis zu erhöhen, teilweise um neuen Entwicklungen, wie zum Beispiel der Digitalisierung, gerecht zu werden. Der Fragebogen ist im Anhang 7.6 zu finden.

4.2.2 Pre-Test

Der Fragebogen wurde mit fünf Unternehmen im Umfeld der Fachhochschule, die den Kriterien entsprechen, getestet und kleinere Anpassungen gemacht. Nach dem Test wurde der Fragebogen auf französisch und italienisch übersetzt.

4.2.3 Schriftliche Erhebung – Rücklauf

Der Fragebogen wurde im Juni 2020 per Post an insgesamt 10'719 mögliche Jungunternehmer*innen verschickt. Dabei handelt es sich um eine repräsentative Stichprobe aller Neueintragungen im Handelsregister zwischen 1. Juli 2014 und 30. Juni 2019. Es wurden 7613 deutsche, 2404 französische und 702 italienische Briefe verschickt. Die Fragebögen wurden in diesem Jahr zum ersten Mal nicht physisch verschickt. Auf dem Brief war ein QR-Code aufgedruckt und eine gekürzte URL zum Abtippen bei Bedarf. Im August 2020 wurde bei den Unternehmen mit existierender E-Mail-Adresse eine Erinnerung per E-Mail verschickt mit dem Link zum Fragebogen. Insgesamt wurden 2397 E-Mails versendet.

Die Teilnahme war vollkommen anonym möglich. Personen, die an den Resultaten interessiert waren, konnten Ihre E-Mail-Adresse angeben zum Erhalt der veröffentlichten Berichte. Diese wurden für die Analyse jedoch aus der Datenbank genommen und es sind keinerlei Rückschlüsse möglich.

Die Daten basieren auf den Eintragungen ins schweizerische Handelsregister. Daher sind alle Einzelunternehmen mit einem jährlichen Umsatz von weniger als 100'000 Schweizer Franken, die sich nicht freiwillig eintragen, nicht in der Erhebung miteingeschlossen.

Es wurden alle Neueintragungen berücksichtigt und keine Überprüfung gemacht, ob die Unternehmen noch existieren. Dadurch haben wir potentiell auch nicht mehr existierende Unternehmen angeschrieben. Man muss

jedoch davon ausgehen, dass diese den Fragebogen entweder nicht mehr bekommen haben oder weniger mitgemacht haben als erfolgreiche Unternehmen.

Knapp 80 % der Antwortenden haben die deutsche Version gewählt, 14 % die französische und 7 % die italienische. Verglichen zu den verschickten Briefen nach Sprache haben weniger Personen den französischen Fragebogen gewählt und mehr den deutschen, während die Anzahl italienischer Antworten der Anzahl der Briefe entspricht. Damit war entweder der Nettorücklauf in der Westschweiz geringer oder mehr französischsprachige Personen haben ebenfalls den deutschen Fragebogen verwendet.

Verschickt: 10719							
Nicht zu-stellbar:	Keine Antwort:	Umfrage geöffnet, ohne zu starten	Absprung nach der Sprachfrage	Antworten			
869	9065	158	144	483			
				Aktiv, zwischen 2014 und 2019 gegründet	Tochtergesellschaft/ Zweigstelle	Aktiv, vor 2014 gegründet	Nicht aktiv
				388	14	69	12

Damit haben 4.5 % der angefragten Unternehmen eine Antwort eingeschickt, was einem normalen Durchschnitt entspricht bei heutigen Massenerhebungen. Die mittlere Bearbeitungszeit der Umfrage betrug 21 Minuten.

Die antwortenden Unternehmen können in folgende Kategorien eingeteilt werden:

1. 12 Unternehmen sind nicht aktiv. Entweder sind diese noch nicht oder nicht mehr aktiv. Möglicherweise sind sie auch nicht mehr im Handelsregister eingetragen. Aufgrund der Anonymisierung können wir dies nicht überprüfen.
2. 14 Unternehmen sind Tochtergesellschaften oder Zweigstellen von schon länger existierenden Unternehmen.
3. 69 Unternehmen wurden vor 2014 gegründet. Sie haben einen gekürzten Fragebogen ausgefüllt. Diese Resultate werden wir in weiteren Berichten für Vergleichszwecke verwenden.
4. 388 Unternehmen sind aktiv und wurden im Erhebungszeitraum zwischen 2014 und 2019 gegründet. Da die Anzahl der Pflichtfragen absichtlich niedrig gewählt wurde, variiert die Anzahl tatsächlicher Antworten pro Frage.

4.2.4 Statistische Auswertung

Die 388 Antworten von Unternehmer*innen, die zwischen 2014 und 2019 gegründet wurden, sind mit Hilfe der Statistik-Software SPSS statistisch ausgewertet worden. Die Ergebnisse werden im nächsten Kapitel 4.3 dargestellt und beschrieben.

4.3 Ergebnisse – wer sind die Gründerinnen in der Schweiz?

Der Frauenanteil bei den Gründungspersonen in der Schweiz hat sich in den letzten Jahren stark vergrössert. Lag der Anteil vor 20 Jahren noch bei sehr bescheidenen 15.6 %, hat er sich inzwischen verdoppelt. Bei der aktuellen Befragung betrug der Anteil der Frauen an den Jungunternehmer*innen 31.6%.

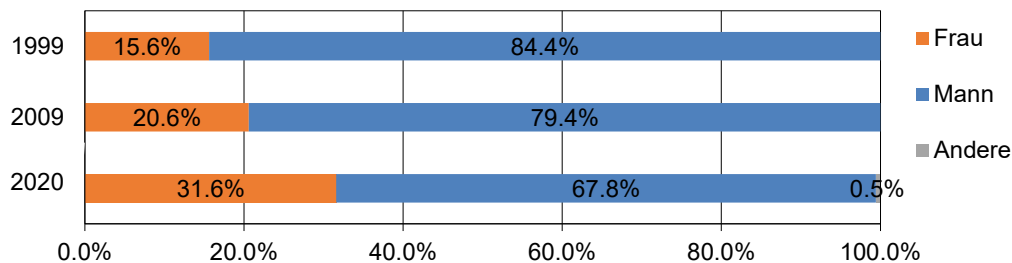


Abbildung 4: Geschlechterstruktur 1999, 2009 und 2020

Um zu analysieren, ob und wie es Unterschiede gibt zwischen den Geschlechtern, werden in der Folge die Daten entsprechend nach Geschlechtern getrennt aufgezeigt.

4.3.1 Die Gründerinnen – demografische Daten

- Alter

Frauen gründen vermehrt zwischen 41 und 50 und etwas weniger im Alter. Bei den jüngeren Gründerinnen und Gründern zwischen 26 und 40 ist es ausgeglichen. Insgesamt ist das Durchschnittsalter bei den Männern mit 41.4 Jahren leicht höher als bei den Frauen mit 40.8 Jahren. Bei der Teilgruppe der Senior Entrepreneurs sind die Frauen jedoch deutlich seltener vertreten als Männer. In unserer Stichprobe war keine Gründerin über 60 Jahre alt.

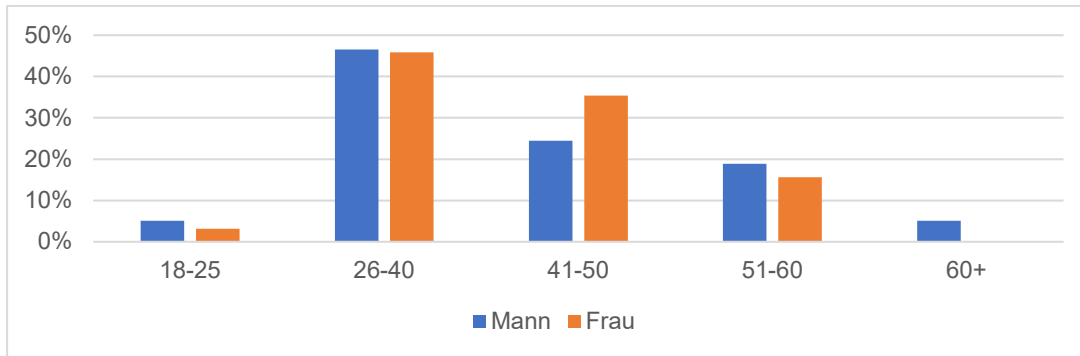


Abbildung 5: Altersstruktur der Gründer*innen nach Geschlecht

- Partnerschaft

Gründerinnen sind leicht häufiger alleinstehend als Gründer - rund 20% gegenüber 16,5%.

- Anzahl Kinder

Der Anteil der Unternehmer*innen ohne oder nur mit erwachsenen Kindern ausserhalb des Haushaltes ist in den letzten 20 Jahren stark gestiegen. Der Anteil der Frauen ist dabei viel grösser. Es gibt 12 Prozentpunkte mehr Frauen als Männer, die kinderlos oder ohne Kinder im Haushalt gründen. Es kann davon ausgegangen werden, dass dies auf die traditionelle Rollenverteilung zurückzuführen ist und Frauen sich entweder vor der Geburt des ersten Kindes oder erst nach Auszug dieser selbständig machen.

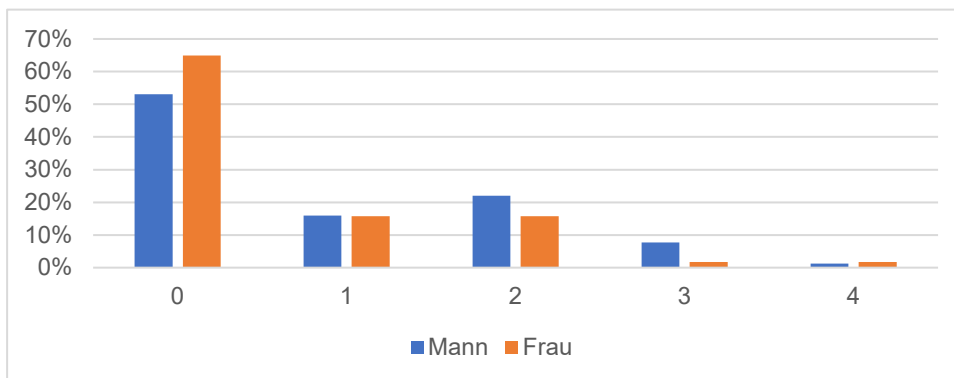


Abbildung 6: Anzahl Kinder der Gründer*innen nach Geschlecht

4.3.2 Die Gründerinnen – Wissen und Erfahrungen

- Ausbildungsstand

In der Ausbildung gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Frauen haben vermehrt Berufs- und Handelsschulabschlüsse, Männer haben häufiger akademische Qualifikationen. Inklusiv der PhD ist dieser Anteil rund 13 Prozentpunkte höher.

Dies kann vermutlich teilweise auf die sich verändernde Gesellschaft zurückgeschlossen werden. Die Anteile von Frauen an Hochschulen steigen seit 30 Jahren stetig an, von 38,8% 1990 auf 51,8% 2021 (Bundesamt für Statistik, 2021). Wir erwarten deshalb, dass dieser Unterschied in den Abschlüssen der Gründerinnen und Gründern sich über die nächsten Jahre annähern wird.

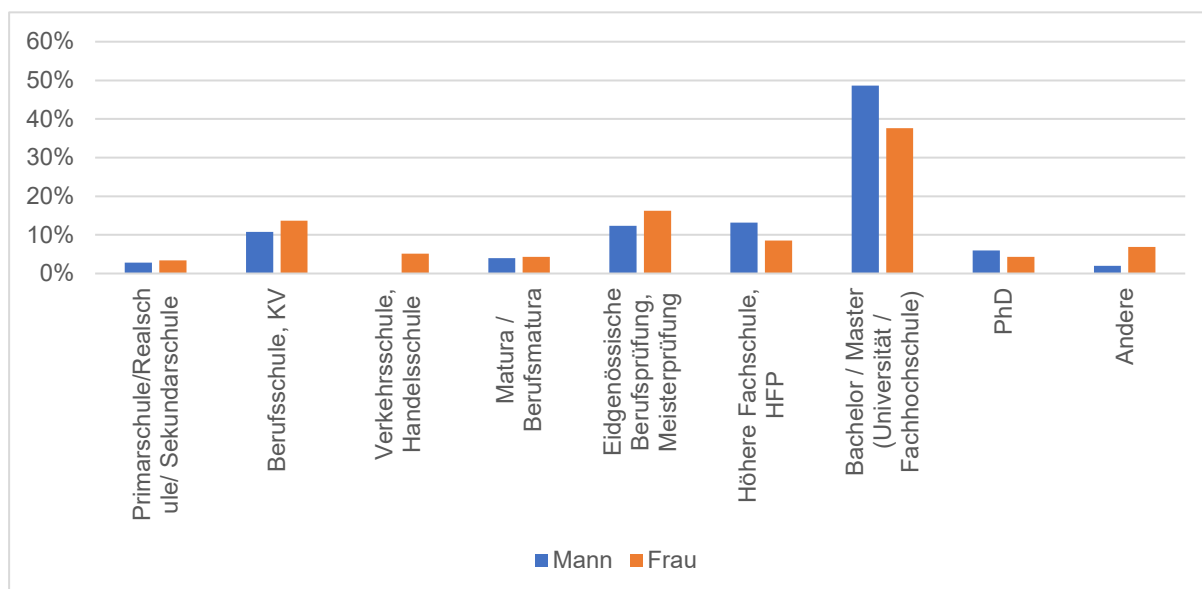


Abbildung 7: Ausbildungsstand der Gründer*innen nach Geschlecht

- Berufs- und Managementenerfahrung

Männliche und weibliche Selbständige haben ähnliche Berufserfahrung vor der Selbständigkeit. Gründer haben im Schnitt knapp ein Jahr mehr Erfahrung als Frauen, und nur 0,4 Jahre mehr im heutigen Tätigkeitsfeld. Dies zeigt, dass trotz teilweise noch vorherrschender Rollenverteilung die Frauen ähnlich viel Berufserfahrung sammeln konnten wie die Männer.

	Mann	Frau
Anzahl Jahre Berufserfahrung	22.8	21.9
Davon im heutigen Tätigkeitsfeld	13.0	12.6

Tabelle 1: Berufserfahrung der Gründer*innen nach Geschlecht

Frauen haben insgesamt etwas seltener eine Managementausbildung absolviert. Der Unterschied liegt vor allem in den Nachdiplomstudien, die viel häufiger von Männern absolviert wurden. Im Bereich der Weiterbildungskurse sind die Frauen leicht in der Überzahl.

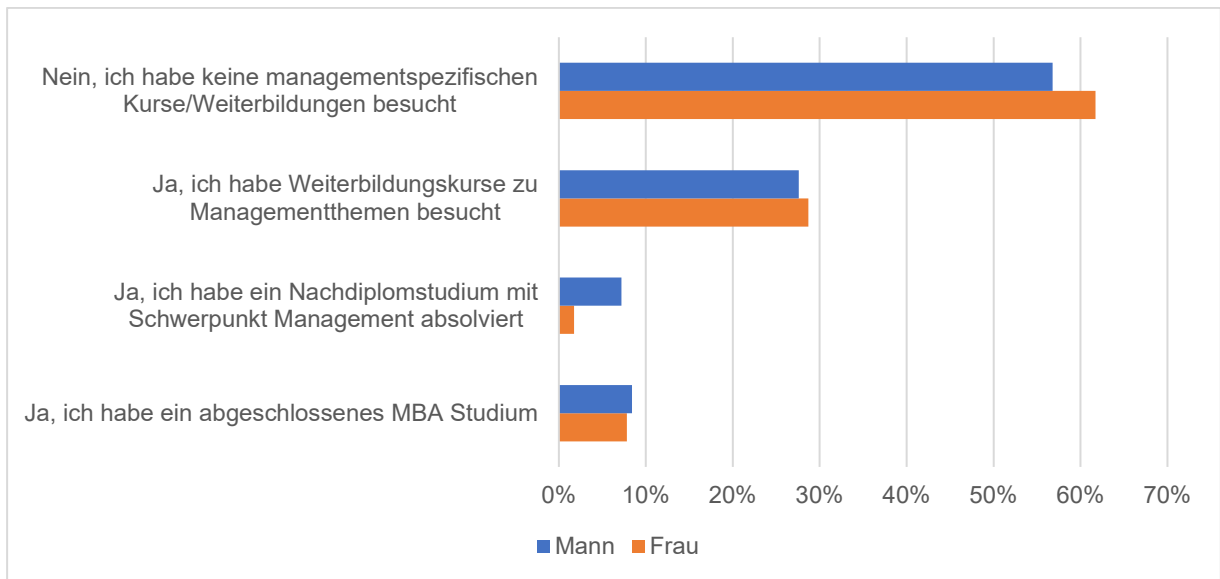


Abbildung 8: Managementausbildungen der Gründer*innen 2020

- Funktionsstufe und Branche vor der Selbständigkeit

Bei der Funktionsstufe zeigen sich grosse Unterschiede. So sind Frauen viel seltener im oberen Kader aktiv (34% vs. 15%), sind dafür stärker im mittleren Kader vertreten (38% vs. 25%). Ebenfalls haben Frauen häufiger keine Führungsverantwortung in der letzten Position vor der Selbständigkeit.

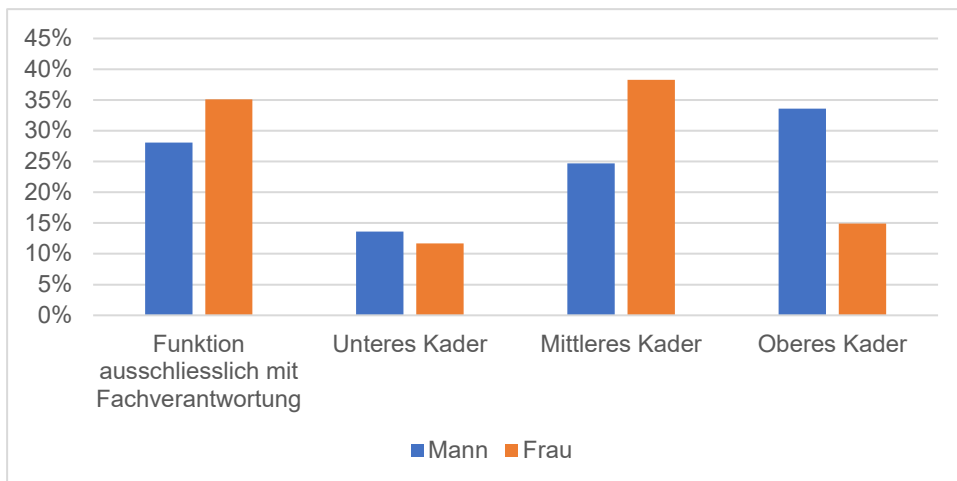


Abbildung 9: Funktionsstufe der Gründer*innen vor der Gründung nach Geschlecht

Gründer sind häufiger in der gleichen Branche angestellt vor der Selbständigkeit als Gründerinnen. Diese sind dafür etwas häufiger schon zuvor selbständig in der gleichen Branche, insgesamt waren jedoch jeweils 8% beider Geschlechter zuvor selbständig. Ebenfalls waren Frauen vor der Selbständigkeit verstärkt im Haushalt/Kinder beschäftigt, machten eine Weiterbildung oder waren arbeitslos.

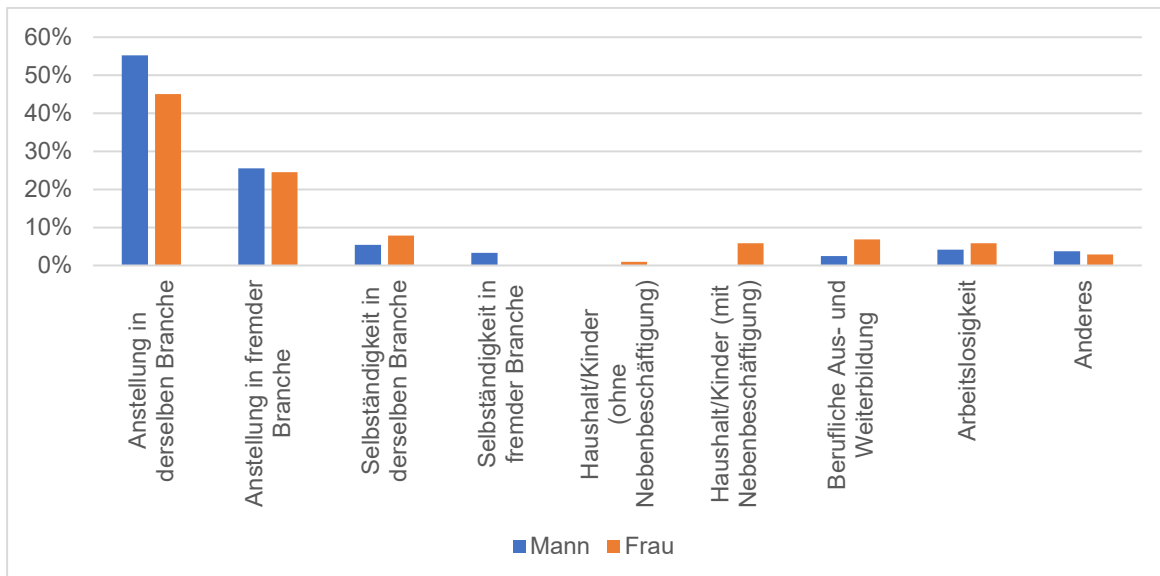


Abbildung 10: Tätigkeit vor der Selbständigkeit 1999, 2009 und 2020

- Wissen über die Selbständigkeit

Knapp 40% der Gründungspersonen haben vor der Selbständigkeit kein Vorwissen zum Thema, wobei die Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern klein sind. Die grösseren Unterschiede sind in den Bereichen, von wo das Vorwissen kommt. Männer waren häufiger schon zuvor selbständig oder konnten sich durch andere berufliche Tätigkeiten entsprechendes Wissen aneignen, während Frauen ihr Wissen verstärkt durch Verwandte und Bekannte bekommen haben.

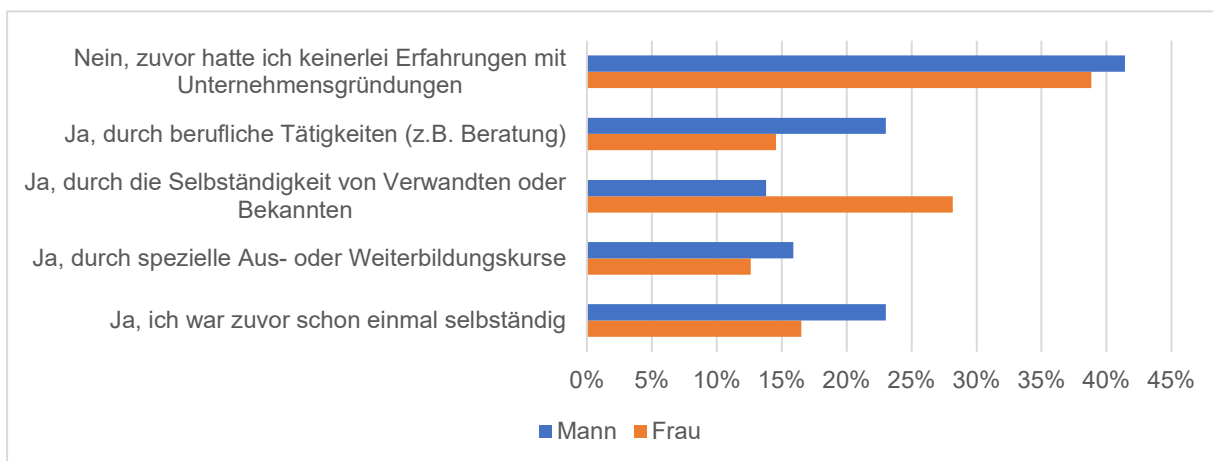


Abbildung 11: Wissen über die Selbständigkeit vor der Gründung nach Geschlecht

- Know-How bei der Gründung

Die Gründer*innen sind gut vorbereitet auf die Selbständigkeit und haben gute Vorkenntnisse in den verschiedenen Bereichen der Unternehmensführung. Am stärksten schätzen sich Gründerinnen wie auch Gründer in

den Bereichen Kundenservice und Organisation. Die Frauen sind ausserdem sehr stark im Zeit- und Selbstmanagement, während die Männer sich vermehrt im IT-Bereich als gut einschätzen.

Die Problembereiche sind bei beiden Geschlechtern gleich und beziehen sich auf die Kapitalbeschaffung, Buchhaltung und Werbung/ Marketing.

Insgesamt gibt es einige grössere Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Bei den folgenden Bereichen hat jeweils ein Geschlecht mindestens 5 Prozentpunkte mehr Personen, welche ihr Know-How als gut einschätzen.

Männer:	Frauen:
<ul style="list-style-type: none"> • Führung • Produktion / Leistungserstellung • Produktgestaltung- und entwicklung • Computer / Internet • Innovationsmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitmanagement / Selbstmanagement • Buchhaltung / Rechnungswesen • Einkauf / Beschaffung • Kundenservice / Kundenbetreuung

4.3.3 Die Gründerinnen – Motive

Die Analyse der Motive für die Selbständigkeit zeigt grosse Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Das wichtigste Motiv der Gründerinnen ist das Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit, 78% geben dies als ein wichtiges Motiv an. Der Hauptgrund der Gründer hingegen ist die Unabhängigkeit mit 73%. Insgesamt sind alle Motive bei den Frauen stärker ausgeprägt, ausser dem besseren Einkommen. Über 15 Prozentpunkte Differenz gibt es in den Bereichen Selbstverwirklichung, flexiblere Zeiteinteilung und Schaffung eines Arbeitsplatzes an geeigneter Lage. Ebenfalls grössere Unterschiede gibt es bei den familiären Gründen, welche für 17% der weiblichen Selbständigen sehr wichtig sind, verglichen mit nur 7% bei den männlichen Kollegen.

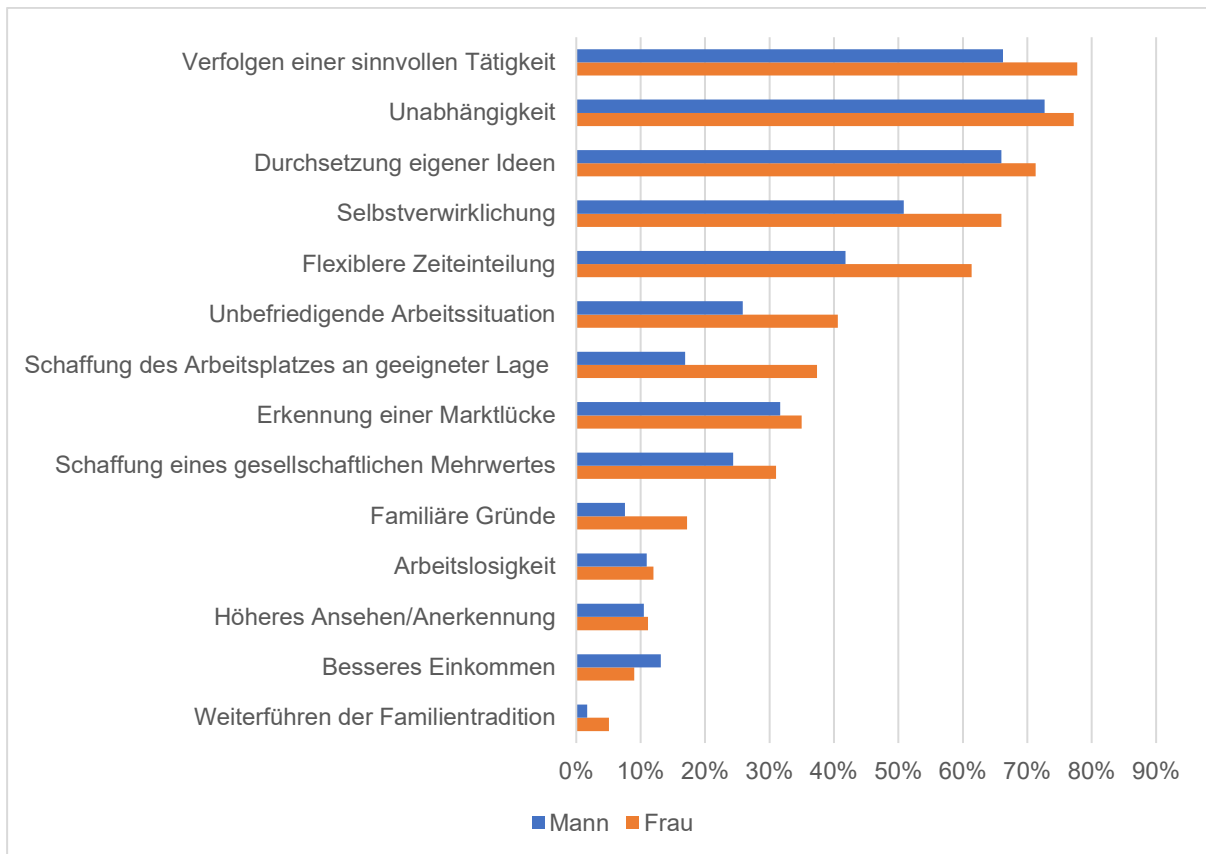


Abbildung 12: Motive mit der Nennung «sehr wichtig» in % nach Geschlecht

4.3.4 Die neuen Unternehmen – Wege

- Wege in die Selbständigkeit

Der grosse Teil der neuen Selbständigen hat ein neues Unternehmen «auf der grünen Wiese» gegründet, sei es allein oder mit anderen zusammen. Dabei gründen Frauen eher allein als Männer, Gründerinnen starten 10 Prozentpunkte häufiger alleine als Männer.

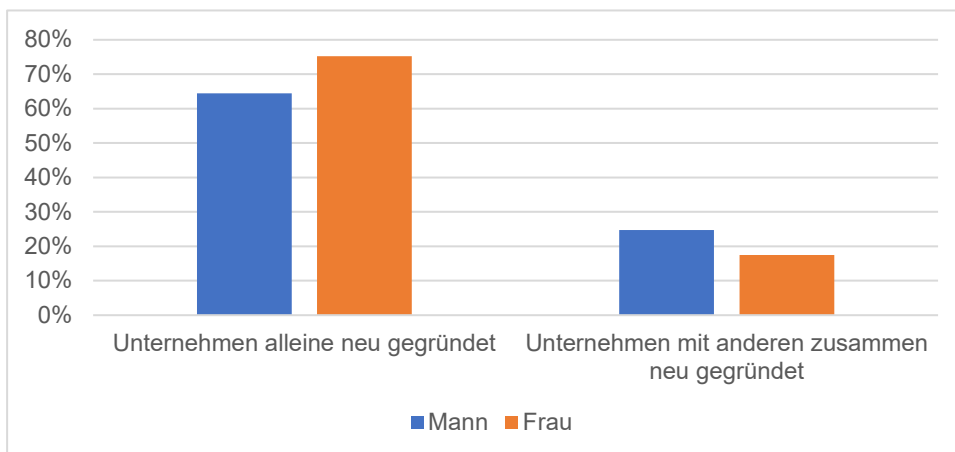


Abbildung 13: Weg in die Selbständigkeit 2020

4.3.5 Die neuen Unternehmen – Unterstützung und Vorbereitung

- Unterstützung durch Anspruchsgruppen

Die neuen Selbständigen haben vor allem Unterstützung durch nahestehende Anspruchsgruppen in Anspruch genommen. Dabei gibt es vor allem zwei Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Frauen zählen vermehrt auf die Unterstützung durch die Familie und/oder die Partnerin/den Partner. Vor allem finanziell unterstützt diese Anspruchsgruppe die Gründerinnen rund 10 Prozentpunkte häufiger.

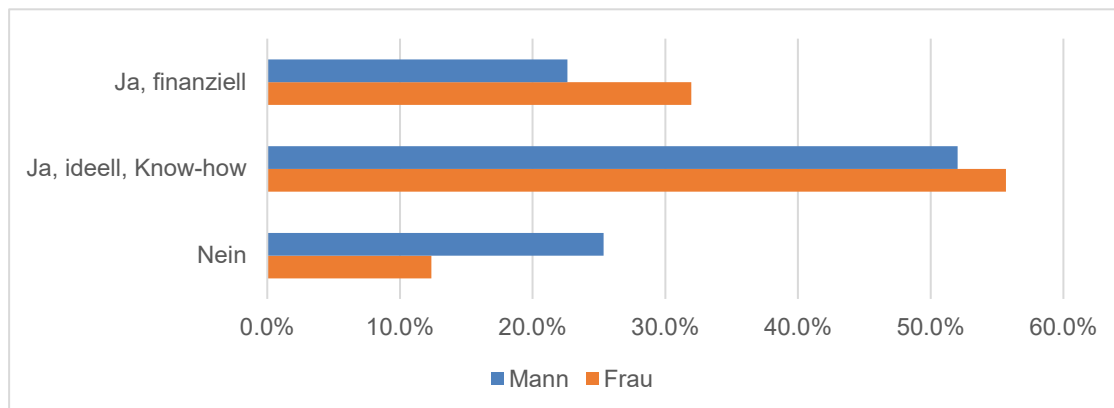


Abbildung 14: Unterstützung durch Anspruchsgruppen: Familie/Partner*in

Ebenfalls bekommen Unternehmerinnen viel stärkere Unterstützung durch den Verwandten- und Bekanntenkreis, dies vor allem mit Know-how.

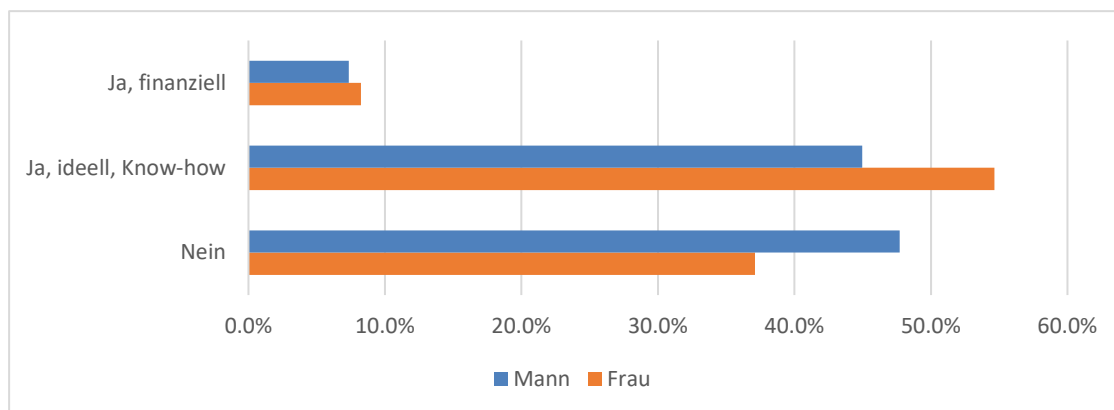


Abbildung 15: Unterstützung durch Anspruchsgruppen: Bekannte / Verwandte

- Mit welchen Themen haben sich die Gründungspersonen in der Vorbereitung beschäftigt?

Wichtig für jedes Unternehmen ist eine seriöse Vorbereitung, von der Entwicklung einer Geschäftsidee, über die Analyse der Konkurrenz bis zum Aufbau eines guten Teams.

Hierbei gibt es grosse Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern. Die weiblichen Selbständigen haben sich mit allen 11 Themen viel intensiver auseinandergesetzt.

Am stärksten sind die Unterschiede in der Entwicklung der Geschäftsidee (67% vs. 51%), der Entwicklung des Produkts, der Dienstleistung oder des Verfahrens (67% vs. 52%) und in der Finanz- und Liquiditätsplanung (56% vs. 42%).

Hier stellt sich die Frage nach den Gründen. Einerseits könnte man argumentieren, dass Männer mehr Vorwissen haben, was allerdings die Fragen nach dem Vorwissen und der Berufserfahrung nicht bestätigen. Frauen haben ein Vorwissen auf gleichem Level und nur geringfügig weniger Berufserfahrung. Vielmehr liegt die Vermutung nahe, dass die Gründerinnen sich schlicht und einfach sorgfältiger vorbereiten, vorgängig mehr Abklärungen tätigen und sich mit mehr Eventualitäten beschäftigen. Im Einklang mit Mütze kann gesagt werden, dass Gründerinnen vorsichtiger vorgehen und sich seriöser vorbereiten (Mütze, 2020, S. 49).

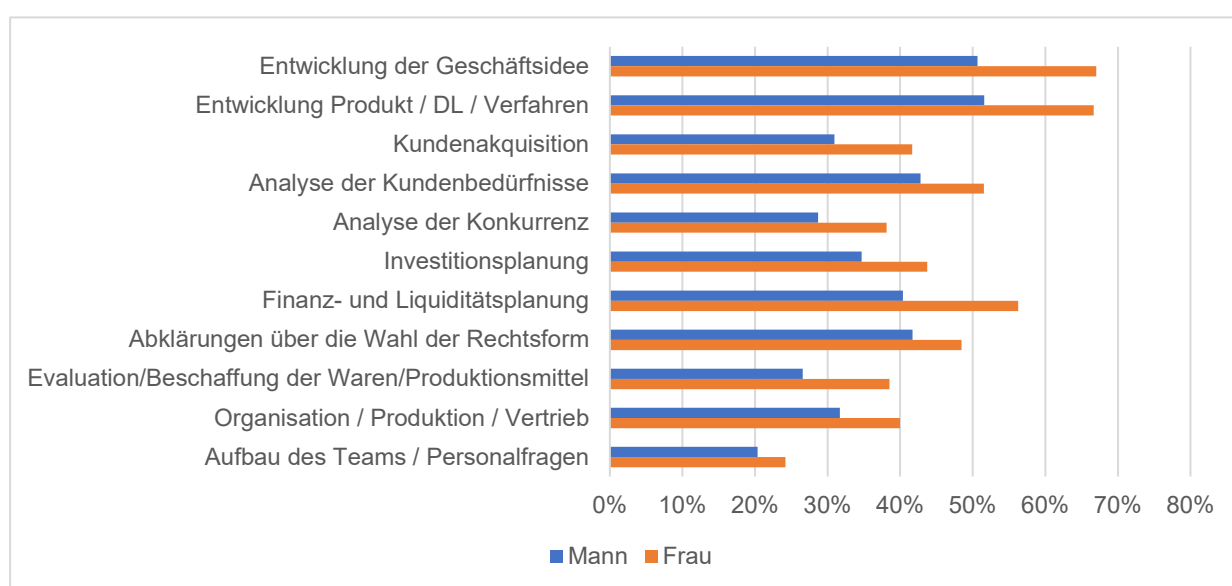


Abbildung 16: Mit welchen Themen sich Gründer*innen in der Vorbereitung intensiv beschäftigt haben

- Wer sind die Kund*innen?

Gründerinnen fokussieren viel stärker auf das B2C-Geschäft – 75% zählen Privatpersonen zu ihren hauptsächlichen Kund*innen, während dies bei Gründern nur 50% sind. Dafür haben Gründer einen stärkeren Fokus auf KMU und Grossunternehmen.

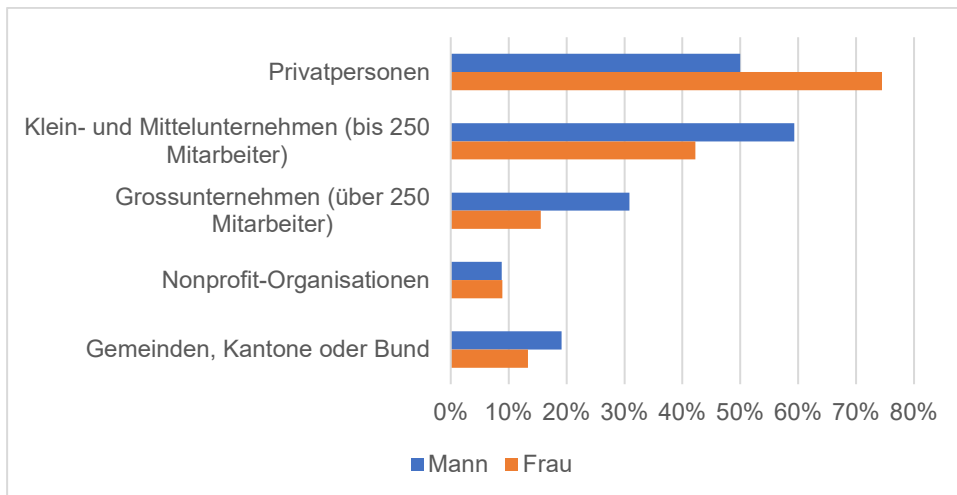


Abbildung 17: Aufteilung der Kundengruppen in % 1999, 2009 und 2020

- Räumliche Ausdehnung des Marktes

Grössere Unterschiede gibt es auch bei der räumlichen Ausdehnung des Marktes. Frauen beschränken sich eher auf die Umgebung, Männer sind hingegen viel häufiger in der ganzen Schweiz oder gleich weltweit tätig.

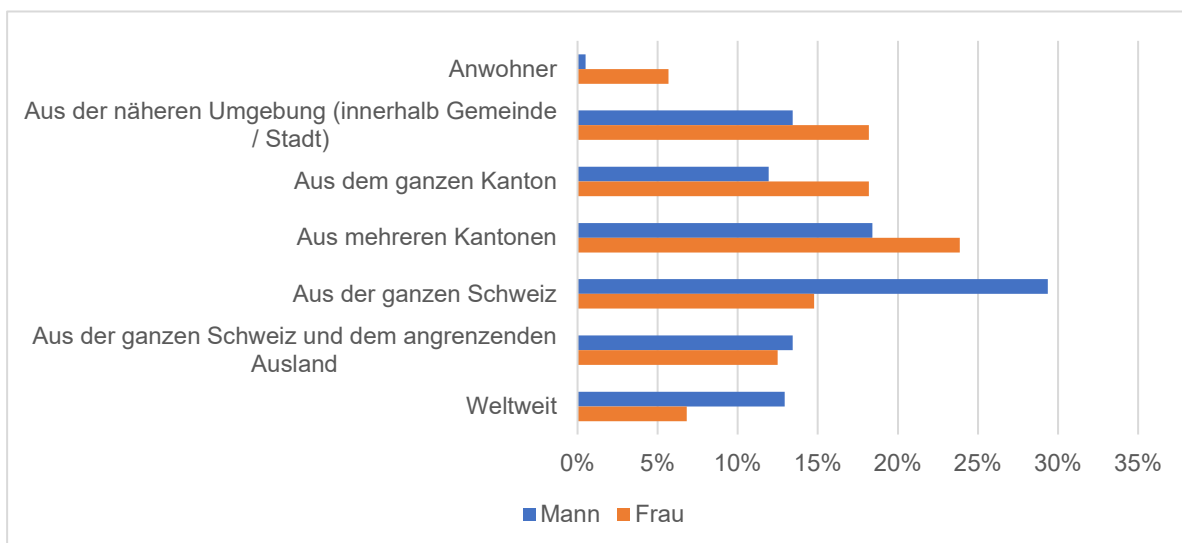


Abbildung 18: Räumliche Ausdehnung des Marktes 2020

4.3.6 Die neuen Unternehmen – Arbeitszeit, Angestellte, Kapital

- Arbeitszeit der Gründungspersonen

Bei der durchschnittlichen wöchentlichen Arbeitszeit gibt es grosse Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Dafür könnte es zwei Erklärungen geben. Einerseits haben Frauen häufiger Nebentätigkeiten. Rund 37% ar-

beiten noch neben der Selbständigkeit verglichen mit 27% bei den Männern. Ebenfalls könnte die Familienbetreuung, die immer noch stärker in den Händen der Frauen ist, Frauen von einem höheren Stundeneinsatz abhalten.

	Mann	Frau
Arbeitszeit bei der Gründung	46.7	42.8
Arbeitszeit heute	41.7	34.5

Tabelle 2: Arbeitszeit pro Woche in Stunden der Gründer*innen nach Geschlecht

- Nebentätigkeit

Allerdings muss man bei dieser Statistik auch die Nebentätigkeiten in Betracht ziehen. Der Anteil der neuen Selbständigen, der noch einen Nebenjob hat, ist stark gestiegen und beträgt heute rund 33 % (2009: 20 %, 1999: 13 %). Diese Arbeit kann zwischen 5 und 100 % ausmachen und beträgt im Mittel 60 % (2009: 50 %). Wobei 37% der Frauen und 27% der Männer noch eine Nebentätigkeit haben. Insgesamt ist der Anteil der Gründungspersonen, welche nicht voll auf die Selbständigkeit setzen, sondern noch einer Haupt- oder Nebenbeschäftigung nachgehen, in den letzten 20 Jahren deutlich angestiegen ist. Zudem sind auch hier die Frauen übervertreten, was wiederum darauf hindeutet, dass Frauen vorsichtiger vorgehen und weniger (hier finanzielle) Risiken eingehen und häufiger einer Nebenbeschäftigung nachgehen.

Diese Statistiken zeigen, dass die neuen Unternehmer*innen zwar weniger Zeit für ihre Firma aufwenden, dafür aber vermehrt Nebentätigkeiten nachgehen mit einem immer höheren Pensum. Die aufsummierte Arbeitszeit der neuen Selbständigen beträgt somit rund 50 Stunden pro Woche.

- Anzahl der Angestellten bei der Gründung und heute

Die neuen Selbständigen starten grossmehrheitlich klein und bleiben auch klein. Dabei starten Frauen mit leicht mehr Angestellten. Beim heutigen Stand – im Durchschnitt 3,5 Jahre nach der Gründung – sind jedoch die Unternehmen von Gründern stärker gewachsen. Während sich der Anteil der Frauen ohne Angestellten nur leicht senkt, stellen 21% der Männer mindestens eine*n Mitarbeiter*in ein. So ist dann auch der Anteil der Gründer bei allen weiteren Kategorien stärker gestiegen.

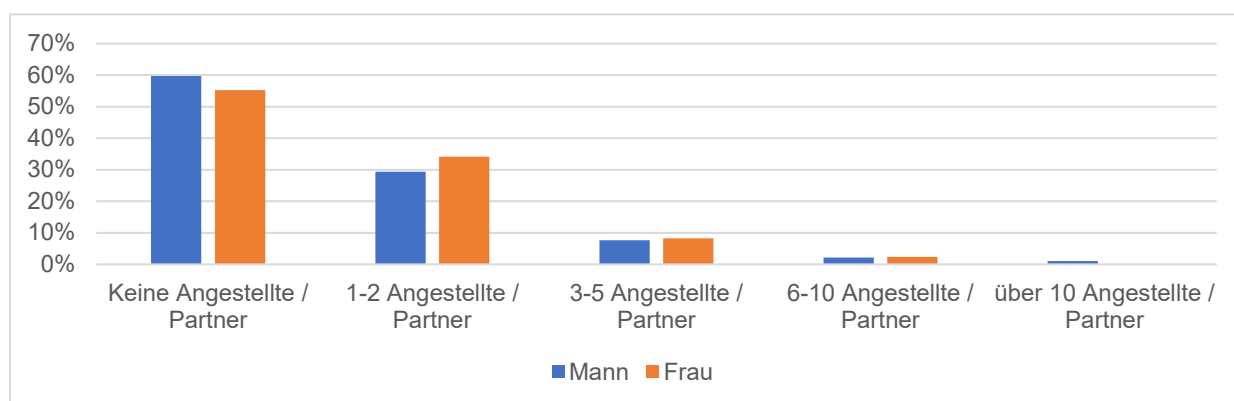


Abbildung 19: Anzahl Angestellte bei der Gründung

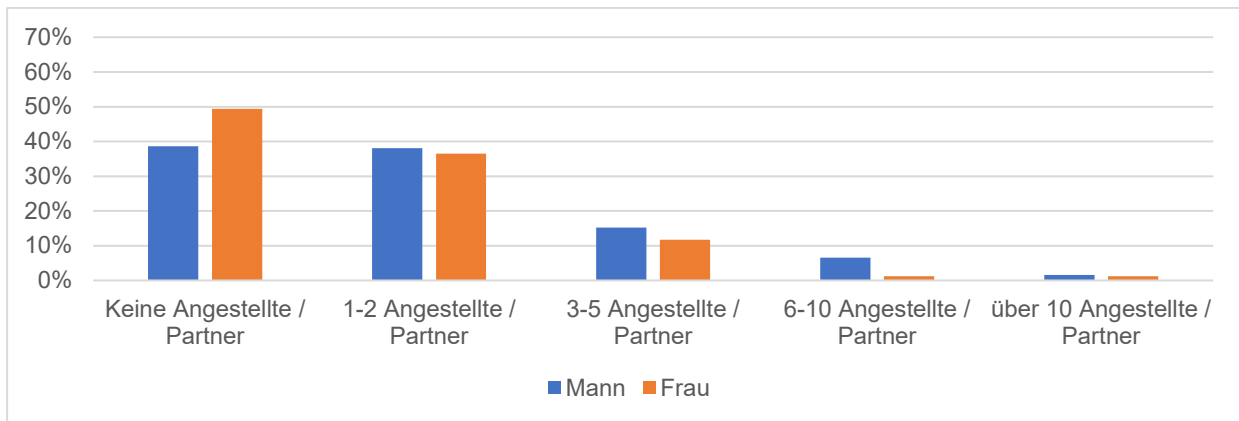


Abbildung 20: Anzahl Angestellte heute

- Kapital bei Gründung und heute

Beim eingesetzten Kapital (Fremd- und Eigenkapital) zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei den Angestellten. Die grosse Mehrheit benötigt bei der Gründung weniger als 50'000 CHF, wobei Gründerinnen etwas kleiner starten, jedoch stärker in der Gruppe von 100'000 bis 200'000 CHF sind. Verglichen mit dem heutigen Stand wird auch hier ersichtlich, dass Unternehmen von Frauen weniger stark wachsen. Bei der Gründung haben noch je 10% mehr als 100'000 CHF investiert. Beim heutigen Stand sind es rund 25% der Männer verglichen mit 14% der Frauen.

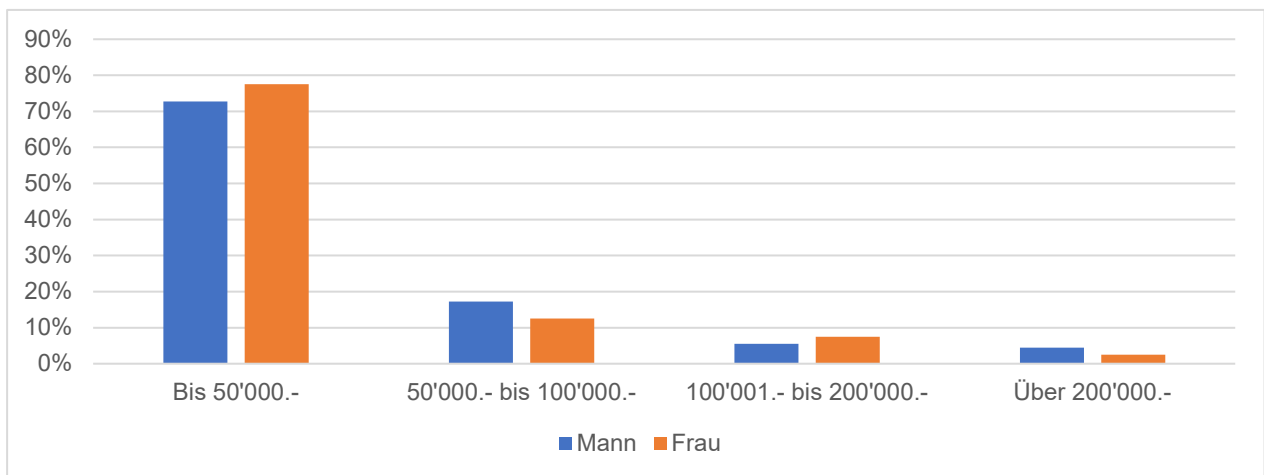


Abbildung 21: Eingesetztes Kapital bei der Gründung

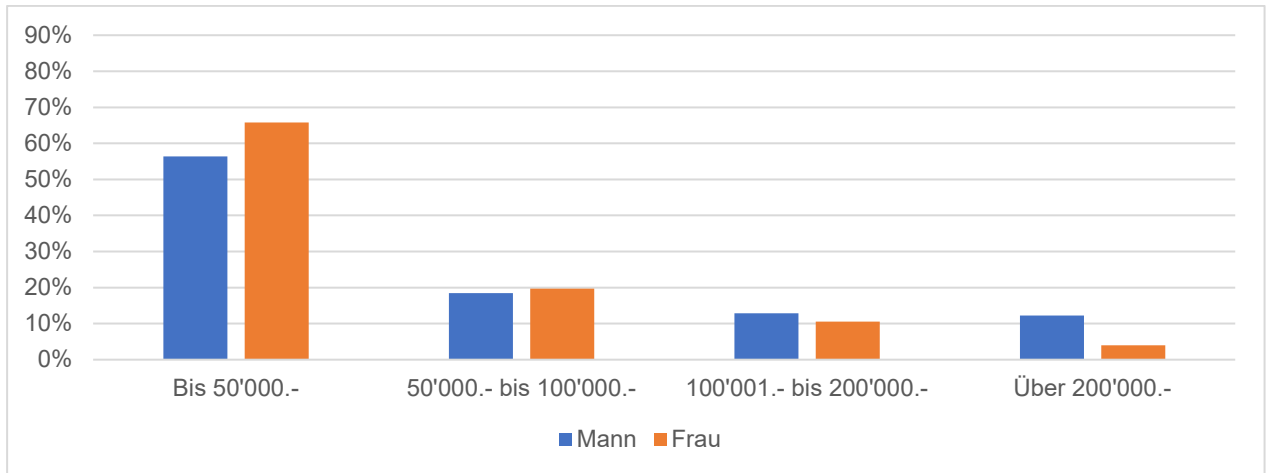


Abbildung 22: Eingesetztes Kapital heute

Das Kapital kommt zum grossen Teil von den Gründer*innen selbst. Bei der Gründung halten 77 % der Unternehmer und 73% der Unternehmerinnen das Kapital zu 100 % in den eigenen Händen, per Ende 2019 sinkt dieser Anteil nur leicht auf 74% respektive 69%.

4.3.7 Die neuen Unternehmen – Schwierigkeiten und Lösungsansätze

- Schwierigkeiten

Jede*r Selbständige wird im Laufe der Geschäftstätigkeiten mit Schwierigkeiten konfrontiert werden in verschiedenen Bereichen. Die Probleme der befragten Gründerinnen und Gründern unterscheiden sich dabei nur geringfügig. Beide Geschlechter haben die grössten Probleme im Marketingbereich, in dem rund 60% mittlere bis grosse Probleme haben. Der zweite grosse Problembereich ist die Preisfest und -durchsetzung, wobei dies einer der zwei Bereiche ist mit grossem Unterschied. So geben 52% der Frauen an, mittlere bis grössere Probleme zu haben, verglichen mit 42% bei den Männern.

Der zweite Bereich mit grossen Unterschieden ist die Buchhaltung. 36% der Gründer haben hier mittlere bis grosse Probleme, während es bei den Gründerinnen 27% sind.

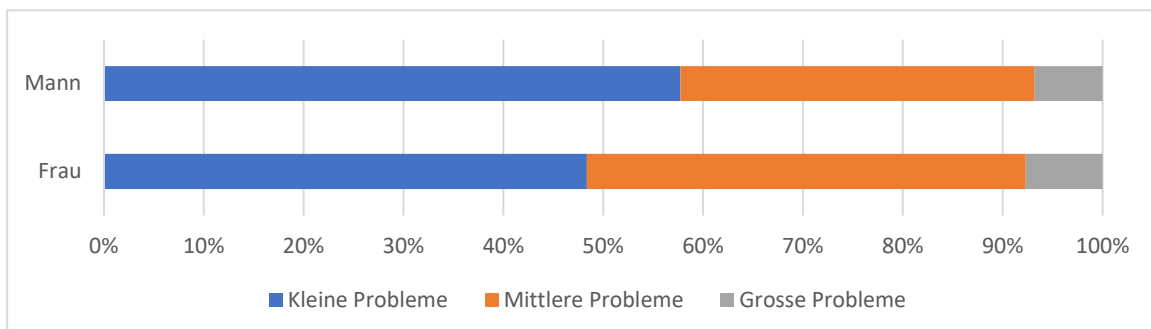


Abbildung 23: Auftretende Schwierigkeiten: Preisfest und -durchsetzung

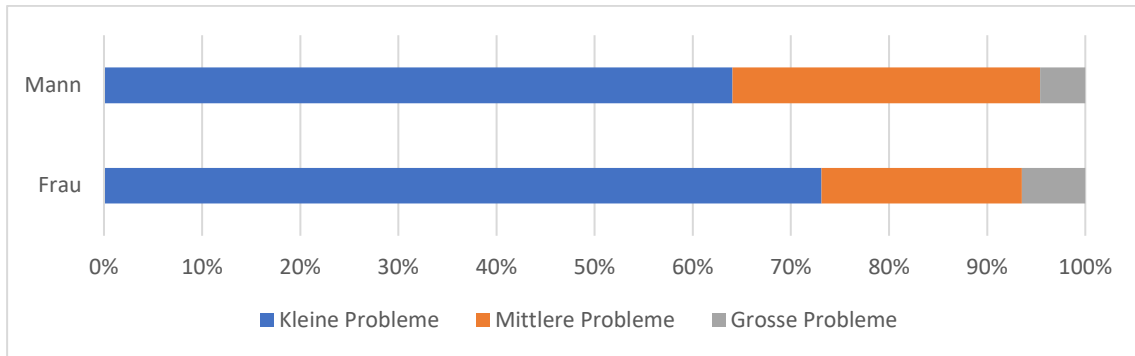


Abbildung 24: Auftretende Schwierigkeiten: Buchhaltung und Rechnungswesen

- Wie wurden Lösungen gefunden?

Um die auftretenden Schwierigkeiten zu lösen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Für Gründerinnen und Gründer steht die Unterstützung von Verwandten und Bekannten an erster Stelle, gefolgt von externer Hilfe durch Berater, Treuhänder oder ähnliches. Gründerinnen suchen noch häufiger Hilfe bei Verwandten und Bekannten als Gründer und lassen sich auch häufiger von Wirtschaftsförderungs-Stellen beraten. Gründer hingegen gehen vermehrt geschäftliche Kooperationen ein zur Lösung von Problemen.

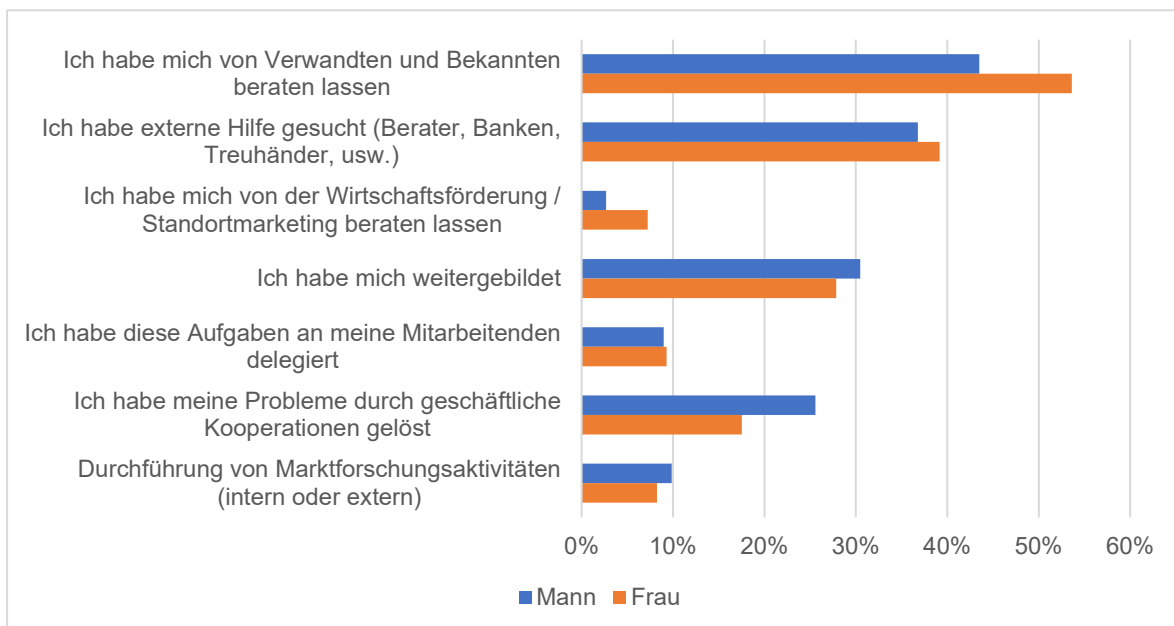


Abbildung 25: Lösung der Schwierigkeiten nach Geschlecht

4.3.8 Die neuen Unternehmen – Innovationen

Gründerinnen sind insgesamt weniger innovativ als Gründer. Je 12 Prozentpunkte weniger haben neue Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren entwickelt. Im Bereich der Social oder Sustainable Start-ups sind die Verhältnisse ausgeglichen, wobei Frauen etwas häufiger die Lösung oder Verringerung eines gesellschaftlichen Problems im Vordergrund haben und nicht primär rein kommerzielle Interessen verfolgen.

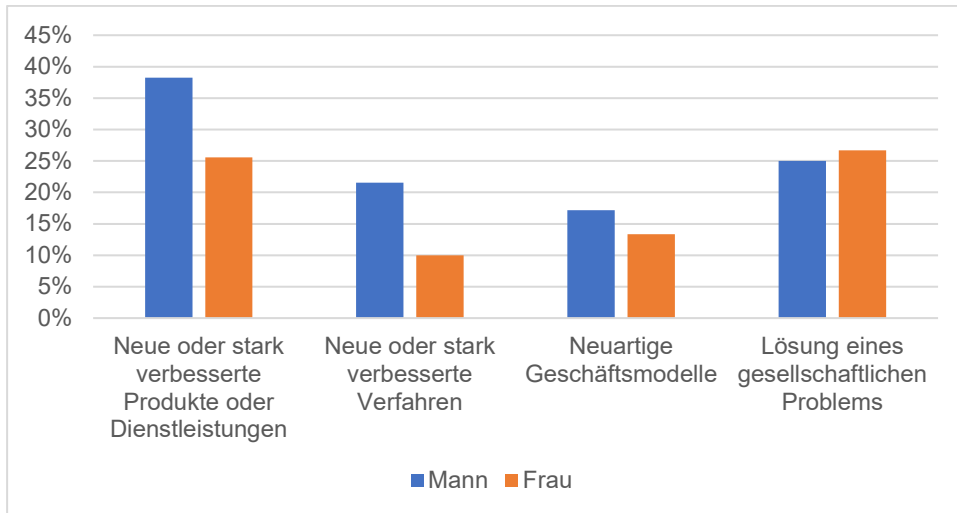


Abbildung 26: Innovationen der neuen Unternehmen nach Geschlecht

4.3.9 Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit

Die neuen Selbständigen schätzen sich über alle Erfolgskriterien als erfolgreich ein, wobei der Geschlechterunterschied klein ist. Insgesamt schätzen sich 77% der Gründer und 76% der Gründerinnen als eher oder sehr erfolgreich ein. Die höchsten Werte erreicht die persönliche Zufriedenheit mit 88% eher oder sehr erfolgreichen Voten. Hierbei haben die Frauen einen signifikant höheren Anteil, der sich als sehr erfolgreich bezeichnet.

Im finanziellen Bereich sind die Männer erfolgreicher, ebenso in der Innovationsfähigkeit. Letzteres passt auch zu Punkt 4.3.8, der zeigt, dass Gründer innovativer sind als Gründerinnen.

Die weiblichen Selbständigen sind dafür mit der Entwicklung im Bereich der Mitarbeitenden zufriedener als ihre männlichen Kollegen. Wobei man bei der Anzahl Mitarbeitenden gesehen hat, dass Gründerinnen weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angestellt haben seit Gründung als Gründer. Dies bestätigt wiederum die Vermutung, dass Gründerinnen vorsichtiger zu Werke gehen, deshalb ihre Start-ups auch lieber klein halten und weniger oft Mitarbeitende anstellen wollen.

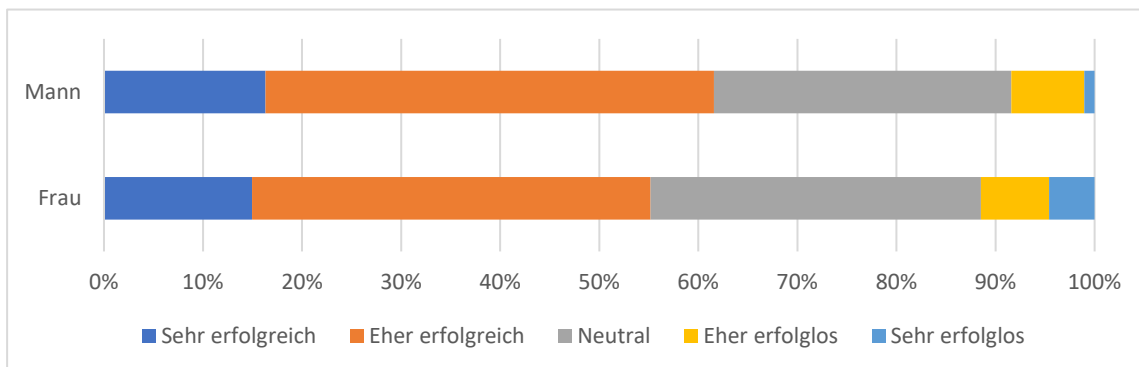


Abbildung 27: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Umsatz

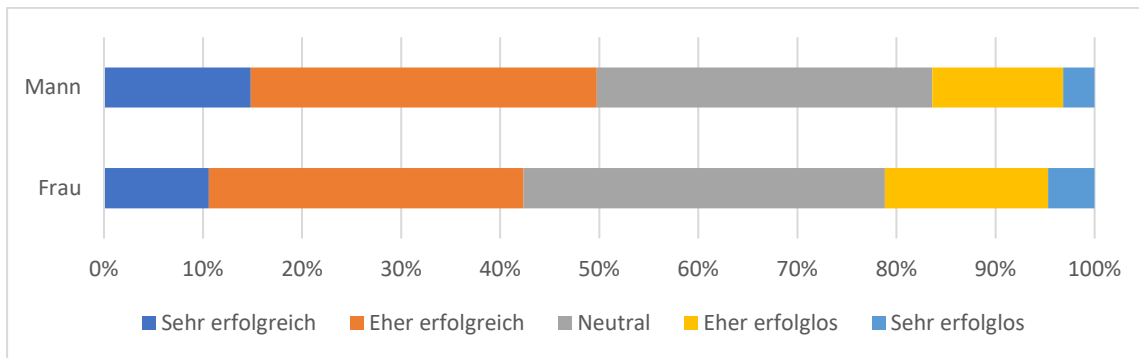


Abbildung 28: Erfolg der Selbständigkeit: Finanzielle Situation (Gewinn)

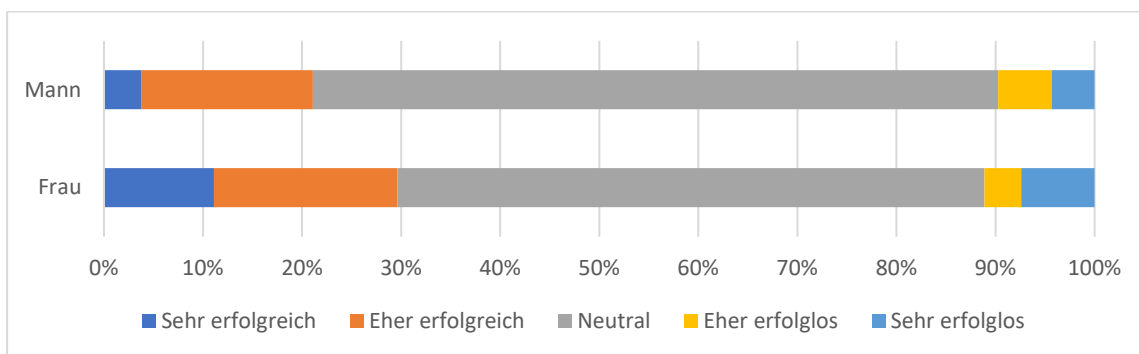


Abbildung 29: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Anzahl Mitarbeiter

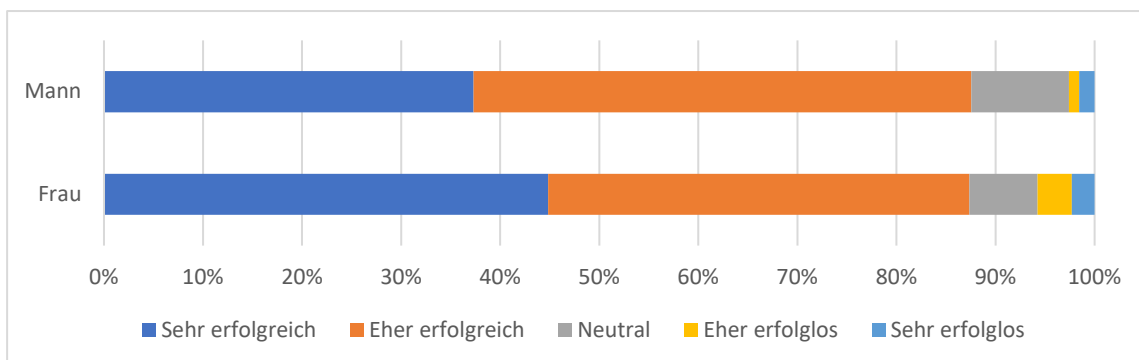


Abbildung 30: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Persönliche Zufriedenheit

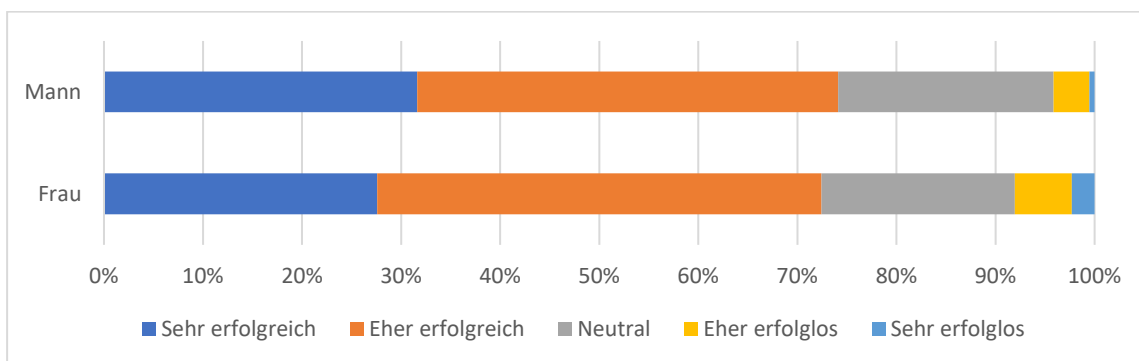


Abbildung 31: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Zukunftsaussichten

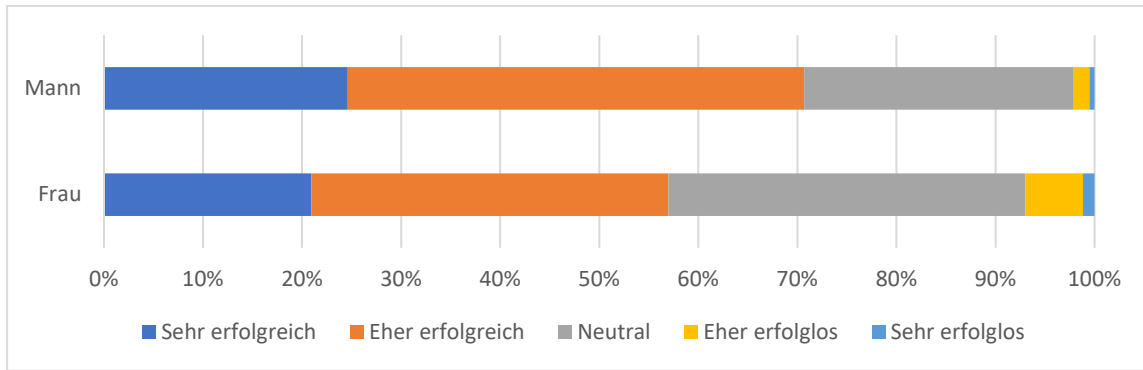


Abbildung 32: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Innovationsfähigkeit

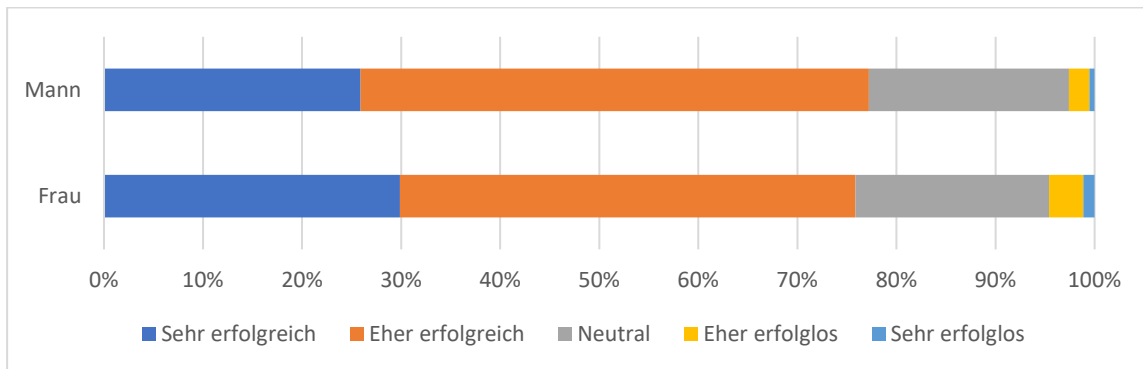


Abbildung 33: Erfolg der unternehmerischen Selbständigkeit: Insgesamt

- Aufgabe der Selbständigkeit bei Angebot aus der Wirtschaft?

Die grosse Zufriedenheit zeigt sich auch bei der Frage, ob ein gutes Jobangebot angenommen werden würde oder nicht, wobei die Gründerinnen dies eher bejahen. Rund 17% würden in den Arbeitsmarkt zurückkehren, verglichen mit nur 8% bei den Männern.

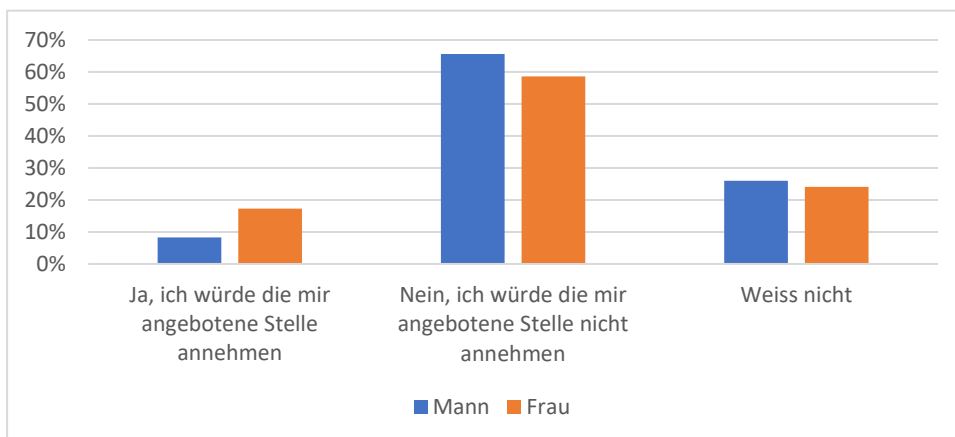


Abbildung 34: Aufgabe der Selbständigkeit bei attraktivem Angebot aus der Wirtschaft 1999, 2009 und 2020

- Verdienst verglichen mit Angestelltenlohn

Der Verdienst der Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer ist im Durchschnitt niedriger als in einem vergleichbaren Angestelltenverhältnis. Dabei ist der Unterschied bei den Frauen viel grösser als bei den Männern. Frauen verzichten mit dem Schritt in die Selbständigkeit demnach auf deutlich mehr Einkommen als die Männer.

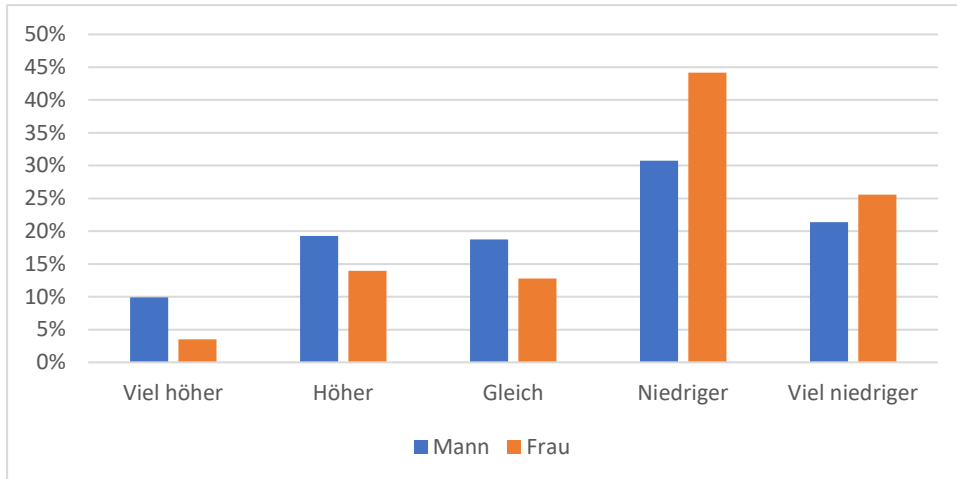


Abbildung 35: Vergleich des Salärs durch die Selbständigkeit mit dem Salär in einem ähnlichen Angestelltenverhältnis nach Geschlecht

- Chancen auf dem Arbeitsmarkt

Die neuen Selbständigen sehen für sich gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Frauen bewerten die Chancen seltener als gut (45% vs 55%), aber auch seltener als schlecht (20% vs 26%).

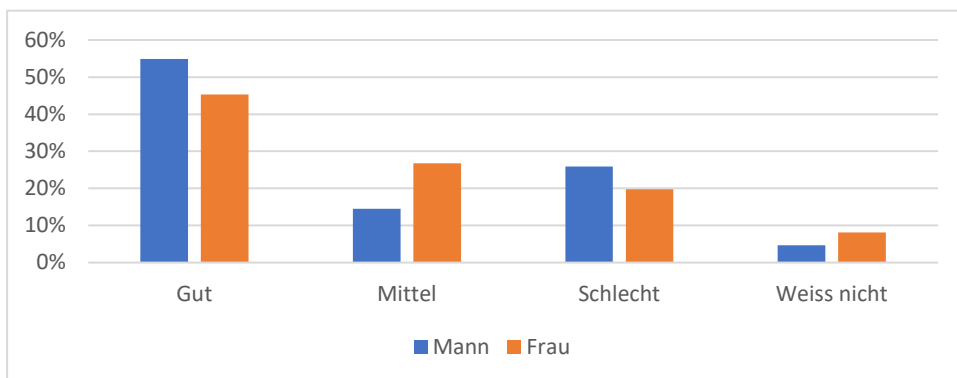


Abbildung 36: Einschätzung der Chancen auf dem Arbeitsmarkt 1999, 2009 und 2020

4.3.10 Entwicklungsperspektiven

Die Zukunftsaussichten für die nächsten zwei Jahre schätzen die neuen Selbständigen als sehr positiv ein. Gründerinnen erwarten dabei über alle Bereiche weniger starke Zunahmen. Die besten Aussichten werden im finanziellen Bereich gesehen. 81% der Männer und 77% der Frauen erwarten steigende Umsätze und 77% respektive 72% steigende Gewinne.

Gründer wollen vermehrt neue Personen einstellen, rund 20 Prozentpunkte häufiger als Gründerinnen. Auch in den Bereichen Anzahl Geschäftspartner*innen und externe Kooperationspartner*innen wollen Unternehmer stärker wachsen, während die Unternehmerinnen mehrheitlich so bleiben wollen wie heute.

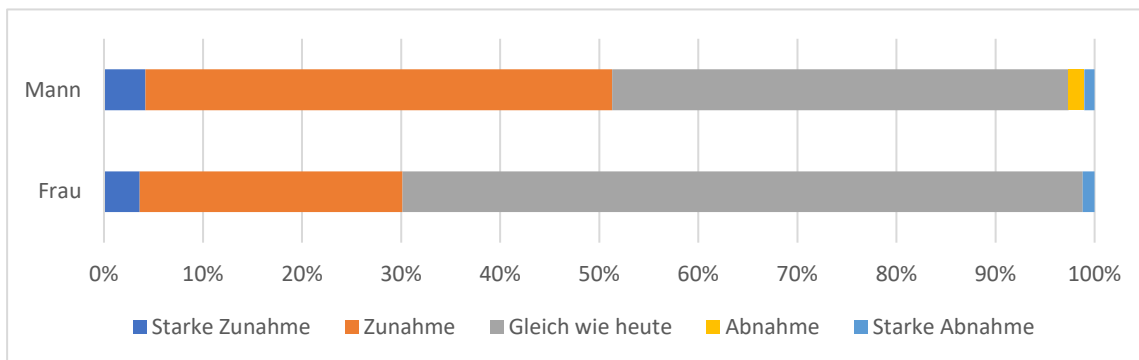


Abbildung 37: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren: Anzahl Angestellte

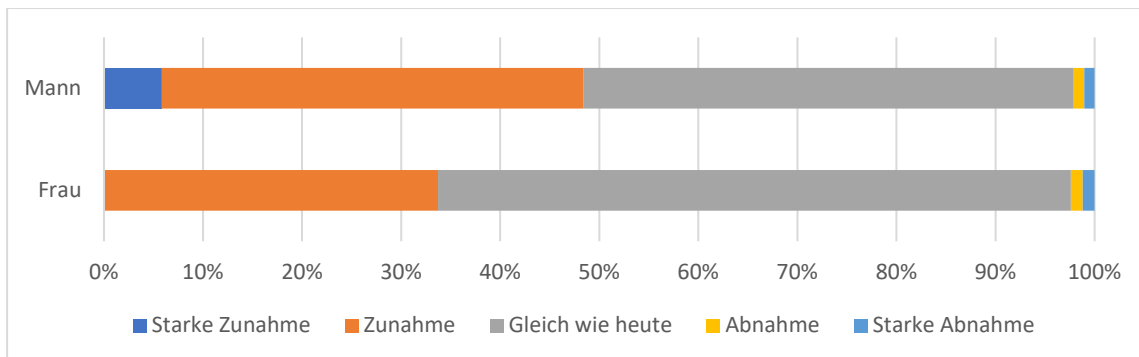


Abbildung 38: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren: Anzahl Geschäftspartner

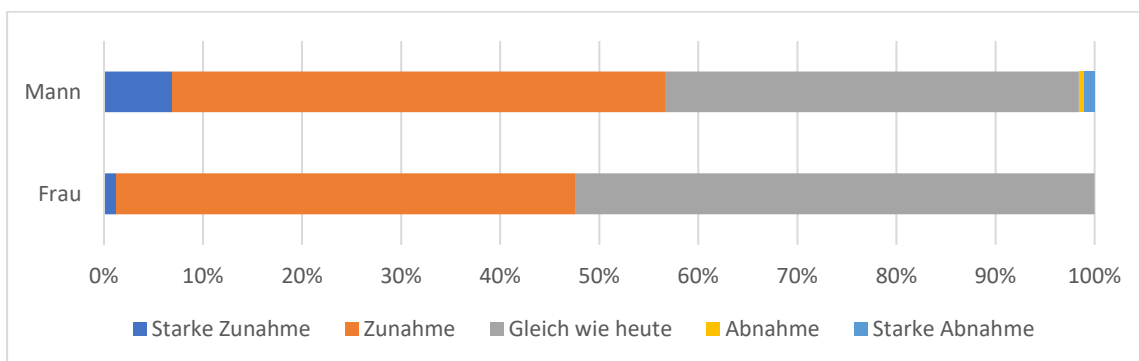


Abbildung 39: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren: Anzahl externer Kooperationspartner

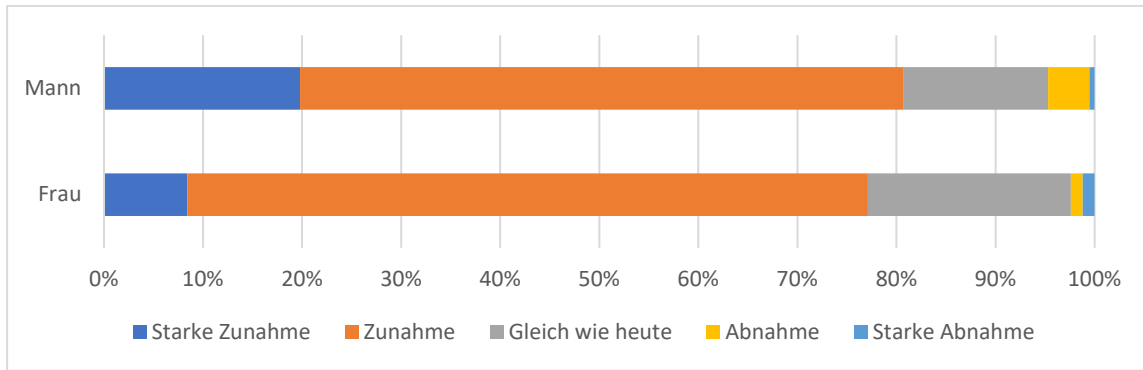


Abbildung 40: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren: Umsatz

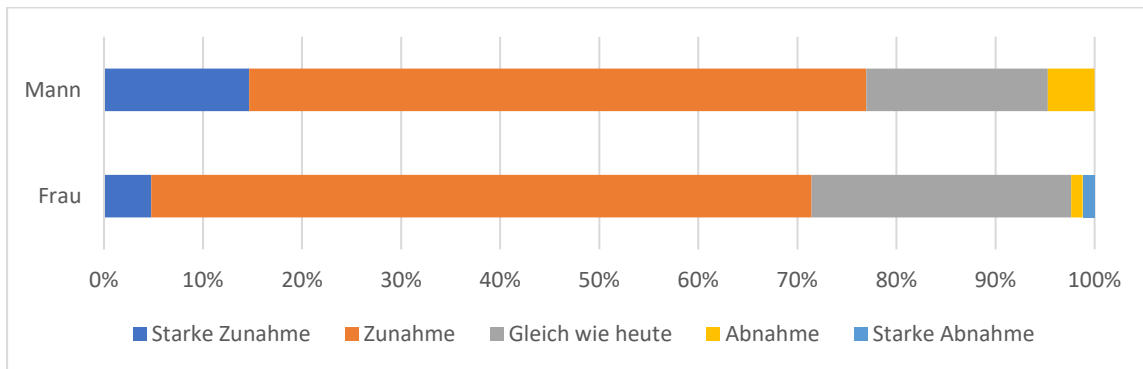


Abbildung 41: Erwartung der Entwicklung des Unternehmens in den nächsten zwei Jahren: Gewinn

- Zukünftig geplante Innovationen

Im Bereich der zukünftigen Innovationsfähigkeit erwarten die Gründer mehr Innovationen als Gründerinnen. Gründer sind bereits zum Zeitpunkt des Markteintritts deutlich innovativer als Gründerinnen. Dieser Unterschied verstärkt sich mit zunehmendem Alter der Start-ups laufend weiter.

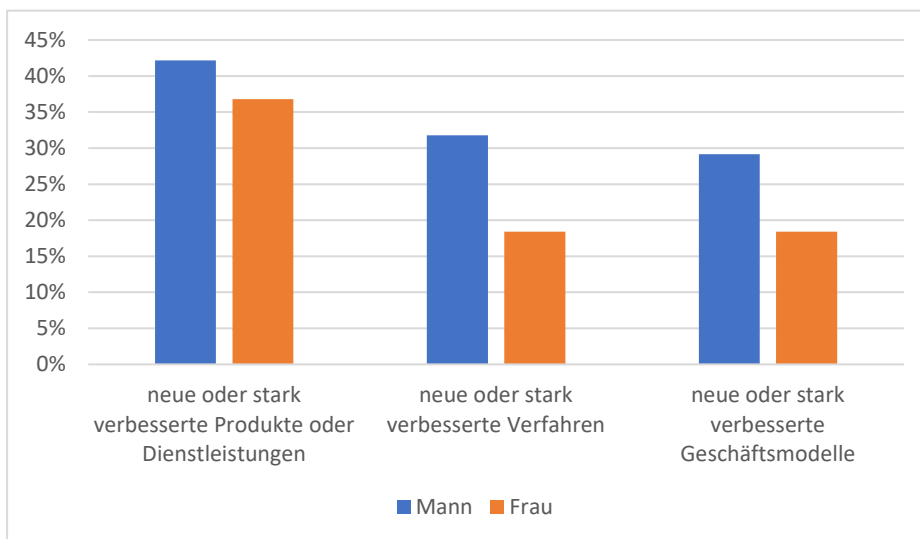


Abbildung 42: Erwartung von Innovationen in den nächsten zwei Jahren, nach Geschlecht

4.4 Ergebnisse

Aufgrund der erhobenen Daten können die Forschungsfragen beantwortet werden:

- Die Gründungsperson

Gründerinnen und Gründer starten ihre Unternehmen im ähnlichen Alter. So sind Männer bei der Gründung im Durchschnitt 41.4 Jahre alt, Frauen 40.8. Frauen gründen dabei häufiger zwischen 41 und 50 Jahren und viel seltener im Segment 50+.

Jungunternehmerinnen haben weniger akademische Abschlüsse und vermehrt Berufs- und Handelsabschlüsse. Dieser Unterschied dürfte sich jedoch über die nächsten 10 Jahren ausgleichen, da der Anteil der Frauen an Hochschulen stark gestiegen ist und es inzwischen eine weibliche Mehrheit gibt.

In ihrer bisherigen Berufslaufbahn haben beide Geschlechter ähnlich viel Erfahrung sammeln können. Gründerinnen waren vor der Gründung jedoch viel seltener im oberen Kader vertreten, dafür häufiger im mittleren Kader und in Positionen ohne Führungsverantwortung. Gründerinnen haben ebenfalls weniger Management-Ausbildungen absolviert.

Alle Gründungspersonen sahen sich insgesamt als gut vorbereitet für den Start ihres Unternehmens, mit ähnlichen Stärken und Schwächen. Es gibt einige Unterschiede. So sind Gründerinnen besser im Selbstmanagement und in der Buchhaltung, während Gründer sich im Bereich Führung und Produktion als besser vorbereitet einschätzen.

Gründerinnen haben sich im Vorfeld auch viel stärker mit allen Facetten der Unternehmensführung auseinandergesetzt. Die grössten Unterschiede sind dabei in der Entwicklung der Geschäftsidee und der Produkte/Dienstleistungen, sowie im Bereich der Finanz- und Liquiditätsplanung.

Das wichtigste Motiv für den Schritt in die Selbständigkeit unterscheidet sich. Bei Frauen ist dies das Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit, bei Männern ist es die Unabhängigkeit.

- Die neuen Unternehmen

Gründerinnen als auch Gründer starten in Bezug auf Angestellte und Kapital meist klein und wachsen auch nur langsam, wobei die Gründerinnen langsamer wachsen.

Ein Grund dafür dürfte die weniger investierte Arbeitszeit in das Jungunternehmen sein. Gründerinnen arbeiten bei der Gründung rund vier und heute rund sieben Stunden weniger für ihre Firma als Gründer. Ein wichtiger Punkt hierbei ist, dass Frauen häufiger noch einer bezahlten Neben- oder gar Hauptbeschäftigung nachgehen und dadurch weniger Zeit für das Start-up haben. Ebenfalls dürfte die Familienbetreuung hier immer noch einen grossen Einfluss haben.

Unternehmerinnen fokussieren verstärkt auf ihre Region und auf B2C. So ist ein grösserer Teil als bei den Gründern nur im eigenen Kanton und den umliegenden Kantonen tätig. Auch sind rund 75% der Unternehmerinnen im B2C-Bereich tätig, verglichen mit 50% bei den Unternehmern.

Im Aufbau der Unternehmung bereitet bei beiden Geschlechtern das Marketing die grössten Probleme sowie die Preisfest und -durchsetzung. Im Letzteren haben Gründerinnen grössere Probleme, hingegen haben sie weniger Mühe mit der Buchhaltung.

Gründerinnen sind weniger innovativ im Bereich der Produkt-, Verfahrens- und Geschäftsmodell-Innovationen.

- Erfolg der Selbständigkeit

Unternehmerinnen und Unternehmer schätzen sich beide als erfolgreich ein. Frauen haben mehr persönliche Zufriedenheit, während Männer im finanziellen Bereich erfolgreicher sind.

Frauen verdienen viel weniger im Vergleich zu einem ähnlichen Angestelltenverhältnis als Männer. 72% sagen, dass ihr Lohn niedriger ist, während es bei den Männern nur 52% sind. Dies könnte auch ein Grund sein, wieso Frauen leicht häufiger ein vergleichbares Stellenangebot annehmen würden. Diese Zahl ist jedoch bei beiden Geschlechtern auf einem sehr tiefen Niveau.

- Entwicklungsperspektiven der Unternehmen

Die Zukunft sehen sowohl Gründerinnen als auch Gründer sehr positiv. Wobei die Männer etwas positiver sind, in Bezug auf neues Personal, neue Kooperationspartner und auch mehr Innovationen erwarten in den nächsten fünf Jahren.

4.5 Empfehlungen

Start-ups sind volkswirtschaftlich wichtig, da sie sowohl Arbeitsplätze schaffen, den Strukturwandel beschleunigen als auch die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Deshalb wäre es wünschenswert, wenn der Gender-Gap bei den Gründungen verkleinert oder gar ganz eliminiert werden könnte und die Start-ups der Gründerinnen vermehrt mit Innovationen auf den Markt kämen und stärker wachsen würden.

Mit diesen Zielen im Hinterkopf, haben wir folgende Empfehlungen formuliert.

Gesellschaft, Medien und Politik:

- Es braucht mehr weibliche Vorbilder im Bereich Start-ups. Mit gezielten Kampagnen in den Medien und bei allen Akteuren des Ökosystems können Gründerinnen ins Rampenlicht gestellt werden. Ziel sollte es sein, dass alle junge Frauen erkennen, dass die unternehmerische Selbständigkeit eine Option für sie selbst sein kann.
- Die traditionelle Rollenverteilung ist ein weiteres Hindernis, dass sich weniger Frauen selbständig machen bzw. ihre Unternehmen bewusst klein halten. Hier gilt es, weitere Fortschritte zu erzielen in den Bereichen Betreuungsplätze für Kinder, Tagesschulangebote, gerechtere Verteilung der häuslichen Arbeiten innerhalb von Paarbeziehungen...
- Es ist zu überlegen, wie die bestehenden Förderprogramme vermehrt potenzielle Gründerinnen ansprechen können. Allenfalls sind spezifische (finanzielle) Förderformate für Gründerinnen aufzubauen, damit diese mehr Zeit in ihr Start-up investieren können und finanziell auf ein ähnliches Level wie die Gründer kommen.
- Innovationsvorhaben von Gründerinnen könnten bei Förderagenturen wie der Innosuisse besonders gefördert werden.
- Viele der innovativen Start-ups werden von Absolvierenden von MINT-Fächern gegründet (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik). Dort sind Frauen deutlich untervertreten. Eine verstärkte Sensibilisierung und Frühförderung bereits in der Grundschule und der Sekundarstufe I könnten hier etwas Abhilfe bringen.

Hochschulen und andere Organisationen im Ökosystem:

- Bei den Gründungspersonen mit akademischem Hintergrund – inzwischen gut 50% aller Gründungen – besteht ein grosser Unterschied zwischen den Frauen und Männern. Die Hochschulen müssen ihre Anstrengungen zur Sensibilisierung, Motivierung und Unterstützung ihrer Studentinnen in der Aus- und Weiterbildung verstärken. Insbesondere im Bereich der Weiterbildung sehen wir hier noch ein grosses Potenzial. So könnten in bestehenden CAS, DAS, MAS oder MBA Programmen die Thematik der Unternehmensgründung integriert werden oder mit Hilfe von Gründerinnen als Referentinnen oder Gästen für die Thematik sensibilisiert werden.

- Wir sehen weiter ein Potenzial im Ausbau der bestehenden und im Aufbau von neuen Angeboten zur Förderung von Gründerinnen. Dies nicht nur an den Hochschulen (siehe Punkt oben), sondern auch bei weiteren Akteuren im Ökosystem wie bei Technoparks und anderen Inkubatoren oder Start-up Wettbewerben. Idealerweise werden diese von Frauen gemanagt und auch durchgeführt.

Gründerinnen:

- Die Ergebnisse sollten allen Frauen Mut machen, die den Schritt in die Selbständigkeit erwägen. Denn die überwiegende Mehrheit der Befragten ist mit ihrer Selbständigkeit zufrieden. Sie schaffen es in der Regel, ihre persönlichen Ziele wie das Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit, Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung zu erreichen.
- Zudem bietet die Selbständigkeit eine gute Möglichkeit, Beruf und Familie zu vereinbaren. Es gilt dabei jedoch eine Geschäftstätigkeit zu finden, welche die nötige zeitliche und örtliche Flexibilität ermöglicht.
- Allerdings muss frau sich bewusst sein, dass die berufliche Selbständigkeit im Normalfall mit einem erheblichen Arbeitsaufwand verbunden ist, oft kombiniert mit Einbussen beim Einkommen. Als Handlungsempfehlung lässt sich hier ein konsequentes Selbstmanagement aussprechen. Insbesondere sollte ein konsequentes Zeitmanagement für genügend Erholungs- und Familienzeit sorgen. Die gute Nachricht hier ist, dass die Gründerinnen in diesem Punkt eine ihrer Stärken sehen.
- Gründerinnen sind unterdurchschnittlich oft innovativ. Dies ist ein Grund, warum sie mit der Selbständigkeit tendenziell weniger verdienen als zuvor (im Gegensatz zu den Gründern). Deshalb sollten sich alle Gründerinnen bereits vor der eigentlichen Gründung fragen, welche neuen oder stark verbesserten Produkte oder Dienstleistungen sie entwickeln und anbieten bzw. wie sie ihr Geschäftsmodell innovativ gestalten können. Dabei ist immer von den anvisierten Kundinnen und Kunden und ihren Bedürfnissen aus zu denken.
- Gründerinnen versuchen die auftretenden Probleme deutlich seltener mit geschäftlichen Kooperationen zu lösen. Deshalb lautet unsere Empfehlung, dass sich Gründerinnen aktiv ums geschäftliche Beziehungsnetz kümmern sollen und gezielt Kooperationen eingehen. Dies erleichtert es ihnen auch, trotz ihrer unternehmerischen Kleinheit Innovationen erfolgreich zu entwickeln und im Markt einzuführen, auch grössere Aufträge auszuführen und/oder anstehende Probleme zu lösen.

5 Vorgründungsprozess

5.1 Zielsetzung und Forschungsfragen

Die Geschlechterkluft bei den Gründungspersonen als Forschungsanlass nehmend, soll die vorliegende Arbeit einen Grundlagenbeitrag dazu leisten, damit das weibliche Gründungspotenzial in der Schweiz künftig besser ausgeschöpft werden kann. Dementsprechend leitet sich aus der beschriebenen Ausgangslage folgende forschungsleitende Fragestellung ab:

- Wie kann das weibliche Gründungspotenzial in der Schweiz besser ausgeschöpft werden?

Die Forschungsfrage soll in Form von adressierten Handlungsempfehlungen, welche zur Förderung der weiblichen Gründungsaktivität beitragen, auf Grundlage einer empirischen Untersuchung beantwortet werden. Voraussetzung für die Formulierung der Handlungsempfehlungen bildet eine vertiefte Analyse und ein besseres Verständnis des weiblichen Vorgründungsprozesses. Dabei sollen verschiedene Wege in die Selbständigkeit aufgezeigt und mit einander verglichen werden. Hemmnisse und Erschwernisse, mit welchen Frauen im Vorgründungsprozess konfrontiert werden und welche sie von der Gründung eines Unternehmens abhalten könnten, sollen identifiziert und in einer kontextuellen Betrachtungsweise analysiert werden. Als Grundlage für die Beantwortung der Forschungsfrage leiten sich folgende Unterfragen ab, die es empirisch zu untersuchen gilt:

- Wie wird die Gründungsneigung ausgelöst?
- Welche Ziele und Motive verfolgen Frauen mit der Selbständigkeit?
- Wie und wo identifizieren Frauen unternehmerische Gelegenheiten?
- Welchen Hindernissen und Hemmnissen begegnen Gründerinnen im Vorgründungsprozess und wie werden sie überwunden?
- Inwiefern wirken sich verschiedene Lebenssituation sowie das Umfeld von Frauen auf die Umsetzung des Gründungsvorhabens aus?
- Unter welchen Voraussetzungen machen sich Frauen selbständig? Wann nicht?
- Welche Handlungspotenziale und Unterstützungsmöglichkeiten gibt es im Vorgründungsprozess?

Da es gegenwärtig nur sehr wenige Forschungsarbeiten im deutschsprachigen Raum über den Vorgründungsprozess von Frauen gibt, soll die vorliegende Arbeit nicht zuletzt als Ausgangspunkt für künftige Forschungsarbeiten dienen und damit zu einem langfristigen und nachhaltigen Erkenntnisgewinn beitragen. Dazu soll ein theoretisches Modell erstellt werden, durch welches der Vorgründungsprozess und die Einflussfaktoren besser strukturiert werden können und an welchem künftige Forschungsarbeiten anknüpfen können.

5.2 Vorgehen und Aufbau der Arbeit

Aufbauend von bereits bestehenden Modellen (Kapitel 2 und 3), wird im Kapitel 5.3 ein theoretischer Bezugsrahmen für den Vorgründungsprozess erstellt, welcher sowohl für die Erhebung, als auch für die Auswertung und die Interpretation der empirischen Daten in strukturierender Art und Weise dienlich sein soll. Im Sinne einer kontextuellen Betrachtungsweise wird die empirische Datenerhebung und Auswertung mit dem qualitativen Forschungsansatz erfolgen. Dabei wird mittels problemzentrierter Interviews der Vorgründungsprozess sowohl von Frauen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, als auch von Frauen, die sich im Vorgründungsprozess befinden oder die ihr Gründungsvorhaben abgebrochen haben, aus verschiedenen Perspektiven genauer beleuchtet. Die Begründung und Erläuterung der methodischen Vorgehensweise erfolgt im Kapitel 5.4, bevor im Kapitel 5.5 die Ergebnisse präsentiert, interpretiert und diskutiert werden. Abschliessend folgt im Kapitel 5.6 das Fazit, in welchem die Forschungsfragen beantwortet werden, die vorliegende Arbeit reflektiert und in einem Ausblick mögliches Potenzial für künftige Forschungsarbeiten dargelegt wird.

5.3 Theoretischer Bezugsrahmen

Mit der Entwicklung eines theoretischen Bezugsrahmens soll die Komplexität durch eine gute Struktur reduziert und die Vergleichbarkeit zwischen der Literatur und unter den Forschungsarbeiten gefördert werden. Auch Baron (2012, S. 19-21) plädiert dafür, dass der Gründungsprozess in der Forschung als ein kontinuierlicher, sich entwickelnder Prozess zu verstehen ist und nicht als Produkt von unabhängigen Einzelereignissen dazustellen sei. Entsprechend spricht er sich für eine prozessorientierte Betrachtungsweise des Gründungsprozesses aus und erachtet eine Unterteilung in einzelne Phasen für die Forschung als zweckdienlich. Allerdings bezieht sich ein Grossteil der in der Literatur auffindbaren Phasenmodelle auf den gesamten Unternehmenslebenszyklus, während sich nur vereinzelte Publikationen explizit mit dem Vorgründungsprozess auseinandersetzen. Diese sind jedoch in Anbetracht der hohen Komplexität und Vielfalt der Einflussfaktoren im Vorgründungsprozess nur in unzulänglicher Ausdifferenzierung vorhanden (Mellewigt, Schmidt, & Weller, 2006)²⁹. Zudem besteht hinsichtlich des Anfang- und Endpunktes sowie des Inhalts und der Reihenfolge der einzelnen Stufen Uneinigkeit (Freiling, 2006, S. 157).

Die vorliegende Arbeit nimmt die Geschlechterkluft bei den Unternehmensgründungen als Anlass, den Vorgründungsprozess aus weiblicher Perspektive genauer zu untersuchen. Ausgehend von zwei gleich grossen Geschlechtergruppen im erwerbstätigen Alter³⁰ resultiert am Ende des Vorgründungsprozesses zum Zeitpunkt der formellen Gründung eine Disparität von rund einem Drittel. Entsprechend gilt es zur Förderung der weib-

²⁹ Zitiert nach (Danko, 2018, S. 22-23).

³⁰ Tatsächlich ist die Gruppe der männlichen Bevölkerung im erwerbstätigen Alter um rund 2% grösser als jene der weiblichen Bevölkerung (Bundesamt für Statistik, 2016a, S. 8).

lichen Gründungsaktivität diesen Zeitraum genauer zu untersuchen. Im Sinne einer strukturierten Forschungsgrundlage soll der Vorgründungsprozess als theoretischer Bezugsrahmen in mehrere Stufen gegliedert werden. Der theoretische Bezugsrahmen soll dabei als strukturierendes Element für die Primärdatenerhebung, die Auswertung und die Analyse dienlich sein und soll dazu beitragen, die Komplexität der Einflussfaktoren und deren Abhängigkeiten besser verstehen und darstellen zu können. Da für die Beantwortung der Forschungsfrage kein geeignetes Modell in der Literatur gefunden werden konnte, wird im folgenden Abschnitt auf der Grundlage von Erkenntnissen und in Anlehnung an bestehende Modelle ein modifiziertes Modell entwickelt.

5.3.1 Vorgründungsprozess

Der Vorgründungsprozess ist als Teil des Gründungsprozesses, welcher selbst Teil des gesamten Unternehmenslebenszyklus ist, zu verstehen und endet mit dem formellen Gründungsakt³¹. Welter & Bergmann (2002, S. 33) erstellten für den deutschsprachigen Raum auf empirischer Grundlage den erstmaligen Versuch einer differenzierten, konzeptionellen Strukturierung des Vorgründungsprozesses. Dabei definierten sie verschiedene Gründungstypen, namentlich potenzielle-, abgebrochene-, ruhende- und werdende Gründerinnen und Gründer im Vorgründungsprozess. Da nur ein Bruchteil ihre Absichten verwirklicht, wird der Gründungsprozess als Gründungstrichter dargestellt.

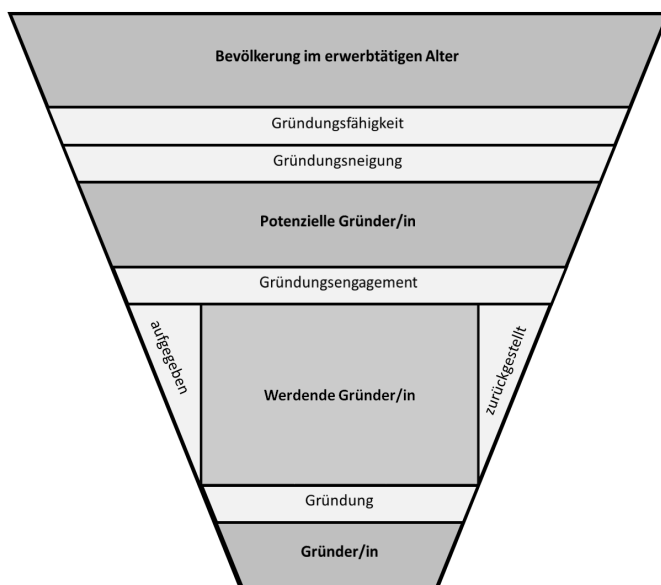


Abbildung 43: Gründungstrichter (eigene Darstellung angelehnt an Welter & Bergmann, 2002, S. 34-37)

Welter & Bergmann (2002, S. 34-37) sehen Gründungsfähigkeit und Gründungsneigung als fiktiven Ausgangspunkt im Vorgründungsprozess und als Voraussetzung für eine potenzielle Gründerin resp. einen potenziellen Gründer. Sie begründen diese Reihenfolge mit dem empirisch nachgewiesenen Einfluss der Gründungsfähigkeit auf die Gründungsneigung. Durch das Gründungsengagement, unter welchem konkrete Handlungen wie beispielsweise die Suche nach einem Laden oder das Erkunden von Finanzierungsmöglichkeiten zu verstehen sind, wird eine potenzielle Gründungsperson im Gründungstrichter zu einer werdenden Gründerperson, welche mit der finalen Handlung des formellen Gründungsaktes schlussendlich zur Gründerin resp. zum Gründer wird.

³¹ Vgl. Kapitel 2.2.2.

Im Gegensatz zu Modellen anderer Autoren³² wird im Gründungstrichter von Welter & Bergmann (2002, S. 34-37) die Gründungsidee³³, welche bei der Mehrheit der Modelle als Ausgangspunkt des Gründungsprozesses definiert wird (Mellewigt, Schmidt, & Weller, 2006)³⁴, nicht berücksichtigt. Danko (2018, S. 27) und Kuss (2003, S. 253) sehen vor der Gründungsidee eine zusätzliche Phase, in welcher eine Neigung resp. eine Motivation für die Selbständigkeit entwickelt wird, die für die Identifikation von unternehmerischen Gelegenheiten förderlich sein kann. Im Gegensatz zum Gründungstrichter von Welter & Bergmann (2002, S. 34-37) wird in diversen Modellen³⁵ die Gründungsfähigkeit nicht als eigene Stufe im Vorgründungsprozess ausgewiesen, obwohl humanes und soziales Kapital in verschiedenen Studien als wichtiger Einflussfaktor auf die Umsetzung des Gründungsvorhabens identifiziert wurde (Kuss, 2003, S. 253; Ullrich, 2013, S. 10; Welter & Bergmann, 2002, S. 34-37). Dabei scheint nicht nur das objektive Humankapital einen Einfluss auf die Abbruchwahrscheinlichkeit zu haben, sondern ebenfalls die subjektive Wahrnehmung der eigenen Fähigkeiten. So sinkt die Gründungswahrscheinlichkeit signifikant, wenn Personen im Gründungsprozess über Zweifel an ihren Fähigkeiten oder Fertigkeiten berichten oder Angst vor dem Scheitern haben (Arndt, 2011, S. 24). Ein Abbruch wird nach Ulrich (2013, S. 22) dann erfolgen, wenn die Anforderungen bei einer Weiterführung des Gründungsvorhabens höher sind als die subjektive Selbsteinschätzung der eigenen Fähigkeiten. Somit wird die Gründungswahrscheinlichkeit im Zusammenhang mit der Gründungsfähigkeit von drei Hauptdimensionen beeinflusst: dem objektivem Humankapital, den subjektiv wahrgenommenen Fähigkeiten und den Anforderungen im Vorgründungsprozess. Die Anforderungen werden dabei entscheidend von der Gründungsidee resp. der Art des Gründungsvorhabens geprägt.

5.3.2 Vorgründungsprozess als theoretischer Bezugsrahmen

Die Vielzahl der Einflussfaktoren sowie die hohe Komplexität innerhalb des Vorgründungsprozesses wirken sich erschwerend auf die Identifikation der wesentlichen Gründungshemmnisse aus, welche einen Abbruch des Gründungsvorhabens zur Folge haben können (Ullrich, 2013, S. 2). Daher wurde auf Grundlage der im Kapitel 2 analysierten Modelle und gewonnenen Erkenntnissen eigens für die vorliegende Arbeit ein theoretischer Bezugsrahmen entwickelt, welcher in der Abbildung 44 dargestellt ist. Dabei wurde die Vorgründungsphase als serieller, mehrstufiger Prozess abgebildet, dessen Stufen in einer logischen Abhängigkeit zueinanderstehen.

³² Vgl. (Baron, 2012, S. 22; Danko, 2018, S. 27/125; Shane & Venkataraman, 2000, S. 218).

³³ Die Gründungsidee wird auch als unternehmerische Gelegenheit bezeichnet. Die beiden Begriffe werden in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet.

³⁴ Zitiert nach (Danko, 2018, S. 23).

³⁵ Vgl. (Baron, 2012, S. 22; Shane & Venkataraman, 2000, S. 218; Danko, 2018, S. 27/125).

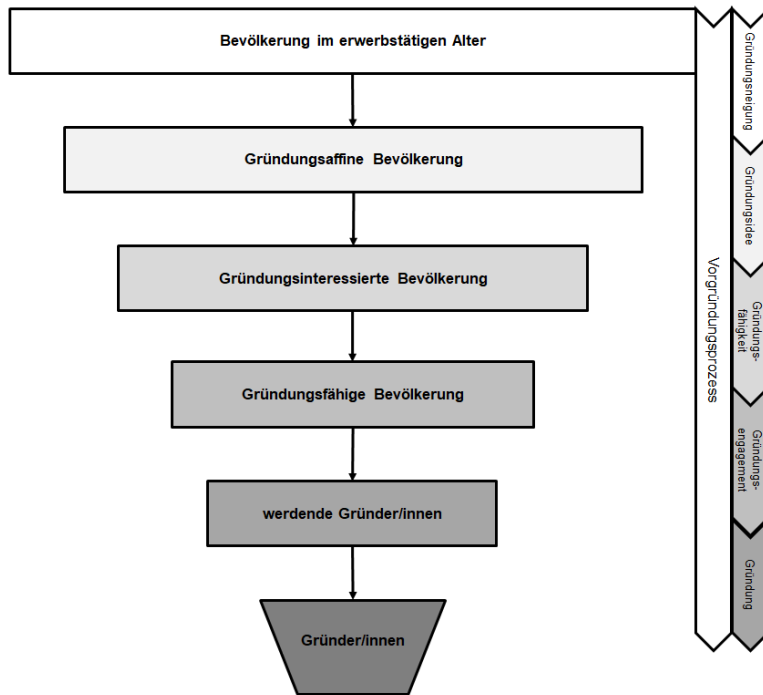


Abbildung 44: Vorgründungsprozess als theoretischer Bezugsrahmen (eigene Darstellung)

Der Ausgangspunkt des Modells bildet die Bevölkerung im erwerbstätigen Alter. Die Voraussetzungen für die weiteren Stufen im Vorgründungsprozess werden wie folgt definiert:

- Die Bevölkerung im erwerbstätigen Alter beinhaltet sämtliche arbeitsfähige Personen, welche sich im erwerbstätigen Alter befinden.
- Die gründungsaffine Bevölkerung hat eine Gründungsneigung entwickelt, ist einer beruflichen Selbstständigkeit nicht abgeneigt, hält die Augen nach möglichen unternehmerischen Möglichkeiten offen und besitzt die Bereitschaft, sich gedanklich mit dem Thema Selbstständigkeit auseinanderzusetzen.
- Die gründungsinteressierte Bevölkerung hat eine konkrete unternehmerische Gelegenheit resp. eine Gründungsidee erkannt und ist bereit, diese weiterzuverfolgen.
- Die gründungsfähige Bevölkerung verfügt für die identifizierte Gründungsidee über die erforderlichen Fähigkeiten oder weiss, wie diese akquiriert werden können. Zudem schätzen sie sich selber als fähig ein, das Gründungsvorhaben umzusetzen und das Unternehmen erfolgreich zu führen.
- Werdende Gründerinnen und Gründer zeigen Engagement in Form von konkreten Handlungen, bereiten die Gründung vor und investieren Zeit und/oder Geld in das Gründungsvorhaben.
- Gründerinnen und Gründer haben die formelle Gründung vollzogen.

Ziel des theoretischen Bezugsrahmens ist es, verschiedene, voneinander abgrenzbare Stufen im Vorgründungsprozess theoretisch darzustellen, um die verschiedenen Einflussfaktoren und deren Abhängigkeiten besser ein-

ordnen zu können. Dabei ist zu beachten, dass es sich beim erarbeiteten Vorgründungsprozess um ein theoretisches, idealtypisches Modell handelt, welches in der Praxis vermutlich weder linear noch kontinuierlich durchlaufen wird, wodurch eine exakte Phasenabgrenzung nicht der Realität entspricht. Dabei wird der Vorgründungsprozess in der Praxis kein Einbahnregime sein, sondern kann sowohl voranschreitend als auch zurückschreitend begangen werden. Die zunehmende Verjüngung der einzelnen Stufen im Vorgründungsprozess veranschaulicht die abnehmende Anzahl der sich in einer Stufe befindlichen Personen. Dabei sind alle nachfolgenden Stufen als Bestandteil der jeweiligen Vorgängerstufe zu verstehen. Die Gründungswahrscheinlichkeit nimmt mit dem Fortschritt im Vorgründungsprozess kontinuierlich zu. Das Modell beginnt als Ausgangspunkt bei der Bevölkerung im erwerbstätigen Alter, welche gleichzeitig für das Gründungspotenzial steht. Somit wird – entgegen dem Gründungstrichter von Welter & Bergmann (2002, S. 34-37)³⁶ – niemand von einer möglichen Unternehmensgründung ausgeschlossen. Danko (2018, S. 127) argumentiert diesbezüglich, dass eine Person, welche zu einem beliebigen Zeitpunkt keine Gründungsneigung aufweist, sich zu einem späteren Zeitpunkt dennoch im Vorgründungsprozess befinden kann, da sich die Lebenssituation verändert hat oder in der Zwischenzeit eine unternehmerische Gelegenheit erkannt wurde. Zudem suggeriert eine für das Gründungspotenzial voraussetzende Gründungsfähigkeit, dass es ein allgemein gültiges Mindestmass an Gründungsfähigkeit gibt, mit welchem sich jedes Gründungsvorhaben, unabhängig von den jeweiligen Anforderungen, erfolgreich umsetzen liesse. Der Autor widerspricht dieser Annahme insofern, da er die Ansicht vertritt, dass die erforderliche Gründungsfähigkeit in massgebender Art und Weise von der Gründungsidee abhängig ist. Der Autor ist sich durchaus bewusst, dass die Gründungsfähigkeit auch einen Einfluss auf die Gründungsneigung haben kann³⁷, beurteilt die Auswirkung der Gründungsidee auf die Gründungsfähigkeit jedoch als dominanter. Zudem ist anzunehmen, dass die Gründungsneigung nicht nur durch die Gründungsfähigkeit, sondern auch durch die Gründungsidee beeinflusst oder gar ausgelöst werden kann. Dies impliziert auch Gladbach (2015, S. 174-175) indem er sein Datenmaterial in die Gruppen Ideenfokussierte und Selbständigkeitsfokussierte gliedert. Ideenfokussierte beschreibt Gladbach als objektgetrieben, für welche die Gründungsidee im Vordergrund steht und die Selbständigkeit mehr als Mittel zum Zweck für die Auseinandersetzung mit der Gründungsidee angesehen wird. In diesem Fall sei anzunehmen, dass die Gründungsneigung erst mit der Identifikation der Gründungsidee hervorgerufen wird. Die Selbständigkeitsfokussierten hingegen sind subjektgetrieben; für sie steht die Selbständigkeit und die Unabhängigkeit im Vordergrund und die Geschäftsidee spielt eine untergeordnete Rolle (Gladbach, 2015, S. 175-180). Bei den Selbständigkeitsfokussierten ist eine vorhandene Gründungsneigung zu vermuten, lange bevor eine Geschäftsidee identifiziert wird. Aus den genannten Gründen entschied sich der Autor, dass das aufgestellte theoretische Modell mit der Gründungsneigung beginnt.

³⁶ Welter & Bergmann (2002) setzen in ihrem Gründungstrichter Gründungsfähigkeit und Gründungsneigung für eine potenzielle Gründungsperson voraus.

³⁷ Vgl. Welter & Bergmann (2002) weisen in einer empirischen Studie einen positiven Einfluss der Gründungsfähigkeit auf die Gründungsneigung nach.

5.4 Forschungsmethodik und Vorgehensweise

Im nachfolgenden Kapitel wird die Wahl der Forschungsmethode begründet sowie die Vorgehensweise erläutert, um die in Kapitel 5.1 aufgestellten Forschungsfragen anhand von gewonnenen Primärdaten adäquat beantworten zu können.

Die aufgestellten Forschungsfragen setzen eine Untersuchung des Vorgründungsprozesses aus der weiblichen Perspektive voraus. Wie bereits dargelegt wurde, handelt es sich beim Vorgründungsprozess um ein äusserst komplexes Konstrukt, auf welches eine Vielzahl von Einflussfaktoren einwirken. Dabei wird der Vorgründungsprozess durch die Person, welche den Vorgründungsprozess durchläuft, ihre Biographie, ihre Lebenssituation sowie durch Einflüsse aus ihrem Umfeld entscheidend mitgeprägt. Eine kontextuelle und fallspezifische Betrachtungsweise ist für geschlechterspezifische Forschungen insofern von grosser Bedeutung, da Frauen häufig mit anderen Einflüssen konfrontiert werden und andere Rahmenbedingungen vorfinden als Männer. Daher darf sich die weibliche Gründungsforschung nicht ausschliesslich auf das Beschreiben von statistischen und messbaren Unterschieden beschränken (Ettl, 2010, S. 3-7; Henry & Foss, 2016; Paoloni & Serafini, 2018), sondern muss persönliche Werte, Ziele und Motive im Kontext individueller und biographischer Entwicklungen in Anbetracht fallspezifischer Konstellationen in die Untersuchung miteinbeziehen, was durch die in der quantitativen Datenerhebung notwendigen Standardisierung und Generalisierung nicht zureichend berücksichtigt werden kann (Ettl, 2010, S. 109-110). Auch Lamnek (2010, S. 13-14) weist darauf hin, dass die messtheoretischen Implikationen bei quantitativen Untersuchungen vorwiegend generalistisch und nur in sehr begrenzter Weise gegenstandsbezogen betrachtet werden können. Diesbezüglich spricht er von einer Scheinobjektivität der Standardisierung, welche die geforderte interpersonale Synonymität durch das Verfahren selbst nicht gewährleisten kann.

In Anbetracht der Ausgangslage und der beschriebenen Limitationen der quantitativen Forschungsmethode, scheint die qualitative Betrachtungsweise für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand und die formulierten Forschungsfragen in hohem Masse geeignet zu sein. Qualitative Forschung kann da eingesetzt werden, wo erfahrbare, nicht messbare Wirklichkeit analysiert und beschrieben werden soll. Durch einen geringen Abstraktionsgrad ermöglicht sie eine grosse Nähe zum Forschungsgegenstand und eignet sich besonders gut bei komplexen und unübersichtlichen Sachverhalten, welche noch nicht detailliert erforscht sind (Kleinig, 1995, S. 131-132).

5.4.1 *Sampling und Feldzugang*

Die Definition der Grundgesamtheit ist für die Forschung von zentraler Wichtigkeit und entscheidet die Reichweite und Gültigkeit der Untersuchung. Dabei besteht eine mögliche Fehlerquelle darin, dass für die Fragestellung relevante Fälle nicht berücksichtigt werden (Lamnek, 2010, S. 169). Die vorliegende Forschungsarbeit konzentriert sich für die Erhebung der Primärdaten auf die Deutschschweiz. Die Grundgesamtheit bilden somit alle Frauen im erwerbstätigen Alter der Deutschschweiz, welche sich gegenwärtig im Vorgründungsprozess befinden oder sich in der Vergangenheit darin befunden haben. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Vorgründungsprozess komplett durchlaufen oder das Gründungsvorhaben abgebrochen wurde. Dies bedeutet, dass die Grundgesamtheit gemäss dem theoretischen Bezugsrahmen sowohl die Stufen der gründungsaffinen, gründungsinteressierten und gründungsfähigen Bevölkerung als auch jene der werdenden und den Gründerinnen beinhaltet. Die Bevölkerung ohne Gründungsneigung ist somit nicht Gegenstand der Untersuchung. Das Sampling bildet dabei die Summe derjenigen Forschungsobjekte, anhand welcher die Untersuchung stellvertretend für die Grundgesamtheit vollzogen wird. Aufgrund der fallbezogenen Untersuchungsmethode muss man sich in der qualitativen Sozialforschung mit einer begrenzten Anzahl Stichproben begnügen (Lamnek, 2010, S. 163). Eine Stichprobenauswahl nach dem Zufallsprinzip würde daher zu folgeschweren Verzerrungen führen. Folglich muss die Wahl des Samplings bei qualitativen Untersuchungen einem bewussten und gezielten Verfahren unterzogen werden, damit sichergestellt werden kann, dass in der Stichprobe alle relevanten Fälle enthalten sind (Lamnek, 2010, S. 169). In der vorliegenden Arbeit wurde das Sampling nach dem Heterogenitätsprinzip ausgewählt, durch welches die vorherrschende Varianz und Pluralität der Grundgesamtheit abgebildet werden soll. Dabei steht nicht eine Repräsentativität im statistischen Sinne im Vordergrund, vielmehr geht es darum, die Bandbreite sozialstruktureller Einflüsse der Grundgesamtheit durch das Sampling bestmöglich abbilden zu können (Lamnek, 2010, S. 163). Das vorliegende Sampling soll zudem die Vielfalt der Einflussfaktoren sowie deren Wirkung in verschiedenen Konstellationen auf den Vorgründungsprozess aufzeigen.

Bei der Zusammensetzung der Stichprobe³⁸ wurde in erster Instanz auf eine gute Mischung zwischen Gründerinnen³⁹, werdenden Gründerinnen⁴⁰ und Gründungsabbrecherinnen⁴¹ geachtet. Dies war für den Autor von grosser Bedeutung, da er die Hemmnisse und Erschwernisse im Vorgründungsprozess aus verschiedenen Perspektiven beleuchten wollte. Zudem konnten mit den werdenden Gründerinnen Verzerrungen, welche durch eine retrospektive Betrachtung entstehen können, reduziert werden. In zweiter Instanz wurde die Stichprobe nach soziodemographischen Merkmalen wie Familienstand, Kinder, Alter, Ausbildung und Branche selektiert.

³⁸ Der Begriff Stichprobe wird in der vorliegenden Arbeit synonym zum Begriff Sampling verwendet.

³⁹ Gründerinnen haben den gesamten Vorgründungsprozess durchlaufen und den formellen Gründungsakt vollzogen.

⁴⁰ Werdende Gründerinnen befanden sich zum Zeitpunkt des Interviews im Vorgründungsprozess.

⁴¹ Gründungsabbrecherinnen waren in der Vergangenheit im Vorgründungsprozess, haben ihr Vorhaben aber abgebrochen oder zurückgestellt.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Zusammenstellung der Stichprobe. Aus Gründen der Anonymität wurde den Probandinnen für die Erhebung und die Auswertung ein Index zugeordnet.

	Vorgründungsprozess	Alter ⁴²	Alter Kinder	Zivilstand	Unternehmen/ Vorhaben	Ausbildung	Dauer [min]
G1	Gründerin	32	keine	Partnerschaft	Modelabel	Bachelor Modebranche	79
G2	Werdende Gründerin	43	7/10	verheiratet	Beratungsfirma HR	Bachelor Arbeitspsychologie	64
G3	Gründerin	32	1	verheiratet	Inneneinrichtung	Bachelor BWL	63
G4	Werdende Gründerin	26	keine	Partnerschaft	Digitales Assessmentcenter	Bachelor Arbeitspsychologie	64
G5	Abbrecherin	34	keine	Partnerschaft	Beratungsfirma Integration Arbeitnehmer aus 2. Arbeitsmarkt	Bachelor BWL	62
G6	Abbrecherin	35	2/5	verheiratet	E-Commerce Hochzeitsmode	Master International Management	75
G7	Werdende Gründerin	42	keine	Single	Beratung Change Management / HR für öffentlicher Sektor	- Juristin, - Master public Administration	66
G8	Werdende Gründerin	34	keine	Single	Produkt- und Technologieentwicklung Gesundheitsbranche	Master International Business	40
G9	Gründerin	48	8/14	verheiratet	- Beratungsunternehmen - E-Commerce Shop Pflegeprodukte	Master Business Administration	73
G10	Gründerin	42	5/5	verheiratet	Digitales Marketing	- Kindergärtnerin - Sozialmanagerin	61

Tabelle 3: Kurzbeschreibung der Stichprobe

Um Zugang zu geeigneten Interviewpartnerinnen zu erhalten, nahm der Autor Kontakt zu verschiedensten Organisationen, Institutionen, Hochschulen und Netzwerken auf, welche mit Gründerinnen oder werdenden Gründerinnen in Kontakt stehen oder diese begleiten. Zudem versuchte der Autor über verschiedene soziale Medien Kontakt zu potenziellen Kandidatinnen aufzunehmen. Dabei gestaltete sich die Suche nach Frauen, welche ihr Gründungsvorhaben abgebrochen haben, als besonders schwierig. Die angefragten Frauen hatten die Möglichkeit, sich freiwillig auf eine schriftliche Anfrage⁴³ zu melden. Es folgte eine kurze telefonische Kontaktaufnahme durch den Autor, in welchem der Fortschritt im Vorgründungsprozess, die Gründungsidee sowie verschiedene soziodemographischen Merkmale abgefragt wurden. Auf Grundlage dieser Informationen fand anschliessend die Selektion nach dem beschriebenen Heterogenitätsprinzip statt. Schlussendlich konnten zehn Interviews mit einer guten Heterogenität bezüglich der genannten Selektionskriterien vereinbart werden.

⁴² Das Alter bezieht sich auf den Zeitpunkt der Interviews, die zwischen 11.12.2020 – 21.01.2021 stattfanden.

⁴³ Vgl. Begleitschreiben Anhang 7.1.

5.4.2 Interviewleitfaden und Datenerhebung

Für die Primärdatenerhebung gibt es in der qualitativen Forschungsmethode viele verschiedene Möglichkeiten, wobei das Interview die populärste Form des Feldzuganges darstellt. Dabei wird zwischen einer Vielzahl von Interviewtechniken⁴⁴ unterschieden. Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde das problemzentrierte Interview gewählt. Beim problemzentrierten Interview handelt es sich um eine Methodenkombination. Mit dieser Vielfalt an Methoden lässt sich ein Problembereich gesellschaftlicher Realität von verschiedenen Seiten betrachten und analysieren und eignet sich daher besonders gut, wenn verschiedene Aspekte einer bereits beschriebenen und vorher analysierten Problemstellung genauer beleuchtet werden sollen (Lamnek, 2010, S. 332). Die Primärdaten werden in der vorliegenden Forschung mit Hilfe eines halbstrukturierten Interviewleitfadens erhoben. Dieser lässt einerseits genügend Freiraum für individuelle Aussagen der Befragten zu, andererseits kann die Problemstellung der Forschungsfrage in gezielter und strukturierter Art und Weise untersucht werden, was in der Auswertung Vergleiche zwischen den einzelnen Fällen ermöglicht (Mayring, 2016, S. 67-70). In der Literatur werden verschiedenste Kriterien und Prinzipien für die qualitative Forschungsmethode genannt. Um neue Erkenntnisse zu erlangen, wird dabei mehrheitlich die Wichtigkeit der Offenheit betont (Helfferich, 2011, S. 114-116; Lamnek, 2010, S. 19-20; Mayring, 2016, S. 27-28). Für das Interview bedeutet das Offenheitsprinzip eine gewisse Zurückhaltung seitens der interviewenden Person, um den Befragten gebührend Freiraum zu lassen, ihr eigenes Relevanzsystem oder Deutungsmuster darlegen zu können. Das bedeutet jedoch nicht, dass der Autor sein Vorwissen komplett ausblenden soll – was weder möglich noch sinnvoll ist – vielmehr soll es kritisch reflektiert (Helfferich, 2011, S. 114-117) und dazu genutzt werden, in spontanen Situationen die richtigen Fragen stellen zu können.

Um die aufgestellte Forschungsfrage beantworten und geeignete Handlungsempfehlungen formulieren zu können, orientiert sich der Interviewleitfaden an den folgenden untersuchungsleitenden Unterforschungsfragen:

- Wie wurde die Gründungsneigung ausgelöst?
- Welche Ziele und Motive wurden mit der Selbständigkeit verfolgt?
- Wie wurden die unternehmerischen Gelegenheiten identifiziert?
- Welche Hindernisse und Hemmnisse gab es im Vorgründungsprozess und wie konnten sie überwunden werden?
- Inwiefern wirkten sich verschiedene Lebenssituationen sowie das Umfeld auf die Umsetzung des Gründungsvorhabens aus?
- Unter welchen Voraussetzungen machen sich die Frauen selbständig?

⁴⁴ z.B. narratives, episodisches, problemzentriertes, fokussiertes, rezeptives, situationsflexibles, eroepisches und Experteninterview (Lamnek, 2010, S. 326).

- Welche Handlungspotenziale gibt es im Vorgründungsprozess?

Der in Kapitel 5.3 theoretisch hergeleitete Bezugsrahmen stellt für den Interviewleitfaden die Grundlage dar. Dieser gliedert sich im Grundsatz nach den Phasen Gründungsneigung, Gründungsidee, Gründungsfähigkeit, Gründungsengagement und Gründung sowie an den zu beantwortenden Forschungsunterfragen. Der Interviewleitfaden ist im Anhang 7.3 einsehbar.

Die befragten Probandinnen wurden einleitend durch den Autor über das Forschungsthema und den Ablauf des Interviews informiert sowie über die erforderliche Tonaufnahme und Transkription in Kenntnis gesetzt. Allen Befragten wurde Anonymität zugesichert. Vor Beginn des Interviews wurde darauf hingewiesen, dass es den Befragten freistünde, auf Fragen nicht zu antworten, falls diese zu persönlich seien. Die Befragung folgte dem Interviewleitfaden, nach welchem die Frauen chronologisch zu den einzelnen Phasen des Vorgründungsprozesses befragt wurden. Dabei wurden die Probandinnen gebeten, die Situationen so gut wie möglich aus der damaligen Perspektive zu beschreiben. Abhängig vom jeweiligen Fortschritt im Vorgründungsprozess sowie den Informationen aus dem Vorgespräch, wurde der Interviewleitfaden jeweils fallspezifisch geringfügig angepasst. Während die Gründerinnen zum gesamten Vorgründungsprozess befragt wurden, erfolgte die Befragung bei den werdenden Gründerinnen bis zum aktuellen Stand im Vorgründungsprozess und bei den Abbrecherinnen bis zum jeweiligen Gründungsabbruch. Anschliessend wurden die Gründerinnen aufgefordert, aus der Retrospektive nochmals die zentralen Hemmnisse und Herausforderungen im Vorgründungsprozess zu nennen und zu erläutern, was sie aus heutiger Perspektive anders machen würden. Bei den werdenden Gründerinnen hingegen lag der Fokus auf den noch bis zur formellen Gründung zu tätigen Handlungen und zu bewältigenden Herausforderungen, während die Abbrecherinnen zu den Gründen, welche zum Gründungsabbruch führten, genauer befragt wurden. Abschliessend wurden alle Frauen zu Handlungspotenzialen im Vorgründungsprozess sowie zu ihrer persönlichen Einschätzung über die Gründe für den Geschlechterunterschied bei den Gründungspersonen befragt. Mit der Abschlussfrage "Habe ich noch etwas Wichtiges vergessen, was noch hinzuzufügen wäre?", sollte sichergestellt werden, dass durch die Einschränkungen des Interviewleitfadens keine wichtigen Informationen zurückgehalten wurden.

Die Interviews wurden online mit dem Programm Skype for Business durchgeführt und im Einverständnis der Befragten aufgezeichnet und anschliessend transkribiert. Nach den ersten drei Interviews wurden diese im Hinblick auf die zu beantwortenden Forschungsfragen analysiert und nach Helfferich (2011, S. 113) bezüglich des Interviewleitfadens und der Interviewführung kritisch hinterfragt. Aufgrund der Reflexion wurden geringfügige Justierungen am Interviewleitfaden vorgenommen. Zudem wurde in den verbleibenden sieben Interviews noch mehr darauf geachtet, die Interviews zu Lasten der Strukturierung offener zu gestalten und wenn immer möglich auf geschlossene oder suggestive Fragen zu verzichten.

5.4.3 Datenauswertung und qualitative Inhaltsanalyse

Aus dem Programm Skype for Business wurden mp4-Audiodateien generiert, welche anschliessend transkribiert wurden. Die Auswertung der verschriftlichten Primärdaten erfolgte anschliessend mit Hilfe der Software Atlas.ti9. Die Vorgehensweise der Kategorisierung⁴⁵ und der Auswertung erfolgte in Anlehnung der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016, S. 97-117). Diese richtet sich nach einer deduktiv-induktiven Vorgehensweise der Kategorienbildung und sieht folgende Schritte vor:

1. Initiierende Textarbeit: Markieren wichtiger Textstellen, schreiben von Memos
2. Entwicklung von thematischen Hauptkategorien⁴⁶
3. Codieren des gesamten Materials mit Hauptkategorien
4. Zusammenstellen aller mit der gleichen Hauptkategorie codierten Textstellen
5. Bestimmen von Subkategorien am Material⁴⁷
6. Codieren des kompletten Materials mit den Subkategorien
7. Einfache und komplexe Analyse, Visualisierungen

Kuckartz (2016, S. 97-117) bietet mit seiner inhaltlich strukturierenden, qualitativen Inhaltsanalyse eine verständliche, praxisnahe und gut strukturierte Vorgehensweise der Inhaltsanalyse. In der vorliegenden Arbeit wurden die Hauptkategorien gemäss den Phasen aus dem theoretischen Bezugsmodell und dem Interviewleitfaden deduktiv abgeleitet. Die Bildung der Subkategorien erfolgte in einem zweiten Schritt induktiv direkt aus dem Datenmaterial. Für die Datenauswertung wurde der im Anhang 7.4 auffindbare Kategorienleitfaden verwendet. Mit Hilfe der Software Atlas.ti9 wurde neben der kategorienfokussierten Inhaltsanalyse auch eine fallfokussierte Inhaltsanalyse durchgeführt, um die kontextuelle und fallspezifische Betrachtungsweise nicht zu vernachlässigen. In einem dritten Analyseschritt wurde mit Hilfe von quantitativen Kreuztabellen nach Verbindungen oder Auffälligkeiten zwischen gruppierenden Merkmalen - z.B. soziodemographischer oder gründungsspezifischer Art – und den thematischen Äusserungen gesucht. Dabei geht es bei quantitativen Kreuztabellen nicht um statistisch aussagekräftige Vergleiche zwischen Gruppen, sondern darum, in der grossen qualitativen Datenmenge Muster zu erkennen, welche als Ausgangspunkt für weiterführende qualitative Analysen dienen. Während dem gesamten Auswertungs- und Analyseprozess wurden interessante Erkenntnisse und Auffälligkeiten mit Hilfe von Memos laufend festgehalten, welche später zur Interpretation wieder herangezogen werden konnten.

⁴⁵ Wird auch als Kodierung resp. Codierung bezeichnet.

⁴⁶ Unter den Hauptkategorien ist die deduktive Kategorienbildung zu verstehen, welche sich im vorliegenden Fall aus dem theoretischen Bezugsrahmen und den Forschungsfragen ableitet.

⁴⁷ Subkategorien bezeichnen die induktive Kategorienbildung, welche sich aus dem Material ergibt.

5.4.4 Methodische Limitationen

Eine zu erwähnende Einschränkung bei der vorliegenden Untersuchung liegt in der begrenzten Bearbeitungszeit. Grundsätzlich ist die Grösse der Stichprobe so zu definieren, dass eine theoretische Sättigung eintritt. Eine Sättigung bedeutet, dass durch neue Datenerhebungen keine neuen Erkenntnisse mehr gewonnen werden können (Lamnek, 2010, S. 169). In Anbetracht der Heterogenität der Gründungsvorhaben und der verschiedenen Gründungspersonen mit ihren diversen Hintergründen ist davon auszugehen, dass nach zehn Interviews keine Sättigung stattgefunden hat, was durch die begrenzte Bearbeitungszeit der vorliegenden Arbeit als vertretbare Einschränkung akzeptiert werden muss. Zudem ist festzuhalten, dass bei einer Stichprobengrösse von zehn Fällen keine statistische Relevanz vorliegt und daher sämtliche geäusserte Schlussfolgerungen und Interpretationen als ungeprüfte Hypothesen zu verstehen sind. Auch bezüglich der Zusammenstellung der Stichprobe muss limitierend festgehalten werden, dass die überwiegende Mehrheit des Samplings über einen akademischen Abschluss verfügt, wodurch Akademikerinnen in der Stichprobe im Vergleich zur Grundgesamtheit übervertreten sind. Ausserdem muss in Bezug auf die erhobenen Daten mit verschiedenen Verzerrungen gerechnet werden. Die retrospektive Betrachtungsweise hat einen Einfluss auf das Erinnerungsvermögen und auf die Wahrnehmung. Diese Verzerrungen nehmen zu, je weiter der Vorgründungsprozess zurückliegt. Dieser Problematik konnte in der vorliegenden Stichprobe insofern entgegengewirkt werden, als dass auch Frauen befragt wurden, welche sich zum Zeitpunkt des Interviews im Gründungsprozess befanden. Gleichzeitig muss bezüglich der unterschiedlichen Fortschritte im Vorgründungsprozess angemerkt werden, dass dadurch Konsistenz und Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Fällen erschwert wird. Die Auswahl der Stichprobe basierte erstinstanzlich auf der Freiwilligkeit der angefragten Frauen. Dies ist insofern sinnvoll, als dass durch die Prämisse der Freiwilligkeit eine Bereitschaft der Probandinnen über ihr Gründungsvorhaben ausführlich zu berichten, erwartet werden kann und sich ein gewisses Interesse am Forschungsthema vermuten lässt. Zugleich birgt die Vorgehensweise das Risiko, dass sich die freiwillig Gemeldeten in irgendeiner Art und Weise von denjenigen unterscheiden könnten, welche sich nicht auf den Aufruf gemeldet haben. Vor allem bei den Gründungsabbrecherinnen könnte diese Problematik eingetreten sein, da die freiwillige Bereitschaft für ein Interview durch ein gescheitertes Vorhaben vermindert werden könnte. Nicht zuletzt muss in Betracht gezogen werden, dass persönliche Informationen zurückgehalten werden könnten, um Peinlichkeiten oder unangenehme Situationen zu vermeiden. Mit der Zusicherung der Anonymität und dem ausdrücklichen Hinweis auf die Möglichkeit, Fragen nicht beantworten zu müssen, konnte dieser Verzerrung in begrenztem Masse entgegengewirkt werden. Abschliessend lässt sich festhalten, dass die gesamte Pluralität der Grundgesamtheit aufgrund der beschränkten Anzahl Interviews nicht vollständig abgebildet werden konnte und einzelne soziodemographische Merkmale nicht verhältnismässig in der Stichprobe vorhanden sind.

5.5 Ergebnisse und Diskussion

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Ergebnisse nach der Struktur des aufgestellten Bezugsrahmens präsentiert, interpretiert und diskutiert. Auf eine klare Abgrenzung dieser drei Arbeitsschritte wird in der vorliegenden Arbeit zu Gunsten der Nachvollziehbarkeit verzichtet. Durch die Interpretation direkt am Datenmaterial können die Gedankengänge und Schlussfolgerungen besser nachvollzogen werden, wodurch die Transparenz für den Erkenntnisgewinn gefördert werden kann. Am Ende von einzelnen Kapiteln werden die wichtigsten Erkenntnisse aus den Interviews visualisiert. Dabei ist festzuhalten, dass es sich dabei um idealtypische Modelle handelt, welche die gewonnenen Erkenntnisse und Abhängigkeiten der identifizierten Einflussfaktoren zu Gunsten der Verständlichkeit in vereinfachter Form abbilden. Bei quantifizierenden Angaben werden in den Fussnoten die Einzelfälle referenziert, um die fallspezifische Betrachtungsweise zu ermöglichen und die Transparenz zu verbessern.

Bezüglich der Aussagekraft und Objektivität der Äusserungen der befragten Frauen ist festzuhalten, dass diese immer subjektiv geprägt sind. Jedoch liegt dem Entscheid, ein Gründungsvorhaben fortzuführen oder abzubrechen, genauso eine subjektive Einschätzung zu Grunde. Demzufolge sind die subjektiven Einschätzungen der befragten Frauen für den Erkenntnisgewinn über den weiblichen Vorgründungsprozess genauso von grossem Nutzen wie objektiv belegbare Kenngrössen.

5.5.1 Gründungsneigung

Die Gründungsneigung ist die Grundvoraussetzung für unternehmerisches Handeln und stellt daher im theoretischen Bezugsrahmen den Ausgangspunkt im Vorgründungsprozess dar. Die verschiedenen Aussagen zeigen, dass die Gründungsneigung über lange Zeit latent vorhanden sein oder durch ein Ereignis oder eine bestimmte Situation ausgelöst werden kann. Interessanterweise gaben nur zwei⁴⁸ der Frauen an, dass Gedanken an die Selbständigkeit bereits lange vor der Identifikation der Gründungsidee vorhanden waren und sie die Selbständigkeit als eine normale berufliche Option betrachtet haben:

Also Selbständigkeit war für mich schon immer ein Thema [...] mein Vater war selbständiger Berater und da hat es auch eine Möglichkeit ergeben. Ich habe bei Ihm immer wieder geschaut, wie das ist. Es war für mich natürlich, in der Familie selbständig zu sein (G9).

Ich war auf der Suche für meine Karriere, nachdem ich in die Schweiz kam und hatte die Selbständigkeit als eine Möglichkeit neben der Anstellung gesehen [...] ich habe schon seit Beginn des Studiums gedacht, vor mir stehen zwei Wege, Selbständigkeit irgendwie und mit irgendjemanden oder einen Job zu finden (G6).

Bei den anderen Probandinnen wurde die Gründungsneigung durch ein bestimmtes Ereignis oder eine bestimmte Situation ausgelöst, wodurch sich ihnen die Selbständigkeit als berufliche Möglichkeit offenbarte und

⁴⁸ G6, G9

weshalb sie sich anschliessend mit dem Gründungsvorhaben auseinandersetzten. In zwei Fällen⁴⁹ war eine Drittperson mit einer Gründungsidee – in beiden Fällen die spätere Mitgründerin resp. der spätere Mitgründer – als Auslöser für die Gründungsneigung verantwortlich. G2 machte, nachdem ihre beiden Kinder ins schulpflichtige Alter kamen, für sich eine berufliche Standortsbestimmung, in welcher sie ihre Optionen für die zweite Hälfte ihres beruflichen Lebens prüfte und die Selbständigkeit als Alternative in Betracht zog. G4 gab an, dass die Gründungsneigung im Studium im Rahmen einer Projektarbeit ausgelöst wurde, aus welcher später das Gründungsvorhaben entstand. G5 glaubt, dass durch das sehr innovative berufliche Umfeld, in dem sie tätig war, ihre Gründungsneigung hervorgerufen wurde. Drei Frauen⁵⁰ geben an, dass ihre Gründungsneigung erst mit der Identifikation der Gründungsidee entstanden sei, wobei G7 auch der Weiterbildung (MBA) eine gewisse Mitverantwortung für die Gründungsneigung zuspricht.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass bei G2 und G5 die Gründungsneigung durch eine Situation resp. das berufliche Umfeld ausgelöst wurde, was sie anschliessend dazu veranlasste, sich mit der Selbständigkeit auseinanderzusetzen und nach möglichen unternehmerischen Gelegenheiten Ausschau zu halten. Nur G6 und G9 sahen die Selbständigkeit als eine selbstverständliche Karriereoption, welche bereits lange vor dem konkreten Gründungsvorhaben latent vorhanden war. Bei mehr als der Hälfte⁵¹ wurde die Gründungsneigung erst durch die Gründungsidee resp. durch eine Drittperson mit einer Gründungsidee ausgelöst.

Ein ähnliches Phänomen hat auch Gladbach (2015, S. 174-180) bei seiner qualitativen Untersuchung festgestellt. Dabei unterscheidet er in seinem Datenmaterial zwischen den Gruppen der ideenfokussierten- und den selbständigkeitsfokussierten Gründungspersonen. Für Erstere steht dabei die Geschäftsidee im Mittelpunkt. Sie betrachten die Selbständigkeit als Mittel zum Zweck, um sich mit der Idee beschäftigen zu können. Bei den Selbständigkeitsfokussierten hingegen steht die Selbständigkeit im Fokus, während die Geschäftsidee für sie eine untergeordnete Rolle spielt. Gladbach (2015, S. 197-199) stellt zudem fest, dass Selbständigkeitsfokussierte tendenziell eine Unternehmensgründung als langfristig geplantes Karriereziel verfolgen, über einen wirtschaftlichen Hintergrund verfügen und mehrere Gründungsvorhaben parallel verfolgen. In der untersuchten Stichprobe scheint sich diese Beobachtung teilweise zu bestätigen, wonach G6 und G9⁵² den Selbständigkeitsfokussierten zuzuordnen wären. Für G9, welche bereits zwei Unternehmungen gegründet hat, scheint auch die Vermutung der Mehrfachgründungen zuzutreffen. Entsprechend sieht sie das Problem nicht im Finden von potenziellen unternehmerischen Gelegenheiten, sondern vielmehr in deren Umsetzung:

In der Entrepreneurwelt sind es vielfach nicht die Ideen, warum die Vorhaben scheitern, sondern es ist die Ausführung. Ich denke, Ideen könnte ich 20 am Tag haben, es gibt so viele Probleme, die man lösen könnte. Von da her, das Problem ist, wie bringst du das an den Markt, wie macht man das? Wie gehe ich vor, was brauche ich überhaupt, um das zu erreichen? Viele scheitern an der Umsetzung (G9).

⁴⁹ G1, G3

⁵⁰ G7, G8, G10

⁵¹ G1, G3, G4, G7, G8, G10

⁵² Beide verfügen über einen wirtschaftlichen Hintergrund.

Im Gegensatz dazu steht für die Ideenfokussierten die Gründungsidee im Vordergrund. Die Selbständigkeit scheint hier weniger Resultat langfristiger Planung zu sein, sondern mehr einer gewissen Zufälligkeit entspringen zu sein:

Also das war jetzt nie, dass ich gesagt habe, ich möchte unbedingt selbständig sein. Das hat sich eher so ergeben, weil ich das Projekt sehr spannend fand und mich das Ziel und die Idee interessierten (G8).

Die Neigung zur Selbständigkeit wurde in diesem Fall erst durch die Entdeckung der Gründungsidee hervorgerufen. Bevor eine konkrete Gründungsidee vorliegt, beschäftigen sich die ideenfokussierten Gründungspersonen nicht aktiv mit der Selbständigkeit. Entsprechend überspringen sie im theoretischen Modell die Stufe der gründungsaffinen Bevölkerung und treten direkt als gründungsinteressierte Bevölkerung in den Vorgründungsprozess ein.

Nur G6 und G9 betrachteten die Selbständigkeit bereits vor der Identifikation der Gründungsidee als normale Karriereoption. Für die übrigen 8 Frauen war die Selbständigkeit vor Inangriffnahme des Gründungsvorhabens kein Thema, wobei sich 4 Frauen⁵³ explizit ablehnend zur Selbständigkeit als Karriereoption äusserten:

Also immer nicht nein, überhaupt nicht, im Gegenteil. Ich hatte lange das Gefühl, dass es gar nicht in Frage kommt für mich (G2).

Ich hatte früher immer gesagt, ich möchte mich nie selbständige machen, weil es viel zu schwierig ist und ich immer Angst davor hatte (G1).

Der Eintritt in den Vorgründungsprozess erfolgte für diese 8 Frauen nicht durch einen langanhaltenden inneren Antrieb, in welchem die Selbständigkeit als erstrebenswertes Ziel betrachtet und aktiv verfolgt wurde, sondern war eher Resultat einer gewissen Zufälligkeit exogener Faktoren, durch welche die Selbständigkeit als Option an die Ideenfokussierten herangetragen wurde. Dies deckt sich mit verschiedenen Studien⁵⁴, welche generell eine tiefe Gründungsneigung bei Frauen feststellen. Die tiefe Quote einer aktiven und langfristig vorliegenden Gründungsneigung bei der vorliegenden Stichprobe erstaunt jedoch insofern, als dass nicht die normale Bevölkerung, sondern gemäss theoretischem Rahmen im Minimum gründungsaffine Frauen befragt wurden. Da die Gründungsneigung für die Gründungswahrscheinlichkeit sowie das Erkennen von unternehmerischen Gelegenheiten förderlich ist (Engels, 2020, S. 87; Welter, 2004, S. 55-57), kann dies mit ein Grund sein, dass sich Frauen selten selbständig machen. Dabei können sich traditionelle gesellschaftliche Rollenbilder, Geschlechterstereotypen, Kindererziehung oder einseitige mediale Berichterstattungen, welche erfolgreiche Frauen als Abweichung der weiblichen Norm darstellen, hemmend auf die organische Entstehung und Verbreitung weiblicher Gründungsneigung auswirken (Fuchs, 2011, S. 173; Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 27; Welter, Kolb, Ettl, & Achtenhagen, 2006, S. 6) oder durch Vorbilder im Umfeld begünstigt werden (Geissler, 2013,

⁵³ G1, G2, G4, G7

⁵⁴ (Engels, 2020, S. 87; Frank, Korunka, & Leuger, 2002, S. 66; Sieger, Baldegger, & Fueglistaller, 2019, S. 22-23; Welter, 2004, S. 57-58).

S. 219; Stokes & Wilson, 2006, S. 40; Ziegerer, 1993, S. 219). Auch 5 der befragten Frauen nennen Rollenbilder oder fehlende Vorbilder und gesellschaftliche Rollenbilder als mögliche Ursache, warum es weniger Gründerinnen gibt:

Ich glaube ein ganz wichtiger Punkt ist die Gesellschaft. Was hat man in einer Gesellschaft für eine Vorstellung, was eine Frau oder ein Mann macht? Was sind so die gesellschaftlichen Normen? Ich glaube es hat ganz viel mit Rollenbildern zu tun, mit welchen wir schon von klein auf aufwachsen, dass sich eine Frau tendenziell weniger zutraut. Jetzt sind wir schon bei so Themen wie, eine Frau die weiss was sie will, ist aggressiv und unangenehm, während ein Mann als durchsetzungsstark und erfolgreich gilt [...] je mehr Vorbilder es haben wird, desto weniger fühlt es sich für Frauen exotisch an, ein Unternehmen zu gründen (G3).

Die geringe Anzahl an Vorbildern stellt für das weibliche Unternehmertum eine gewisse Negativspirale dar. Dabei kann es auch manchmal von Vorteil sein, aus der breiten Masse herauszustechen. Diese Vorteile bewusst zu nutzen und von Erfolgsgeschichten zu berichten, kann eine Möglichkeit sein, diese Negativspirale zu durchbrechen:

Was mir immer wieder durch den Kopf geht, ist, dass es manchmal auch ein Vorteil sein kann, die Frauenkarte auszuspielen, da man aus der Menge heraussticht und auch eine spannende Story zu erzählen hat, gerade weil man eine Frau ist. Man kann sich in der Opferrolle sehen und sagen, wir sind in der Minderheit, aber ich glaube, man muss vielleicht auch umdrehen und es sich zum Vorteil machen (G3).

Die fehlenden Vorbilder werden auch von anderen Frauen als Ursache geringer weiblicher Gründungsaktivität identifiziert. Dabei werden längerfristige Lösungsvorschläge genannt, um dieser Problematik aktiv entgegenzuwirken:

Vielleicht liegt es an dem Mut und an den Vorbildern. Es gibt wenig Vorbilder bei den grossen Unternehmen. Es ist mir ein grosses Anliegen, dass ich für meine Töchter ein Vorbild bin und auch aktiv Gelegenheiten für Vorbilder schaffe. Unser Kinderarzt ist eine Frau, unser Zahnarzt ist eine Frau. Wir sind frauenfokussiert, nicht absichtlich, aber es mir wichtig, dass sie merken, dass Frauen alles machen können, wenn sie möchten (G10).

Interessanterweise haben viele (7⁵⁵ von 10) der befragten Frauen einen Vater, der selbständig ist. Bei G2 sind Mutter und Vater gemeinsam selbständig. Die restlichen drei Frauen⁵⁶ kennen Selbständige im erweiterten familiären Umfeld oder im Freundeskreis. Obwohl keine statistische Repräsentation vorliegt, kann vermutet werden, dass Vorbilder im Umfeld einen Einfluss auf die Gründungsneigung haben, was auch durch verschiedene quantitative Studien⁵⁷ belegt werden kann. Nur wenige der Befragten glauben jedoch von sich selber, in Ihrer Gründungsneigung aktiv beeinflusst worden zu sein.

G6 und G9, welche beide betonen, dass sie eine berufliche Selbständigkeit schon immer als eine Möglichkeit in Betracht gezogen haben, sind sich über den Einfluss elterlicher Vorbilder uneins:

Seit ich 8 Jahre alt bin, ist mein Vater selbständig und ich habe das beobachtet und manchmal ein bisschen geholfen. In diesem Sinn war das immer im Hintergrund eine Option für mich [...] ja sicher, ich glaube fest, dass wenn die Kinder in Familien aufwachsen, in denen es Beispiele für die Selbständigkeit gibt, dann denken

⁵⁵ G1, G2, G3, G5, G6, G8, G9

⁵⁶ G4, G7, G10

⁵⁷ Vgl. (Ziegerer, 1993, S. 219; Geissler, 2013, S. 200; Stokes & Wilson, 2006, S. 40).

sie darüber nach. Für mich war es schon eine Option von der Kindheit weg. Sogar als Kind mehr als nachher (G6).

Also Selbständigkeit war für mich schon immer ein Thema [...] mein Vater war selbständiger Berater und da hat es auch eine Möglichkeit ergeben. Ich habe bei ihm immer wieder geschaut, wie das ist. Es war für mich natürlich, in der Familie selbständig zu sein [...] ich würde nicht unbedingt sagen, dass er oder meine Umgebung mich beeinflusst hat. Es war für mich einfach natürlich, egal welchen Weg ich gehe, dass ich mich selbständig machen kann [...] das war für mich nie ein Gedanken, das kann ich nicht, weil ich eine Frau bin. Selbständigkeit war immer eine normale Option für mich (G9).

Die Vermutung liegt nahe, dass es sich bei G9 um eine unbewusste Beeinflussung handeln könnte, welche nie aktiv auf sie einwirkte, sondern seit der Kindheit dafür sorgte, dass sie die Selbständigkeit als normale berufliche Option betrachtete. Ähnlich sieht der Grundtenor auch bei den weiteren Probandinnen mit selbständigen Eltern aus. Die Mehrheit glaubt nicht, durch die Selbständigkeit ihrer Eltern beeinflusst worden zu sein. Trotzdem kann in Anbetracht der vorhandenen Studien angenommen werden, dass eine indirekte oder unbewusste Beeinflussung stattgefunden hat, wodurch Hemmschwellen und Zweifel für eine Unternehmensgründung reduziert wurden.

Im Zusammenhang mit der Gründungsneigung ist auch von grossem Interesse, mit welchen Motiven sich die Frauen selbständig machen und welche Ziele sie damit verfolgen. Dabei nennen fast alle Frauen (9⁵⁸ von 10) Motive, welche sich unter den Überbegriffen Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung subsummieren lassen. Darunter fallen konkrete Aussagen wie beispielsweise, seine eigene Chefin zu sein, selber entscheiden und bestimmen zu können, unabhängig zu sein, Freiheiten zu haben und eigene Ideen umzusetzen:

Die Vorteile sind sicher, dass man viele Entscheidungsspielräume hat und es aufbauen kann, wie man möchte und man an keine bestehenden Regelungen und Prozesse gebunden ist. Und ich bin ein Mensch, der seine Ideen sehr gerne verwirklicht. Das ist das, was mich so gereizt hat (G4).

Auffällig ist, dass von keiner Frau finanzielle Ziele als Motiv angegeben wurden. Teilweise wird sogar explizit darauf hingewiesen, dass es wichtiger sei, sich selbst verwirklichen zu können und Spass bei der Arbeit zu haben, als ein hohes Einkommen zu generieren:

Also einerseits, dein eigener Chef zu sein. Das machen wozu man wirklich Lust hat. Ich meine, was gibt es Cooleres, als am Morgen aufzustehen, arbeiten zu gehen und Freude daran zu haben. Ich habe so viel Freunde, die sagen, ich habe zwar einen guten Lohn, aber überhaupt keine Lust (G1).

Manche Probandinnen (3⁵⁹ von 10) erwähnen ergänzend, dass auch soziale Gedanken bei der Selbständigkeit eine Rolle spielten:

Ich glaube eher, meine Motivation kommt vielmehr aus dem Produkt, um das es geht. In meiner Welt will ich so wirken, dass es für mich Sinn macht. Ein medizinisches Produkt, das Menschen hilft, macht für mich sehr viel Sinn (G8).

⁵⁸ G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7, G9, G10

⁵⁹ G5, G8, G10

Weitere Motive, welche vereinzelt genannt wurden, sind unter anderem die grössere Themenvielfalt⁶⁰, die Geschwindigkeit, in der sich Ideen umsetzen lassen, die Nähe zum Markt und zu den Kunden⁶¹ sowie die zeitliche Flexibilität im Zusammenhang mit der Kinderbetreuung⁶².

Grundsätzlich decken sich die genannten Motive mit den Untersuchungen⁶³, wonach für Frauen bei der Selbstständigkeit Gründe wie Selbstverwirklichung und etwas in der Welt bewegen zu können, im Vordergrund stehen. Zudem scheint die Verwirklichung der Motive eine zwingende Voraussetzung für die Selbstständigkeit zu sein. So hatten zwei Frauen⁶⁴ die Möglichkeit, das Unternehmen der Eltern zu übernehmen, entschieden sich aber schlussendlich dagegen, da es nicht ihren Vorstellungen entsprach:

Für mich ist es aber klar, dass ich dies nicht machen werde. Ich habe gemerkt, dass das was sie machen, da habe ich rein inhaltlich, fachlich zu wenig Herzblut dafür [...] es ist das Fachliche und die Art des Business [...] gerade die Vorteile wie z.B. Flexibilität fehlt. Es müssen Waren rein und Waren raus, man muss vor Ort sein, man kann nicht einfach sagen, ich beginne heute erst um zehn Uhr, ich mach heute weniger oder ich mache heute extrem viel. Man ist viel mehr an die klaren klassischen Bürozeiten gebunden [...] es ist nicht Meins (G2).

Darüber hinaus kam es für die anderen Frauen⁶⁵ mit einem selbständigen Vater gar nie in Frage, die Firma zu übernehmen. Vielfach entsprach die fachliche Ausrichtung der Firma nicht ihren Vorstellungen oder das Geschäftsmodell liess sich nicht mit ihren Motiven vereinbaren. Dies kann als weiteres Indiz dafür angesehen werden, dass es sich bei der Mehrheit der Probandinnen um ideenfokussierte Gründerinnen nach Gladbach (2015) handelt.

In der Motivforschung wird im Grundsatz zwischen Push- und Pull Motiven⁶⁶ unterschieden. Bei den Interviews stellte sich jedoch heraus, dass eine klare Trennung zwischen Pull- und Pushmotiven die Komplexität der Einflussfaktoren nicht zufriedenstellend abzubilden vermag. So gaben fast alle der befragten Frauen ausschliesslich Pull-Motive als Beweggrund für das Gründungsvorhaben an. Auf die vorherige berufliche Situation angesprochen, erwähnte jedoch eine grosse Mehrheit (7 von 8⁶⁷), dass sie mit ihrer vorherigen beruflichen Situation unzufrieden oder zumindest teilweise unzufrieden waren und stellten dies vielfach in direkten Zusammenhang mit der Entstehung ihres Gründungsvorhabens:

Ich wollte neue Aufgaben übernehmen, bekam aber die Chance nicht und konnte mich nicht weiterentwickeln. Ich hatte Mühe mit meinem Vorgesetzten auf fachlicher Ebene, da ich gewisse Sachen nicht akzeptieren konnte. Die letzte Stelle vor der Selbstständigkeit war sehr, sehr hierarchisch. Mit dem hatte ich extrem Mühe. Ich würde sagen beides⁶⁸, aber es war sicher so, dass durch das ich mit der beruflichen Situation überhaupt nicht glücklich war, wurde die Selbstständigkeit viel präsenter (G3).

⁶⁰ G8

⁶¹ G9

⁶² G3, G10

⁶³ Vgl. (Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 38; Meyer & Zahno, 2020, S. 11; Tchouvakhina, 2004, S. 102; Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 22).

⁶⁴ G1, G2

⁶⁵ G3, G5, G6, G8, G9

⁶⁶ Vgl. Erläuterung Kapitel 3.3.1.

⁶⁷ G1, G2, G3, G5, G7, G8, G9 / G4 und G6 befanden sich vor dem Vorgründungsprozess im Studium.

⁶⁸ Sie spricht hier von Push- und Pull-Faktoren.

Als ich begann, mir Gedanken zu machen, habe ich wahrscheinlich auch überlegt, vielleicht wäre dies auch der Ausweg aus diesem ständigen nicht Bekommen was ich will. Ich war zu dieser Zeit nicht so wahnsinnig happy mit meiner beruflichen Situation. Das war sicher auch ein Grund, warum die Selbständigkeit bei mir ein Thema wurde (G5).

Ich war da noch angestellt, das war in der Corona-Phase und da war klar, dass umstrukturiert oder gekündigt wird. Es war eine Umbruchsphase. Aber zufrieden mit der Arbeitssituation, nein (G8).

Der Job den ich heute habe, es ist nicht schlecht, aber ich suche mehr, sagen wir es so. Es ist nicht so, dass mich mein Job in die Selbständigkeit drängt, aber mir ist es sehr bewusst, dass meine jetzige Tätigkeit nicht nachhaltig befriedigend ist für mich. Ich habe höhere Anforderungen (G7).

Die Beurteilung, ob eine Selbständigkeit als Option in Betracht gezogen wird, hängt bei einem Teil der befragten Frauen in einem gewissen Masse mit der vorherigen beruflichen Situation zusammen. Obwohl keine der Frauen die vorherige berufliche Situation anfänglich als Beweggrund für die Auseinandersetzung mit der Selbständigkeit genannt hat, gaben 7 von 8 Frauen an, in der letzten Anstellung unzufrieden gewesen zu sein. Neben den bereits genannten Motiven sehen drei⁶⁹ Frauen die Flexibilität als Vorteil gegenüber dem Arbeiten in einer Anstellung. Als Nachteile werden unter anderem das grosse Arbeitsvolumen⁷⁰, sich nicht abgrenzen resp. distanzieren zu können⁷¹, das finanzielle Risiko resp. kein sicheres und regelmässiges Einkommen zu haben⁷² und unliebsame Arbeiten ausführen zu müssen wie beispielsweise administrative Arbeiten⁷³ oder Kundenakquise⁷⁴ genannt. In der Abbildung 45 sind die identifizierten Einflussfaktoren aus den Aussagen der Interviews vereinfacht dargestellt. Daraus lässt sich erkennen, dass Gründungsneigung durch verschiedene Einflussfaktoren, oder durch eine Kombination von Einflussfaktoren ausgelöst werden kann.

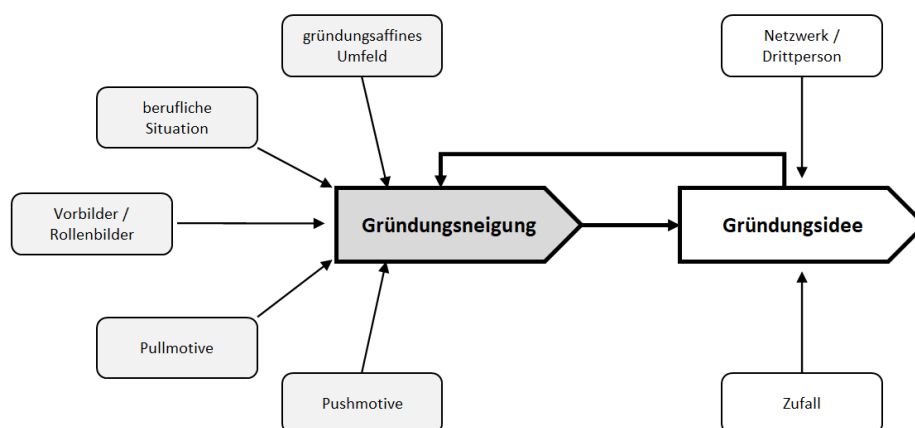


Abbildung 45: Idealtypisches Modell Einflussfaktoren Gründungsneigung (eigene Darstellung)

⁶⁹G3, G6, G10

⁷⁰G3, G4, G6

⁷¹G3, G6

⁷²G1, G7, G8, G9, G10

⁷³G10, G10

⁷⁴G2

Es lässt sich ein enger Zusammenhang zwischen der Gründungsneigung und der Gründungsidee erkennen. Einerseits kann eine vorliegende Gründungsfähigkeit die Aufmerksamkeit für unternehmerische Gelegenheiten fördern oder dazu führen, dass gezielt nach Möglichkeiten gesucht wird. Andererseits kann eine spontane Offenbarung einer Gründungsidee, z.B. durch eine Drittperson oder zufällige Umstände, eine Gründungsneigung auslösen.

Die Entscheidung, ob eine Selbständigkeit als Option in Betracht gezogen werden soll, basiert somit vielfach auf einem Vergleich resp. auf einer Güterabwägung zwischen der Option der Anstellung und der Option der Selbständigkeit, in welchem sowohl Push-, als auch Pull-Faktoren berücksichtigt werden. In Anbetracht dessen, scheint eine dichotomische Klassifizierung zwischen Push- und Pullgründungen der realen, kontextuellen Komplexität nicht gerecht zu werden.

5.5.2 Gründungsidee

Der nächste Schritt im theoretischen Bezugsrahmen ist die Entdeckung und Entwicklung der Gründungsidee. Wie bereits in Abschnitt 5.5.1 dargelegt, ist das Vorhandensein einer Gründungsneigung keine zwingende Voraussetzung für die Identifikation einer unternehmerischen Gelegenheit. Im nachfolgenden Kapitel soll aufgezeigt werden, wie und in welchem Umfeld die Gründungsideen identifiziert wurden, wie und wo nach Möglichkeiten gesucht wurde und inwiefern sich eine vorhandene Gründungsneigung auf die Suche von unternehmerischen Gelegenheiten auswirkt.

Die beiden Probandinnen⁷⁵, welche schon immer eine Affinität zur Selbständigkeit aufwiesen, berichten wie folgt über die Entstehung ihrer Gründungsidee:

Das war diese Möglichkeit, die wir gesehen haben, denn genau in diesem Moment ist dieser E-Commerce von Amerika gekommen, was damals in Frankreich extrem viele Venture Capitalisten und Business Angel angezogen hat [...] genau dort haben wir eine Lücke gesehen und gesagt, wir haben den MBA-Mindset und wir bauen ein Business auf (G9).

Das ist von der eigenen Erfahrung entstanden, sie hat gerade geheiratet und hat gesagt, ich kann hier nichts finden. Dann hat sie das Brautkleid in der Ukraine gekauft. Bei mir war es damals genauso. Wir haben uns gefragt, gibt es überhaupt ein Angebot? Wir haben gegoogelt und geschaut und haben gesehen, dass es etwas gibt, aber wenig online und mit Miete oder sehr, sehr teuer. Dann haben wir gedacht, für diesen Preis und wie es aussieht, was wir gekauft haben, kannst du gleich fünf sehr gute Brautkleider kaufen (G6).

Die Geschäftsidee wurde in den hier beschriebenen Fällen von einem Marktpotenzial resp. einem unbefriedigten Bedürfnis abgeleitet, welches in der Rolle als Kundin identifiziert wurde. Im Gegensatz dazu identifizierte G4 eher zufällig während dem Studium bei der Mithilfe einer Masterarbeit eine Geschäftsidee, die sie interessierte und welche sie mit weiteren Mitgründerinnen und Mitgründern weiterverfolgte. Auch G10, welche sich anfangs nur selbständig machte, um für einen Nebenerwerb eine Rechnung stellen zu können, war nie auf

⁷⁵ G6, G9

aktiver Suche nach unternehmerischen Möglichkeiten. Der Vorgründungsprozess war in ihrem Fall mehr ein schleichender Übergang von der Anstellung in die Selbständigkeit. Bei den restlichen sechs Frauen⁷⁶ scheint es, als wären ihre unternehmerischen Sinne durch die unbefriedigende Situation an der vorherigen Arbeitsstelle geschärft worden, wodurch sie auf unternehmerische Möglichkeiten sensibilisiert und wodurch ihre Bereitschaft gefördert wurde, identifizierte Gelegenheiten weiterzuverfolgen. Drei dieser Frauen⁷⁷ wurden während dieser Zeit von einer Drittperson mit einer konkreten Gründungsidee angesprochen:

Ich habe im Prinzip mir Ergotherapie angeschaut, ob ich mich beruflich verändern möchte in die Gesundheitsbranche. Daher habe ich mir mal Ergotherapie angeschaut. Dabei habe ich den Leiter der Ergotherapie kennengelernt. Er ist Ingenieur und er hatte das Produkt schon halbwegs entwickelt (G8).

[...] waren wir fertig mit dem Studium und dann hat sie mich mal angerufen und gesagt, was meinst du, wir haben doch damals im Studium gesagt, wir würden mal zusammen etwas machen, hättest du Lust? Zum gleichen Zeitpunkt habe ich erfahren in meinem alten Geschäft, dass das Geschäft schliessen wird (G1).

Entsprechend kann den beruflichen Netzwerken, welche bei Frauen weniger ausgeprägt sind (Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 25; OECD, 2016, S. 14-15), ein Einfluss für die Identifikation von unternehmerischen Gelegenheiten zugesprochen werden, welcher auch schon von Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez (2011, S. 768-769) festgestellt wurde. Zwei weitere Probandinnen⁷⁸ welche mit ihrer Arbeitssituation unzufrieden waren, wurden im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit auf eine unternehmerische Gelegenheit aufmerksam:

Der Wunsch kam im Rahmen von meiner Tätigkeit, wo ich vielfach nicht zufrieden war mit den externen Beratern, die ich hinzugezogen habe. Ich hatte oft das Gefühl, das kann man besser, professioneller und moderner machen (G7)

Und dann gab es diesen Moment, als ich gefragt wurde, was machst du? Genau so jemanden bräuchte ich eigentlich, ich habe jetzt mit meiner Firma eine Grösse, bei welcher ich die HR-Prozesse aufbauen müsste. Das war ein Moment, als ich das Gefühl hatte, ja das könnte eine Nische sein (G2).

Im Grundsatz lassen sich zwei verschiedene Entstehungsmuster erkennen, wie Geschäftsideen identifiziert wurden, welche an ihren Polen von der unverhofften Offenbarung bis hin zu der aktiven und gezielten Suche nach unternehmerischen Möglichkeiten reichen. Es lässt sich erahnen, dass die berufliche Situation einen massgebenden Einfluss darauf hat, ob und mit welcher Intensität nach unternehmerischen Möglichkeiten Ausschau gehalten wird.

Aus den Aussagen lässt sich ableiten, dass eine dauerhaft vorhandene Gründungsneigung, welche frei von exogenen Einflüssen oder Zwängen organisch hervorgerufen wurde, zu einer natürlichen Sensibilisierung für unternehmerische Gelegenheiten führt, wodurch die Zeitspanne der Suche verlängert und damit die Chance des Findens erhöht wird. Zugleich scheinen Unzufriedenheit am Arbeitsplatz oder mangelnde berufliche Alternativen für die Intensität der Suche sowie die Bereitschaft, identifizierte Möglichkeiten weiterzuverfolgen, verantwortlich zu sein. So identifizierte G6 bereits während dem Studium eine mögliche Gelegenheit, welche

⁷⁶ G1, G2, G3, G5, G7, G8,

⁷⁷ G1, G3, G8

⁷⁸ G2, G7

sie schlussendlich aufgrund eines Jobangebotes wieder verwarf. Ein weiterer Einflussfaktor, welcher die Wahrscheinlichkeit des Findens zu beeinflussen scheint, wird in der Grösse des Suchperimeters vermutet. Peripheres und branchenübergreifendes Suchen kann die Anzahl potenzieller unternehmerischer Möglichkeiten erhöhen. Interessanterweise verfügen alle der befragten Frauen⁷⁹, welche sich in einer Branche selbständig machen, in welcher sie über keine beruflichen Erfahrungen verfügen, über eine wirtschaftliche Aus- oder Weiterbildung. In diesem Zusammenhang konnten auch Unterschiede beobachtet werden, ob sich die Probandinnen bei der Suche nach Geschäftsideen mehr an den eigenen Fähigkeiten oder am Markt orientierten:

Nein Modebranche war gesetzt, rein schon von unserer Ausbildung und dem Studium. Weil das das ist, was wir gerne machen. Wir haben auf unsere Fähigkeiten und auf die Kundenbedürfnisse geachtet. Dabei wurden die Kundenbedürfnisse eher als wichtiger gewichtet, weil ich denke einfach immer, also, ich kann jetzt nicht sagen, dass ich auf grosse Grössen spezialisiert war, aber ich habe ja die Grundausbildung gemacht und ich finde es auch spannend, etwas Neues zu machen und etwas Neues zu probieren (G1).

In erster Linie war die Idee getrieben von meinen Stärken, meinen Talenten und meinem Wunsch, wo ich beruflich hinwill. Und das Zweite war schon auch, mit der ersten Welle im Frühling mit Corona, das Homeoffice viel mehr ein Thema wird. Man ist mehr zu Hause, man geht weniger weg in die Ferien, dass ich auch glaube, dass der Stellenwert, von einer Wohnung oder einem Haus resp. vom Zuhause, bei den Leuten an Wichtigkeit gewonnen hat und das eine Chance sein kann, dass die Leute wieder mehr Unterstützung und Fokus in diesem Bereich haben wollen (G3).

Vielfach gestaltete sich der Findungsvorgang nach diesem Ablaufschema. Basierend auf den eigenen Fähigkeiten, der schulischen Ausbildung und der Berufserfahrung wurde der Suchperimeter erstinstanzlich eingegrenzt und erst in zweiter Instanz die Perspektive des Kunden oder des Marktes eingenommen. Bei G5, G6 und G9 war genau es umgekehrt. Sie identifizierten ihre Gründungsidee aus einem unbefriedigten Bedürfnis.

Absolut, es war mein eigenes Bedürfnis. Ich war so quasi auch meine beste Kundin. Bei der Konzeptualisierung vom Geschäft habe ich immer an mein Bedürfnis gedacht und wenn ich Kundin wäre, was ich gerne haben würde (G9).

Das ist von der eigenen Erfahrung entstanden, sie hat gerade geheiratet und hat gesagt, ich kann hier nichts finden. Dann hat sie das Brautkleid in der Ukraine gekauft. Bei mir war es damals genauso. Wir haben uns gefragt, gibt es überhaupt ein Angebot? Wir haben gegoogelt und geschaut und haben gesehen, dass es etwas gibt, aber wenig online und mit Miete oder sehr, sehr teuer. Dann haben wir gedacht, für diesen Preis und wie es aussieht, was wir gekauft haben, kannst du gleich fünf sehr gute Brautkleider kaufen (G6).

Hierbei ist festzuhalten, dass sich im Datenmaterial nicht immer eine klare Abgrenzung oder Reihenfolge zwischen der Orientierung am Markt und an den eigenen Fähigkeiten erkennen liess. Teilweise waren beide Kriterien in ähnlichem Masse für die Identifikation der Geschäftsidee verantwortlich und die Grenzen dazwischen fließend. Jedoch scheinen eine gewisse branchenübergreifende Offenheit sowie eine Marktorientierung für die Identifikation von unternehmerischen Gelegenheiten förderlich zu sein. Anhand der Aussagen in den Interviews lässt sich erkennen, dass es bei der Identifikation der unternehmerischen Gelegenheit eine Vielzahl von Einflussfaktoren gibt, wie und wo nach Gründungsideen gesucht wird, ob sie gefunden und weiterverfolgt werden. Dabei lassen sich aus den Interviews verschiedene Zusammenhänge, unter anderem mit der in Kapitel

⁷⁹ G3, G5, G6, G8, G9

5.5.1 beschriebenen Gründungsneigung erkennen, welche zur besseren Übersicht und Verständlichkeit in der Abbildung 46 visualisiert wurden.

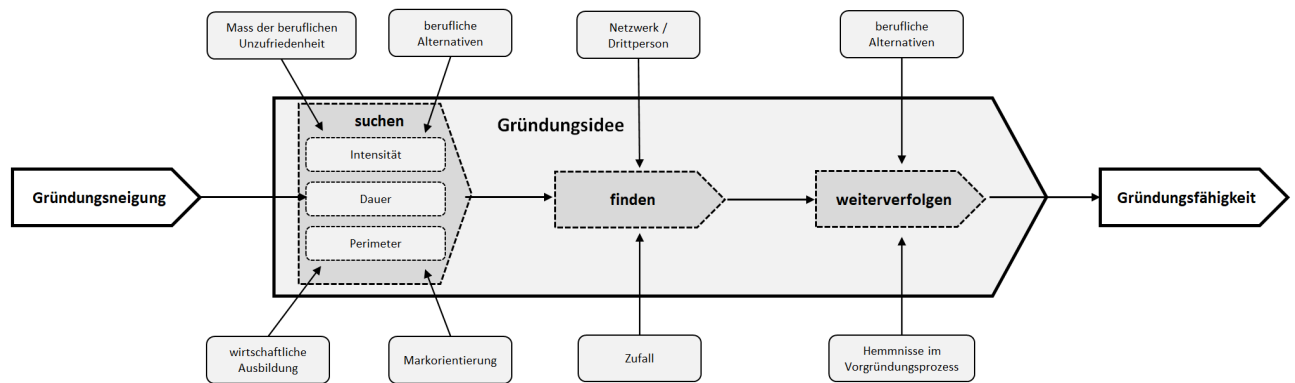


Abbildung 46: Idealtypisches Modell Einflussfaktoren Gründungsidee (eigene Darstellung)

Grundsätzlich lässt sich ein serieller, dreistufiger Prozess erkennen, welcher vom Suchen über das Finden bis zum Weiterverfolgen von unternehmerischen Gelegenheiten reicht. Dabei ist eine vorhandene Gründungsneigung, welche selbst von diversen Faktoren hervorgerufen werden kann, primär dafür verantwortlich, ob überhaupt nach unternehmerischen Gelegenheiten gesucht wird. Intensität, Dauer und Perimeter der Suche beeinflussen, wie, wo und über welche Zeitdauer gesucht wird und erhöhen somit die Wahrscheinlichkeit des Findens. Dabei wird die Intensität durch das Mass der beruflichen Unzufriedenheit, die Dauer durch den Entstehungszeitpunkt der Gründungsneigung und der Perimeter von der Ausbildung und der Fähigkeit, sich am Markt orientieren zu können, beeinflusst. Wie aus den Aussagen der Befragten hervorgeht, können Gründungsideen aber auch ganz unverhofft, ohne vorgängiges Suchen gefunden werden. Dabei kann die Gründungsidee sowohl durch zufällige Umstände als auch durch Drittpersonen aus dem Netzwerk an die potenzielle Gründerin herangetragen werden. Ob und wie lang die gefundene Gründungsidee weiterverfolgt wird, hängt einerseits mit den beruflichen Alternativen zusammen und wird andererseits von den weiteren Hemmnissen und Hindernissen im weiteren Verlauf des Vorgründungsprozesses geprägt, welcher in den nachfolgenden Kapiteln genauer beschrieben wird.

5.5.3 Gründungsfähigkeit

Eine Selbständigkeit erfordert andere Fähigkeiten und Kompetenzen als eine Beschäftigung in einem angestellten Verhältnis. Beurteilen Frauen im Vorgründungsprozess ihre Fähigkeiten für die identifizierte Gründungsidee als ausreichend, erklimmen sie im theoretischen Bezugsrahmen die Stufe der gründungsfähigen Bevölkerung. Das nachfolgende Kapitel soll aufzeigen, welche Fähigkeiten dabei als wichtig erachtet werden und wo Defizite bei den eigenen Fähigkeiten wahrgenommen werden. Dabei soll aufgezeigt werden, inwiefern

diese Defizite ein Hindernis im Vorgründungsprozess darstellen und ob und wie sie überwunden werden konnten.

Fünf Frauen⁸⁰ berichten von Problemen, welche sich unter den Überbegriffen selbstbewusster Verkauf und proaktive Kundenakquisition subsumieren lassen. Dabei erwähnen sie, dass es ihnen schwerfalle oder sie Zweifel haben, ihre Marktleistung gegenüber von potenziellen Neukunden selbstbewusst zu vermarkten und angemessen anzupreisen. Viele der befragten Frauen sind sich dabei durchaus bewusst, dass ein gesundes Mass an Selbstvertrauen oder Übertreibung für den Verkauf förderlich wäre, tun sich aber trotzdem schwer damit, diese Erkenntnis selber anzuwenden:

Ich bin eher jemand, der es vielleicht zu gut machen möchte und sicher sein, dass es gut kommt. Ein bisschen der Bluffer, den du manchmal sein musst und sagst, wir haben es im Griff und dann mal probieren. Das habe ich weniger, das können andere Leute sicher besser als ich [...] es hat einfach ganz viele Leute, die sehr gut reden können und man arbeitet teilweise mit diesen Leuten zusammen und denkt sich, das haut einem jetzt nicht vom Hocker. Doch schaffen es diese Leute trotzdem erstaunlicherweise sehr weit. Darum muss ich sagen, das ist eine Kompetenz oder eine Fähigkeit, welche ich mir noch mehr aneignen muss. Ein bisschen mehr Verkäufer zu sein und das Vertrauen haben, dass es gut kommt (G7).

Besonders stark scheint sich dieses Phänomen in Bereichen zu manifestieren, in welchen die Frauen nach eigenen Einschätzungen über keine vertiefte Expertise oder langjährige Erfahrungen verfügen. Einige Frauen wechseln bei dieser Thematik in eine verallgemeinernde geschlechterspezifische Erzählweise, in der sie nicht nur von sich selbst, sondern allgemein von Frauen und Männern sprechen. Dadurch lässt sich interpretieren, dass sie dieses Phänomen nicht nur bei sich selbst, sondern auch bei anderen Frauen festgestellt haben und dies als allgemeinen Unterschied zwischen den Geschlechtern wahrnehmen:

Manchmal denke ich so, das kann ich noch nicht, da weiss ich noch zu wenig und müsste mich noch einlesen und sattelfest sein. Ich stelle fest, viele Männer sagen einfach, klar kann ich das. Ich verkaufe das schon und biete das an und ich denke immer, da gibt es noch so viel zu wissen und ich weiss das noch nicht und bevor ich nicht alles weiss, kann ich nicht rausgehen und es verkaufen (G2).

Frauen definieren sich mehr über das Wissen. Frauen sind nicht diejenigen, die kommen und dir irgendetwas verkaufen, wenn sie keine Ahnung haben, was sie verkaufen. Sondern sie definieren sich viel mehr über das tiefe Wissen, ist sehr plakativ, aber ich glaube, mir geht es auch manchmal auch so (G7).

Das grosse Bedürfnis nach Sicherheit, vertieftem Wissen und Erfahrung als Voraussetzung für die Selbständigkeit, kann als möglicher Erklärungsansatz dafür angesehen werden, dass sich Frauen bei der Entwicklung der Geschäftsidee vermehrt an ihren eigenen Fähigkeiten orientieren, was sich hemmend auf innovative und neue Gründungsvorhaben auswirken könnte. Auffallend bei der untersuchten Stichprobe ist zudem, dass die beschriebenen Bedenken ausschliesslich von Frauen geäussert wurden, welche eine Dienstleistung anbieten⁸¹. Unter Dienstleistungen versteht man immaterielle Güter, die entstehen, wenn eine Tätigkeit gegen Entgelt ausgeübt wird. Somit stehen bei Dienstleistungen die Fähigkeiten und Kompetenzen der Gründerin bei der Marktleistung im Vordergrund. Dabei scheint es so, als würde es den befragten Frauen mehr Mühe bereiten,

⁸⁰ G2, G3, G5, G7, G10

⁸¹ In der vorliegenden Stichprobe bieten 6 von 10 (G2, G4, G5, G6, G7, G10) Frauen eine Dienstleistung an.

ihre Fähigkeiten in Form von Dienstleistungen als ein materielles Produkt zu vermarkten und zu verkaufen. Grundsätzlich stellen die Probandinnen bei sich selber, wie auch bei Frauen im Allgemeinen, eine gewisse Zurückhaltung fest, wenn es darum geht, sich selbstbewusst zu verkaufen. Anders als bei materiellen Produkten, bei welchen die Beurteilung von Qualität und Preis-Leistungsverhältnis einer gewissen objektiven Messbarkeit unterliegt, erfolgt die Bewertung bei Dienstleistungen mehr auf der Grundlage subjektiver Einschätzungen. Dabei stellt eine Mehrheit der Probandinnen fest, dass Männer dazu neigen, ihre Fähigkeiten zu überschätzen, während die Frauen ihre Fähigkeiten unterbewerten. Dies ist insofern problematisch, als dass der Wert und die Bewertung von Dienstleistungen vordergründig auf einer subjektiven Einschätzung der eigenen Fähigkeiten beruht. Diese reflektierende Feststellung der Probandinnen deckt sich auch mit diversen Studien⁸², welche darlegen, dass Frauen ihre Fähigkeiten im Vergleich zu Männern schlechter bewerten.

Eine weitere geschlechterspezifische Feststellung, welche von Probandinnen beschrieben wurde, ist, dass Frauen beim Verkauf nichts versprechen wollen, was sie nicht einhalten können. Ehrlichkeit sowie die Zufriedenheit der Kunden scheinen einigen Frauen besonders wichtig zu sein. In gewissen Aussagen ist eine latente Unsicherheit spürbar, die Erwartungen der Kunden nicht erfüllen zu können:

Und darum ist es für mich wichtig, dass ich die Sattelfestigkeit habe, etwas wovon ich weiss, das kann ich. Oder zumindest einen Teil und dann gehe ich einen Schritt raus und erweitere meinen Rahmen. Aber immer noch so, dass ich etwas mit einem guten Gewissen und gutem Gefühl verkaufen kann (G2).

Es wird von einer hemmenden Wirkung gesprochen, wenn die eigenen Fähigkeiten von anderen Personen angezweifelt werden. Zudem wird vertieftes Wissen als Legitimation für das weibliche Mitspracherecht genannt. Dabei wird der Ursprung dieses Phänomens in der Erziehung und der Sozialisierung vermutet:

Wenn ich mit einem Mann, der mich anzweifelt oder meine Idee anzweifelt, diskutiere, dann komme ich plötzlich ins Stocken, weil ich nicht so ein guter Player bin wie mein Gegenüber. Ich möchte nicht sagen, dass es bei jedem Mann so ist - ich bin auch keine plakative Frau, die sich nicht zu wehren weiss - aber ich glaube, das Wissen und das Gefühl, dass man erst richtig mitreden kann, wenn man Bescheid weiss, das ist etwas, was uns beigebracht wird resp. die Sozialisierung hat etwas damit zu tun (G5).

Ich glaube Männer sind kompetitiver und lernen das ganz anders wie wir, wie man mit Challenges umgeht und sich behaupten kann. Das ist auch wieder so eine Sozialisierungsfrage (G5).

Ich glaube, das hat jeder. Also genau so sehr, wie es Tage gibt, an welchen man überzeugt von sich ist, hat man auch seine Zweifel. Und ich glaube, das ist manchmal auch eine Schwäche, dass ich mich von Kleinigkeiten aus der Bahn werfen lasse. Dass man sich einmal zu viel hinterfragt. Oder durch das, dass ich in eine neue Branche eintrete, ich mich ein wenig als unwissend und Underdog fühle und mich am Schluss entsprechend auch unter Wert verkaufe (G3).

Ich denke es ist auch eine Erziehungsfrage. Männer - ist meine Erfahrung - trauen sich viel mehr zu. Sie machen einfach mal und gehen davon aus, dass es schon gut kommt. Vielleicht versprechen sie mal was, das sie gar nicht wissen, ob sie es halten können [...] Frauen sind tendenziell vorsichtiger, sie wollen alles perfekt machen und sich absichern und kommen schlussendlich mit dem noch vorwärts. Vielfach stehen sie sich selber im Weg, was ich auch in meinen Teams festgestellt habe. Das hängt auch vielleicht mit Gender zusammen (G7).

⁸² Vgl. (Wilson, Kickul, Marlino, Barboasa, & Griffiths, 2009, S. 112-117; Baldegger, Gaudart, & Wild, 2020, S. 36-37; OECD, 2016, S. 12; SECO, 2008, S. 37).

Die Studie von Jerrim, Parker, & Shure (2019, S. 17-18) bestätigt diese Beobachtung insofern, als dass der sogenannte "confidence-gap" zwischen Mädchen und Jungen bereits im jugendlichen Alter festgestellt wurde, weshalb ein Zusammenhang mit der Erziehung und der Sozialisierung im Kindesalter naheliegt. Zudem bestätigt die Studie auch die Vermutung, wonach Jungen häufiger als Mädchen behaupten, über Wissen oder Kompetenzen zu verfügen, im Bewusstsein darüber, diese eigentlich nicht zu besitzen. Der Grossteil der Frauen (7⁸³ von 10) schätzt sich selber als selbstkritisch oder eher selbstkritisch ein. Ein Teil von ihnen wertet dies in Bezug auf die Selbständigkeit als Nachteil und versucht, dem aktiv entgegen zu wirken:

[...] früher war ich viel selbstkritischer, aber ich probiere von dem wegzukommen, weil ich weiss, dass es nicht hilft (G7).

G10 nutzt diesen geschlechterspezifischen Unterschied im Selbstvertrauen und in der Selbstsicherheit, in dem sie sich mit ihrer Dienstleistung im digitalen Marketingbereich explizit auf Frauen konzentriert und sie sich durch den Fokus auf das weibliche Marktsegment einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschafft.

Es ist dann ein Vorteil, wenn man sich auf Frauen spezialisiert. Ich glaube Frauen, auch Frauen in dem Altersspektrum auf das ich abziele, fühlen sich wohler von Frauen in diesem Bereich beraten zu lassen, als von Männern. In diesem Alterssegment sind das nicht die Digital-Natives und haben sehr wenig Kenntnisse und sehr grosse Hemmungen und auch ein Misstrauen dieser digitalen Welt gegenüber. Wenn nachher noch ein Mann als Profi auftritt [...] das fühlt sich nicht so gut an. Und wenn ich komme, ich bin gleich alt und kenne das, dann bin ich mehr auf Augenhöhe mit den Kundinnen (G10).

Einige Probandinnen berichten, dass Selbstbewusstsein im Zusammenhang mit Erfahrung und positiven Rückmeldungen steht:

Ich bin am Lernen, mich selbstbewusst einzusetzen. An schlechten Tagen bin ich selbstkritisch. Das heisst die Mehrheit der Zeit habe ich die Tendenz, selbstkritisch zu sein. Aber du hast mich vorher gefragt, ob wir erfolgreich sind, wo ich sagen konnte, nein ich glaube an den Erfolg [...] ich würde sagen, ich bin eher selbstkritisch, wenn ich mich unwohl fühle oder ich nicht alle Fakten oder zu wenig Erfahrung habe. Für mich hat das sehr viel mit Knowhow zu tun (G3).

Selbstbewusstsein hat für mich mit Erfahrung und mit Feedback zu tun (G6).

Grundsätzlich scheint für diverse Frauen das Selbstbewusstsein, die Unsicherheit und die Ungewissheit, ob ihre Idee am Markt Anklang finden wird, ein Hemmnis im Vorgründungsprozess darzustellen. Andere Probandinnen berichten diesbezüglich, dass sie diese Unsicherheit frühzeitig überwinden konnten, indem sie proaktiv das Feedback von potenziellen Kunden einholten, den Markt genau analysierten oder an Wettbewerben teilnahmen. Dabei berichten sie von einer gewonnenen Sicherheit oder gar einem Motivationsschub im Vorgründungsprozess. Grundsätzlich scheint diese Vorgehensweise ein probates Mittel zu sein, um frühzeitig Sicherheit zu gewinnen. Zudem ermöglicht frühzeitiges Kundenfeedback bereits vor dem Markteintritt Verbesserungen an der Marktleistung vorzunehmen, wodurch sich Zeit und Geld einsparen lassen.

Als ich das Konzept auf dem Papier definiert habe, habe ich potenzielle Kunden angefragt und Umfragen gemacht mit genau den Punkten, die ich im Konzept hatte. Verfügbarkeit, Preis, USP und auch die Bedürfnisse. So habe ich quasi eine Bestätigung bekommen, dass das, was ich auf dem Papier habe, effektiv ein Geschäft sein

⁸³ G1, G2, G3, G5, G6, G7, G8

kann. Ich bekam über 100 Feedbacks von meiner Zielgruppe in der ganzen Schweiz. Die Antwort und das Resultat von der Umfrage waren nicht weit weg von meinem Konzept. Das hiess für mich, dass ich in der richtigen Richtung war (G9).

Was ich bis jetzt sagen kann, ist, dass die Bedürfnisse vorhanden sind. Gerade wenn man das Suchvolumen auf Google anschaut. Ein Stück weit auch die Medienpräsenz, wo es ums Zuhause geht. Konkurrenz ist immer da. Ich finde Konkurrenz ist grundsätzlich etwas Positives, da sie zeigt, dass ein Markt da ist. Ich fühle mich nicht von der Konkurrenz erdrückt, sondern ich glaube, ich habe eine grosse Chance, mit einem jungen modernen Onlineauftritt, gegenüber den alteingesessenen Leuten, die schon sehr lange in der Branche unterwegs sind, einen Vorteil rauszuholen, da ich auch online präsent bin (G3).

Sicher hat uns das teilweise verunsichert. Vor allem da es sehr viele Aspekte hat. Weil es finanziell sehr kostspielig ist. Es wird sicher nicht einfach, die Finanzierung hinzubekommen. Gleichzeitig wenn du deine Idee präsentierst und es kommt gut an, dann ist das auch sehr bestärkend. Bis wir ins Final dieser Challenge gekommen sind, war es nur eine Idee, dann kam es so gut an und das gab uns einen grossen Motivationsschub. Vor allem, wenn Leute, die schon gegründet haben und sich auskennen, Potenzial sehen (G4).

Zwei⁸⁴ der befragten Frauen bezeichnen sich selber als selbstbewusst. In diesem Zusammenhang wird die Bereitschaft in Verbindung gebracht, Mut zu haben und gewisse Risiken einzugehen und auszuprobieren.

Ich bin mutig und hinterfrage nicht so viel. Wenn es für mich stimmt, dann stimmt es [...] aber ich bin eher jemand, der mal ausprobiert und aber manchmal auch auf die Nase fällt und dann muss ich halt wieder aufstehen und sagen, es tut mir leid, ich lerne etwas daraus und gehe weiter [...] ich finde es einfach viel einfacher. Man bewegt sich viel schneller vorwärts (G10).

Diese Einschätzung wird auch von weiteren Frauen geteilt. Es wird auf die Grenzen der Planbarkeit hingewiesen und die Bedeutung der Fähigkeit hervorgehoben, Mut zu haben etwas auszuprobieren:

Ich denke, dass ehrlicherweise, jemand der einfach macht und nicht plant, am Schluss wahrscheinlich weiterkommt, auch wenn er vermutlich öfters den Kopf anstösst, als jemand der sehr viel plant bevor er etwas macht. Aus dem einfachen Grund, man kann nicht alles vorausschauen und es ist nicht alles planbar und abschätzbar. Sobald man irgendwelche Prognosen macht, zum Beispiel Marktanteile, wie viel Kunden kann man gewinnen, zu welchem Preis man Dienstleistungen verkaufen kann. Ehrlicherweise schaut man in eine Glaskugel, man weiss es effektiv erst, wenn man die Kunden hat. Darum denke ich am Anfang ist es wichtig, sich eine gewisse Zeit zu geben und das Bewusstsein haben, dass es Zeit braucht, bis das Unternehmen an einem gesunden Punkt steht. Aber ich glaube nicht, dass man durch eine sehr exakte Planung bessere Voraussetzungen schafft (G3).

Mutig sein. Ein Stück weit einfach machen. Man kann nicht immer alles tausend prozentig wissen. Und sich gegebenenfalls auch einfach Hilfe zu holen. Also das einschätzen zu können, ok wo brauche ich Hilfe, gerade was so rechtliche Dinge anbelangt (G8).

Ansonsten lässt sich konstatieren, dass die weiteren selbstdiagnostizierten Fähigkeitsdefizite sehr individuell sind. Einige Frauen (4⁸⁵ von 10) sehen Defizite im administrativen und juristischen Bereich. Ebenfalls räumen vier Frauen⁸⁶ Defizite bei Buchhaltung und Finanzen ein. Drei⁸⁷ sehen Schwierigkeiten bei den fachlichen Kompetenzen. Grundsätzlich ist auffallend, dass die Probandinnen bei den Defiziten von Fähigkeiten deutlich mehr von Persönlichkeitseigenschaften als von fehlenden Kompetenzen sprechen. Zwar werden fehlende Kompetenzen geäussert, jedoch gab es keine Andeutungen oder Hinweise, wonach fehlende Kompetenzen

⁸⁴ G9, G10

⁸⁵ G1, G4, G6, G8

⁸⁶ G1, G5, G7, G10

⁸⁷ G4, G9, G10

oder fehlendes Wissen als unüberwindbares Hindernis oder gar ein Abbruchkriterium im Vorgründungsprozess angesehen wurde. Vielmehr wurden Unsicherheiten, fehlendes Selbstvertrauen, finanzielles Sicherheitsbedürfnis, Angst vor dem Scheitern, fehlender Mut, grosses Arbeitsvolumen oder fehlende Selbstdisziplin als Hemmnisse beurteilt. Aus den Äusserungen geht hervor, dass fehlende Kompetenzen oder fehlendes Wissen mehrheitlich angeeignet- oder auf verschiedene Arten kompensiert werden konnte:

Eigentlich mehr in Buchhaltung und all diesen versicherungstechnischen Sachen, wir machen das halt alles selber. Buchhaltung und all das Zeug machen wir alles selber und da hatte ich die grössten Bedenken, dass wir das nicht auf die Reihe bringen und zu viel Hilfe benötigen [...] lustig ist, dass ich schlussendlich jetzt die Buchhaltung mache [...] und ich mache es auch sehr gerne. Ich finde das zwischendurch recht entspannend, mit Zahlen zu jonglieren (G1).

Andere Frauen probieren, fehlendes Wissen durch Mitgründerinnen oder Mitgründer zu kompensieren. Fünf der befragten Frauen⁸⁸, haben in einem Team gegründet oder haben, im Falle der werdenden Gründerinnen, die Absicht in einem Team zu gründen. Alle beurteilen die Zusammenarbeit im Team als sehr positiv und bereichernd. Als grosse Vorteile werden Ergänzung von Wissen, Kompensation von Schwächen oder organisatorische Gründe erwähnt:

Vorteile sehe ich, wenn man verschiedene Fähigkeiten hat und einander ergänzen kann, dann gibt es eine gute Mischung. Ich glaube stark, wenn man diskutiert, dann findet man die beste Lösung - zwei, drei Köpfe sind besser als einer [...] verschiedene Meinungen sind wichtig, die Kundschaft hat auch verschiedene Meinungen. Zwei Persönlichkeiten denken breiter als nur eine. Auch als Backup, das heisst wenn eine krank oder in den Ferien ist, kann jemand übernehmen, das gibt mehr Stabilität und man kann sich besser organisieren (G6).

In anderen Fällen scheint sich die ergänzende Wirkung einer Teamgründung nicht nur auf fachliche Kompetenzen zu beschränken, sondern auch auf mentaler Ebene positiv auszuwirken. Die oben erwähnte gute Mischung zwischen planen und probieren, lässt sich auch mit verschiedenen Persönlichkeiten in einem Team abdecken:

Ich bin eher die, die alles kritisch sieht und sie eine sehr positiv eingestellte Person. Sie sagt immer, es kommt gut, es ist bislang immer gut gekommen. Ich brauchte eine solche Person, weil sonst wären meine Ängste zu gross gewesen [...] sie ist kreativer und ich bin eher Pessimist und sie eher Optimist [...] zwischendurch gibt es Phasen, da bin ich voll im Loch und dann kommt sie und sagt, es kommt gut. Oder zwischendurch ist sie euphorisch und dann sage ich, jetzt müssen wir auf dem Boden bleiben und akzeptieren, wie es wirklich ist (G1).

Vier Frauen⁸⁹ erwähnen dabei explizit, dass sie nicht alleine gegründet hätten resp. nennen ein Team als Voraussetzung, die Gründung zu vollziehen oder im Falle der Abbrecherinnen als mitverantwortliches Abbruchkriterium:

Also ich glaube im Grossen und Ganzen ist es wirklich ein Vorteil. Alleine hätte ich es nicht gemacht und sie hätte es alleine auch nicht gemacht (G1).

Nein, ich glaube alleine würde ich nicht gründen, nein, das glaube ich, würde ich nicht machen (G8).

⁸⁸ G1, G3, G4, G6, G8

⁸⁹ G1, G4, G7, G8

[...] ja das wäre das Ziel, ein Gründungsteam zu finden, welches alle erforderlichen Kompetenzen abdecken könnte [...] vielleicht ist mein Problem, dass ich es von anderen Leuten abhängig mache, die mitziehen. Vielleicht komme ich auf meiner Reise zum Schluss, dass ich es alleine machen werde. Ich habe einfach das Gefühl, dass es mehr Spass machen würde, als alleine [...] alleine reizt es mich nicht [...] auch das Diskutieren von Problemen und nicht alle Entscheidungen alleine treffen zu müssen. Ich habe die Idee schon mit vielen diskutiert und aus Gesprächen entstehen viele Ideen, auf welche ich vielleicht nicht alleine gekommen wäre. Ich denke für mich wäre es viel bereichernder, in einem Team als alleine etwas zu starten. Ich bin nicht ein Einzelgänger [...] ich habe das Gefühl, es braucht wie noch jemand, der sagt, komm jetzt machen wir es (G7).

Ich glaube etwas alleine zu machen, hätte ich nicht so Bock. Ich persönlich bin jemand, meine Ideen wachsen und entstehen, sobald ich mich mit jemandem austausche und so völlig alleine etwas zu gründen, gerade im Bereich wo ich wollte, ich glaube das war auch ein Hauptgrund, warum ich es nicht gemacht habe (G5).

Auch die Sologründerinnen⁹⁰ beurteilen allesamt eine Teamgründung als mehrheitlich positiv und erwähnen, dass sie eine Gründung im Team der Einzelgründung vorgezogen hätten, wenn sie eine passende Mitgründerperson gefunden hätten:

Aus meiner Erfahrung würde ich sagen, ich hätte lieber mit einem Co-Founder gegründet und nicht alleine. Ich finde es auch spannender, wenn du mit jemandem zusammen oder im Team gründest (G9).

Ich hätte das sehr gern gewollt. Ich hätte eine GmbH gegründet mit jemandem zusammen. Das hat sich leider nicht ergeben. Die Person, mit der ich es mir sehr gut vorstellen konnte, wollte lieber nicht. Jetzt bin ich immer noch eine Einzelfirma (G10).

Für meine Idee der Integration hätte ich recht suchen müssen. Ich hätte gar nicht gewusst, wo ich anfangen soll. Ich habe gar nicht erst gesucht, mir kam gar nichts in den Sinn. Grundsätzlich würde ich aber lieber im Team gründen als alleine (G5).

Die Aussagen zeigen, dass die befragten Frauen eine Mitgründerin oder einen Mitgründer als fördernden Faktor im Vorgründungsprozess wahrnehmen oder dies gar als Voraussetzung für eine Gründung nennen. Alle befragten Frauen würden eine Gründung im Team einer Sologründung vorziehen. Umso erstaunlicher ist es, dass es sich bei der grossen Mehrheit der Unternehmensgründungen um Sologründungen handelt (Metzger, 2020, S. 4) und Frauen öfter als Männer alleine gründen (OECD, 2016, S. 6; Schwarz, Almer-Jarz, & Breitenacker, 2004, S. 183). Teilweise haben die Frauen davon berichtet, erfolglos nach einer Mitgründerin oder einem Mitgründer gesucht zu haben, oder gaben an, dass sie gar nicht wussten, wo sie suchen sollten. Entsprechend kann dies als Handlungspotenzial zur Förderung im Vorgründungsprozess festgehalten werden.

Als weitere Möglichkeit, Wissenslücken zu kompensieren, wurde speziell bei Sologründerinnen auf das Auslagern von Arbeiten verwiesen:

Wenn du aber alleine gründest, dann hast du gewisse Schwierigkeiten. Es hat Vorteile und Nachteile. Du hast niemand, der deine Schwäche kompensieren kann, daher musste ich dies outsourcen [...] viele Fähigkeiten hatte ich nicht, das ganze Online war für mich relativ neu. Ich hatte viel Marketing gemacht, aber vor allem klassisches Marketing mit Printmedien und Fernsehen, Radio aber nicht online und das war neu. Da habe ich mir einfach Hilfe von Freelancern geholt. Ich hatte kein Geld für Angestellte, deshalb habe ich alles mit Freelancer auf Rechnung bezahlt und das funktioniert. Da hat jeder seine Spezialität reingebracht und ich habe auch viel gelernt. Am Anfang habe ich auch viel selber gemacht, aber irgendwann habe ich outgesourced, auch die ganzen administrativen Sachen, wie Jahresabschluss, MWST-Rechnung und so Sachen. Das mache ich nicht gern und da weiss ich auch nicht, wie es geht und deshalb habe ich es outgesourced. Ich denke das ist sehr wichtig, dass

⁹⁰ G2, G5, G7, G9, G10

man erkennt, was sind meine Fähigkeiten, was kann ich gut und man das pusht und was du nicht kannst oder nicht machen willst, dann einfach wenn möglich outsourcen und weitergeben an Leute, die das besser machen können (G9).

Mittlerweile ist ja alles virtuell. Ich kenne so viele Freelancer in der Schweiz aber auch in Deutschland. Ich könnte die ganzen Texte einer Webseite outsourcen in einer Minute und so bist du sehr flexibel. Wenn du viel zu tun hast, kannst du Texte auslagern, die kommen in einer Woche zurück. Oder ich schreibe es selber, dann habe ich zwei Wochen Arbeit. Je nach Auftragslage agiere ich so (G10).

Durch das Auslagern von gewissen Arbeitsbereichen können fehlende Fähigkeiten kompensiert werden. Zudem kann es befreiend wirken, sich vollständig auf das Kerngeschäft und die Kernkompetenzen fokussieren zu können, damit die Effizienz gewährleistet werden kann. Gerade bezüglich Auslagern von Arbeit sowie der zeitlich und örtlich unabhängigen Zusammenarbeit, bietet die Digitalisierung viele neue Möglichkeiten. Dies könnte gerade Frauen, welche in der Selbständigkeit eine flexible Arbeitsform suchen, künftig den Schritt in die Selbständigkeit erleichtern. Auftragsschwankungen können abgefangen werden, indem der Anteil der ausgelagerten Arbeiten je nach Auftragslage oder familiären Anforderungen flexibel angepasst wird:

Es geht immer irgendwie auf. Oder ich binde jemanden im Team mehr ein oder lagere einen Einzelschritt eines Projektes aus (G10).

Auch die Netzwerke werden in den Interviews immer wieder als wichtiger Einflussfaktor im Vorgründungsprozess erwähnt. Dabei ist der Nutzen von Netzwerken sehr vielfältig. So fördern Netzwerke nicht nur das Identifizieren von unternehmerischen Gelegenheiten (Geissler, 2013, S. 200; Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez, 2011, S. 768-769) sondern dienen auch als Beratungs- und Unterstützungsstellen bei allfälligen Problemen (OECD, 2016, S. 15). Dabei sind die Netzwerke der Frauen kleiner und weniger vielfältig als jene der Männer (Burns, 2011, S. 278-279; Leicht, Welter, & Fehrenbach, 2004, S. 25; OECD, 2016, S. 14-15). Zudem wird festgestellt, dass Frauen bei Problemen und Schwierigkeiten bevorzugt auf das private Netzwerk, bestehend aus Familienmitgliedern und Freunden zurückgreifen (Meyer & Sidler, 2010, S. 55; OECD, 2016, S. 14).

Die Mehrheit der befragten Frauen messen den Netzwerken eine hohe Wichtigkeit bei. Jedoch sind die Netzwerke und die Art und Weise, wie sie genutzt werden, sehr unterschiedlich. Die befragten Frauen nutzen ihre Netzwerke bevorzugt als Informationsquelle und um Probleme zu diskutieren und zu lösen. Vereinzelt berichten Frauen, dass sie gewisse Hemmungen haben, bei Problemen fremde Hilfe in Anspruch zu nehmen. Deshalb probieren sie zuerst, die Probleme selber zu lösen:

Ich bin eine Person, die nicht sehr gerne Hilfe annimmt oder auch nicht sehr schnell um Hilfe fragt. Ich mache es dann lieber selber. Und das ist ein bisschen [...] ja wäre vielleicht besser, wenn ich diesbezüglich ein wenig anders wäre (G1).

Zudem kann ich immer besser auch auf fremde Leute zugehen. Vor fünf Jahren konnte ich das noch fast gar nicht, in der Zwischenzeit kann ich es, aber ich habe schon immer noch die Tendenz, Probleme selber lösen zu wollen (G3).

Bei der Zusammenstellung der Netzwerke gibt es grosse Unterschiede. Einige Frauen orientieren sich mehr am privaten Umfeld oder greifen auf bereits bestehende Kontakte zurück, wodurch die Zusammensetzung des Netzwerkes auf einer gewissen Zufälligkeit basiert. Zudem wird darauf hingewiesen, dass ein Vertrauensverhältnis Voraussetzung für eine Beratung sei:

Das ist themenbedingt. Meine Mitgründerin hat einen grossen Freundeskreis. Wenn wir die AGB's formulieren, dann hat sie eine Kollegin, die Jura studiert hat. Wenn etwas ist mit Rechnungen, MWST oder Buchhaltung, dann gehe ich zu meinem Vater, weil er gleich nebenan ist. Es sind verschiedene Personen. Wenn es um Verarbeitung von Kleidern oder Schnitte geht, habe ich viele Kolleginnen vom Studium (G1).

Ganz fremde Leute habe ich bislang noch nicht angefragt. Aber das stimmt, das habe ich noch gar nie überlegt, auf einer Plattform eine Frage zu stellen. Ich habe das Gefühl, für mich ist es noch wichtig, dass ich weiss, wer es ist, damit ich die Antworten besser einschätzen kann. Bei meinem Netzwerk weiss ich, wie ich eine Antwort gewichten muss. Ich weiss, wenn ich diese Person zu diesem Thema frage, dann hat die Antwort Hand und Fuss. Das ist für mich wichtig, vor allem wenn ich mit dieser Antwort nachher zu Kunden gehen würde (G2).

Andere erwähnen, dass sie sich bereits vor der Selbständigkeit der Wichtigkeit eines breiten Netzwerkes bewusst waren und bezogen das Netzwerk aktiv in die Gründungsplanung mit ein:

Ja Netzwerke sind sehr wichtig, das war mir schon vorher bewusst. Bevor ich mich selbständig gemacht habe, habe ich gemerkt, dass meine Leute nur intern sind. Ich kannte viele Leute im Unternehmen⁹¹ aber ich kannte wenig Leute ausserhalb. Daher habe ich angefangen, mein Netzwerk bewusst aufzubauen. Ich habe Events besucht und war viel in der digitalen und der Startup-Welt unterwegs und habe gefragt, wie geht das? Wie läuft das? Was sind die wichtigen Punkte, die ich beachten muss? (G9)

Zwei Frauen berichten von einer guten Mischung von beruflichen Kontakten, welche für fachliche Fragen kontaktiert werden, und privaten Kontakten, welche sie für wichtige Entscheidungen oder mentale Unterstützung benötigen:

Mein Netzwerk besteht aus einer Mischung von privaten und beruflichen Kontakten. Wir haben uns ein Startup-Netzwerk aufgebaut von befreundeten Firmen, wo wir einen sehr guten Kontakt haben und wir auch über Zahlen offen reden können [...] im Privaten ist es eher, dass man grössere Entscheide mit der Familie diskutiert oder eine Freundin um Rat fragt, aber weniger für konkrete Probleme. Sondern eher bei Themen, bei welchen es um moralische Fragen geht (G3).

Einerseits habe ich ein Kernteam, das ist mein Mann und meine Familie. Zwei Familienmitglieder, die mich immer unterstützt haben, sind Teil vom Verwaltungsrat, daher haben sie auch eine offizielle Funktion, um mich strategisch zu unterstützen. Das ist sehr wertvoll. Operativ wenn ich nicht mehr vorwärtskomme, da habe ich dann meine Netzwerke aufgebaut (G9).

Zwei Frauen erwähnen, dass sie sich primär auf Frauennetzwerke fokussieren:

Ich bin sehr stark auf Frauennetzwerke fokussiert [...] das ist eine unglaubliche Menge von Frauen mit einer wahnsinnigen Expertise in verschiedensten Themen (G9).

Und was ich jetzt merke zum Beispiel auf Social Media, speziell auf Facebook, gibt es recht viel Gruppen, die sich vernetzen. Die Frauen sind sehr vernetzt [...] wenn man irgendein Anliegen hat, fragst du dort und dann kommen 20 Antworten mit 5 Links und dann kommst du schnell auf eine Antwort. Ich merke dort einen grossen Support (G10).

⁹¹ G9 spricht hier vom Unternehmen, in dem sie vor der Selbständigkeit angestellt war.

Die Aussagen der Frauen zeigen, dass den Netzwerken sowohl in der Selbständigkeit, als auch im Vorgründungsprozess eine hohe Wichtigkeit beigemessen wird. Dabei setzten sich die Netzwerke ganz unterschiedlich zusammen. Eine strategische Planung des Netzwerkes, in welcher man sich Gedanken macht, wie man die erforderlichen Themen- und Wissensgebiete abdecken kann, scheint für den Erfolg förderlich zu sein. Dabei berichten einige Frauen von einer Gliederung in berufliche und private Netzwerke, um einerseits Fachthemen und andererseits wichtige Entscheide diskutieren zu können oder mentale Unterstützung zu erhalten.

Zudem scheint auch die unternehmerische Erfahrung ein fördernder Faktor für die Gründungsaktivität zu sein. Dies lässt sich daraus ableiten, dass zwei⁹² der vier befragten Gründerinnen bereits mehrere Unternehmen gegründet haben. Zudem erwähnt G3, welche ihr erstes Unternehmen zusammen mit ihrem Mann gegründet hat, dass es ohne diese Erfahrung nicht zur Gründung ihres zweiten Unternehmens gekommen wäre:

Vor fünf Jahren hätte ich nicht gegründet. Aus heutiger Perspektive kann ich es nicht beurteilen, ob ich es gemacht hätte. Vielleicht wäre ich rein von meiner Entwicklung trotzdem an diesem Punkt, aber ohne das erste Unternehmen⁹³ hätte ich es nicht gemacht und zwar, weil ich das Gefühl gehabt hätte, dass ich von tuten und blasen keine Ahnung habe. Ich wüsste gar nicht wo anzufangen. Ich wäre gefühlt schon am ersten Schritt gescheitert (G5).

Auch diese Vermutung lässt sich durch Studien⁹⁴ bestätigen, wonach selbständig Erwerbende eine höhere Gründungsneigung und Gründungsaktivität aufweisen als die durchschnittliche Bevölkerung. In der Abbildung 47 wurden die Einflussfaktoren und deren Wirkungsweisen in vereinfachter Form visualisiert.

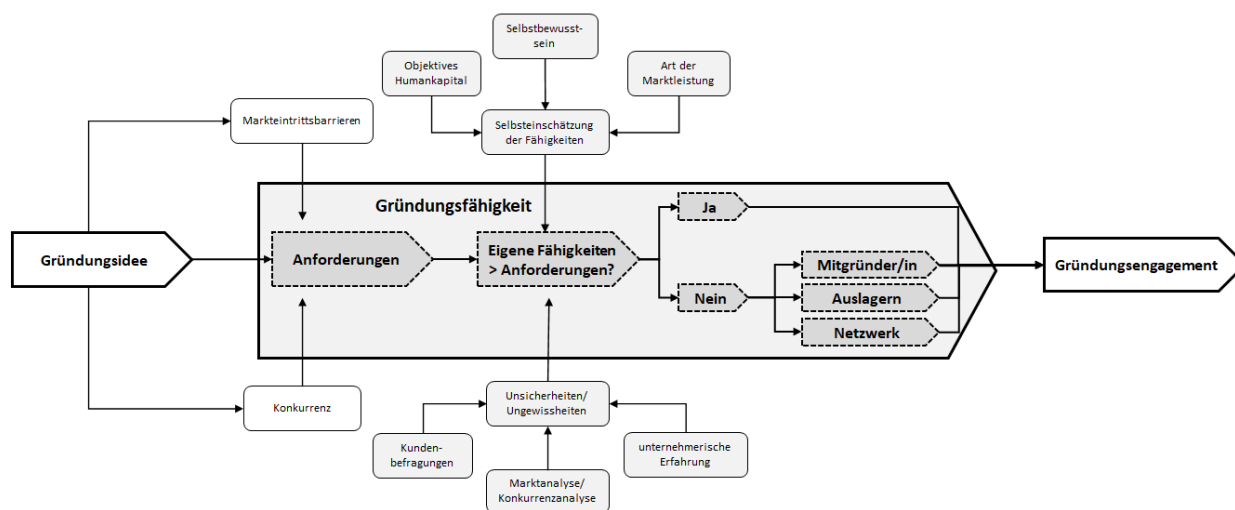


Abbildung 47: Idealtypisches Modell Einflussfaktoren Gründungsfähigkeit (eigene Darstellung)

Im Zentrum der Stufe Gründungsfähigkeit steht die Frage, ob die eigenen Fähigkeiten für die Anforderungen ausreichend sind. Dabei werden die Anforderungen objektiv durch die Gründungsidee und die damit zusammenhängenden Markteintrittsbarrieren und Konkurrenzsituation bestimmt. Die Anforderungen sind für die

⁹² G3, G9

⁹³ Name der Unternehmung wurde anonymisiert.

⁹⁴ Vgl. (Welter, 2004, S. 61; Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 20).

Gründerinnen mit gewissen Unsicherheiten behaftet, da diese vor dem Markteintritt noch unklar sind. Unternehmerische Erfahrungen, frühzeitige Kundenbefragungen oder Marktanalysen können dabei hilfreich sein, die Unsicherheiten zu reduzieren. Auf der anderen Seite beeinflusst das objektive Humankapital das Selbstbewusstsein sowie die Art der Marktleistung, wie die eigenen Fähigkeiten subjektiv eingeschätzt werden. Sind diese grösser als die Anforderungen, werden die Gründungsinteressierten zu werdenden Gründerinnen. Ist dies nicht der Fall, besteht die Möglichkeit, Defizite durch Netzwerke, durch Mitgründerinnen und Mitgründer oder durch Auslagern von Arbeiten kompensieren zu können.

5.5.4 Gründungsengagement

Durch Engagement wird die gründungsfähige Bevölkerung nach dem theoretischen Bezugsrahmen zu werdenden Gründerinnen. Diese Phase ist geprägt durch konkrete Handlungen und Aktivitäten, welche im Hinblick auf die Gründung getätigt werden. Die Interviews zeigen, dass diese Phase sehr unterschiedlich wahrgenommen wird. Geprägt von der Art des Gründungsvorhabens und den Charaktereigenschaften der Probandinnen werden unterschiedliche Handlungen und Abklärungen im Hinblick auf die Gründung vollzogen:

Nein ich hatte keinen Businessplan geschrieben [...] ich habe einfach angefangen. Ich bin auf die Gemeindeverwaltung und habe gesagt, ich möchte mein Business anmelden [...] nachher war es ein Prozess [...] bis letzten Sommer habe ich gewusst, dass ich quasi im Ausprobiermodus bin und erst letzten Sommer habe ich ein Rebranding mit neuem Logo gemacht [...] ich bin damals recht aus dem Bauch raus an die Sache herangegangen und habe einfach ausprobiert und gemacht. Nachher natürlich Anpassungen und Korrekturen vorgenommen (G10).

G10 hat das Unternehmen, in diesem Fall eine Einzelfirma, ohne grosse vorgängige Abklärungen gegründet, sondern hat diese erst nach der Gründung getätigt, was sie als Ausprobiermodus bezeichnet.

Um sich im Markt positionieren zu können, haben sich einige der befragten Frauen im Vorfeld mit der Konkurrenz und dem Markt auseinandergesetzt. Dabei unterscheiden sich die Vorbereitungen und Analysen sowohl in ihrem Umfang als auch in ihrem Detaillierungsrad sehr stark:

Also mit der Konkurrenz haben wir uns schon befasst. Wir haben natürlich all die Labels angeschaut. Zuerst mussten wir rausfinden, in welchem Preissegment können wir uns positionieren. Und das ist eher das höhere Preissegment, weil wir anders gar keine Chance hätten, weil wir sonst in Massen produzieren müssten. Und für das würden uns die finanziellen Mittel fehlen und das wollen wir auch gar nicht. Und dort haben wir die Konkurrenz schon angeschaut (G1).

Ich komme vom Marketing und habe eine klassische Marktanalyse gemacht [...] und die Konkurrenz angeschaut die ein ähnliches Konzept hatten, was ich machen wollte und habe sie sehr gut analysiert und Muster bestellt [...] dann habe ich Produkte bestellt und probiert [...] und habe mir vorgestellt, wie das Produkt sein sollte [...] ich habe verschiedene Produzenten in Europa angeschaut und habe sie vor Ort oder auf Messen besucht und Offerten verlangt. Dadurch hatte ich eine Idee von den Kosten [...] nachher ein Marketingplan eingebaut, wie kann ich die Segmente und Personas erreichen. Dann habe ich einen Businessplan erstellt und die Zahlen in Excel eingetragen und gemerkt, doch das ist ein Markt und mit den Zahlen und Kosten und das Wachstumspotenzial, das ich sehe, da gibt es ein Geschäft (G9).

G4, welche sich zum Zeitpunkt des Interviews im Vorgründungsprozess befand, möchte noch vor der Gründung einen Businessplan erstellen. Da es sich bei der Gründungsidee um eine komplexe technologische Innovation handelt, möchte sie mit ihrem Team vor der Gründung zusätzlich einen Prototyp erstellen, um Sicherheit zu gewinnen und Investoren zu überzeugen:

Wir hatten verschiedene Pitches. Der Stand ist, dass der Businessplan fertig erstellt werden muss. Nachher müssen potenzielle Kunden angeschrieben und Kontakte geknüpft werden [...] bis wir gründen, wollen wir sicher mal einen Prototyp erstellt haben. Und erst, wenn der da ist und er sich bewährt, erst dann würden wir investieren und das Unternehmen gründen (G4).

Der kleine Überblick über die verschiedenen Vorbereitungsphasen zeigt, dass diese sehr unterschiedlich verlaufen. Während einige ihr Gründungsvorhaben bereits vor der formellen Gründung sehr detailliert und gründlich durchplanen, tätigen andere eher rudimentäre Abklärungen und wiederum andere handeln nach dem Prinzip "trail and error". Umfang und Intensität der Abklärungen in der Vorbereitungsphase scheinen in der untersuchten Stichprobe neben der Gründungsperson vor allem von der Rechtsform und dem finanziellen Risiko abhängig zu sein. Teilweise sind die Probandinnen in dieser Phase mit der Unsicherheit konfrontiert, ob die Idee umgesetzt werden kann und sie am Markt Anklang finden wird. Entsprechend wird probiert, dieser Unsicherheit mit umfangreichen Abklärungen vor der formellen Gründung entgegen zu wirken. Um das finanzielle Risiko zu reduzieren, wird zu Gunsten der finanziellen Sicherheit teilweise auch nach der formellen Gründung ein fließender Übergang in die Selbständigkeit in Betracht gezogen:

Bei einer Idee weisst du wahrscheinlich nie, ob das in der Praxis auch so funktioniert. Entsprechend kannst du auch viel Geld und Zeit investieren, ohne dass daraus etwas entsteht [...] es ist sicher der Zeitfaktor. Nebenbei Arbeiten und Schule braucht schon sehr viel Zeit. Aber durch das lassen wir uns nicht stressen. Auch das Geld, es ist sehr kostspielig. Das alles zu regeln ist sicher eine Herausforderung (G4).

Am Anfang wird es sicher fließend sein, dass wir das nicht Vollzeit machen werden. Wir werden nicht unsere finanzielle Sicherheit aufgeben und sagen, wir investieren voll rein und arbeiten Vollzeit daran, auch wenn wir noch keinen Gewinn erwirtschaften. Das denke ich nicht. Wenn wir dann mal die Kunden akquiriert haben, sodass Geld reinkommt, Lohn auszahlen tust du dir am Anfang nicht, aber wenn es dann mal so weit sein sollte, dass es läuft und du es für dich nächste Jahre kalkulieren kannst, dann denke ich schon, dass der Zeitpunkt kommt, jetzt müssen wir uns auf das voll fokussieren und vielleicht noch mehr Leute anstellen. Aber das kann ich momentan noch nicht so konkret sagen (G4).

Die beschriebene Zeitproblematik während der Übergangsphase von der Anstellung in die Selbständigkeit wird auch von weiteren Probandinnen erwähnt. Dabei kann es mental hilfreich sein, wenn es sich bei der Übergangszeit um eine begrenzte und absehbare Zeitdauer handelt:

Schwierigkeiten würde ich sagen, war vor allem ein Zeitproblem. Wie mache ich alles zusammen? Ich habe auch Haus und Kinder und dann arbeitest du ewig, auch in der Nacht oder telefonierst hin und her. Es war schon sehr streng, das waren sicher sehr intensive Monate. Auch inklusive Reisen. Am Wochenende bin ich beispielsweise nach Italien oder Deutschland an Messen. Es ist schon sehr streng, du bist viel unterwegs. Aber ich denke, ich hatte ein Ziel und deshalb war es für mich auch ok. Ich wusste, das ist nur begrenzt, ich muss nur diese Antworten haben oder die Messen besuchen und Lieferanten treffen. Es nicht, dass ich ewig in diesem Rhythmus bleiben werde. Dass Bewusstsein, dass es zeitlich begrenzt ist, hat mir geholfen, diese Zeit durchzustehen (G9).

In den beschriebenen Fällen wurde zu Gunsten der finanziellen Sicherheit eine zeitliche Doppelbelastung während der Übergangsphase in Kauf genommen. Andere ziehen dies ebenfalls in Betracht, sehen aber auch gewisse Nachteile dieser Vorgehensweise resp. stehen ihr kritisch gegenüber:

Ich habe mir auch schon überlegt, am Anfang vielleicht auch 50 Prozent zu arbeiten. Es raten mir aber viele davon ab, parallel noch 50 Prozent zu arbeiten aufgrund der finanziellen Sicherheit. Viele sagen, dass es einem viel Energie nimmt. Man ist nicht voll beim Neuen [...] ich wäre von der Tendenz her der Typ, wenn ich mir es leisten könnte, ganz oder gar nicht. Ich bin mir es bewusst, ewig kann man das natürlich nicht (G7).

Ich möchte nicht bereits in dieser Übergangsphase von der Kündigung bis zum Austritt, schon etwas machen [...] in meinem konkreten Fall, würde ich zuerst den Job kündigen und mich nachher erst konkret mit der Gründung beschäftigen [...] ich habe nicht die Kapazität, um mich intensiv damit zu befassen. Inzwischen habe ich so viel von mir gelernt, dass ich sage, leg es auf die Seite. Ich kann nicht überall ein bisschen mitdenken, es bindet Ressourcen. Daher ist besser, zuerst etwas abzuschliessen, bevor man etwas Neues beginnt, damit die Zeit vorhanden ist, um mich wirklich intensiv damit zu befassen. Dass ich in dieser Phase kein Einkommen habe, sehe ich nicht als Risiko, sondern eher als Befreiung. Falls es nicht klappen würde, würde ich wieder eine Anstellung suchen. Ich habe eine Lehrerausbildung und könnte mir auch vorstellen zu schauen, was es für Stellvertretungen gibt und mache eine Woche Stellvertretung, wenn ich Geld brauche. Und ich bin verheiratet und mein Mann hat auch einen guten Job (G2).

Es lässt sich erkennen, dass sich die Befragten in dieser Phase mit dem Dilemma konfrontiert sehen, sich zwischen finanzieller Sicherheit und einer zeitlichen Doppelbelastung entscheiden zu müssen. Dabei scheint die Entscheidung nicht nur vom Gründungsvorhaben, sondern auch von beruflichen Alternativen beeinflusst zu werden. Einen beruflichen Plan B in der Hinterhand zu haben, kann sich dabei förderlich auswirken, gewisse finanzielle Risiken einzugehen. Auch das Umfeld scheint sehr wichtig zu sein, welches sowohl zeitlich, als auch finanziell unterstützend einwirken und den Vorgründungsprozess beschleunigen kann:

Man muss fairerweise sagen, wenn das nicht geklappt hätte, dann hätte ich sicher wieder einen Platz bei meiner alten Firma⁹⁵ gehabt. Am Schluss ist es auch immer noch meine Firma. Haben wir aber eigentlich nicht so aktiv besprochen. Aber ehrlicherweise hat dies sicher unbewusst ein bisschen die Angst genommen (G3).

Ich bin sehr privilegiert, dass mein Mann arbeitet und gut verdient. In diesem Sinn bin ich nicht gezwungen, einen Lohn zu generieren [...] die finanzielle Sicherheit durch das Einkommen von meinem Mann war ein wichtiger Faktor um diese Zeit finanziell zu überbrücken. Wenn ich keinen Mann gehabt hätte, oder arbeitslos wäre, wäre ich es einfach anders angegangen. Dann hätte ich länger zu Hause am Küchentisch gearbeitet und mir vielleicht einen Nebenjob gesucht und das Unternehmen langsamer aufgebaut (G10).

Im Zusammenhang mit der finanziellen Sicherheit und der zeitlichen Belastung wurde auch vielfach die Vereinbarkeit von Selbständigkeit und Familie thematisiert. Nur drei der befragten Frauen⁹⁶ sagen, dass Familie kein Thema sei, resp. sie die familiäre Situation im Vorgründungsprozess nicht beeinflusst hätte. Alle anderen Probandinnen haben ihre Familiensituation oder eine mögliche Familienplanung zumindest gedanklich in ihre Gründungsabsicht miteinbezogen. Teilweise wird der Einfluss der familiären Situation auf das Gründungsvorhaben sehr ambivalent beurteilt. Verschiedene Frauen erwähnen, dass die Möglichkeit einer zeitlich und örtlich flexiblen Arbeitsweise im Zusammenhang mit der Kinderbetreuung ein Vorteil sein kann, äussern diesbezüglich aber gleichzeitig gewisse Zweifel und Unsicherheiten:

⁹⁵ Name der Firma wurde anonymisiert.

⁹⁶ G4, G5, G7

Vorteil ist, dass ich selber bestimmen kann. Ich arbeite dann, wenn meine Kinder betreut werden. Und wenn Sommerferien sind oder was auch immer, dann muss ich nicht arbeiten. Das kann ich meinen Kunden so sagen und wenn es ihnen nicht passt, dann suchen sie jemanden anderes oder sie sagen, ist gut wir warten eine oder zwei Wochen. Das ist der grosse Vorteil (G10).

Ich finde es ein sehr schwieriges Thema. Es hat so viele Vorteile, weil du so flexibel bist, aber die ganze Ungewissheit, hast du dann überhaupt noch genug Zeit zu arbeiten? (G1)

Familie wäre schon ein Thema und ich muss sagen, das ist mit ein Grund, dass ich nicht sag, ich gehe komplett in eine Selbständigkeit rein. Ich finde, das wäre schon sehr mutig bei einem Produkt, das noch gar nicht fertig entwickelt ist. Da jetzt alle Pferde darauf zu setzen, weiss ich nicht, finde ich schon sehr gewagt. Deswegen auch der Ansatz, dass ich eine feste Anstellung habe mit einem geregelten Gehalt [...] wenn man es so betrachtet, würde ich eine normale Anstellung vorteilhafter sehen (G8).

Auch in Zukunft kann ich für mich Flexibilität schaffen, sollte ich in Zukunft eine Familie resp. Kinder haben, verheiratet war ich damals schon. Ja das sind die Vorteile (G6).

Bezüglich Selbständigkeit habe ich gedacht, wenn ich selbständig bin und Kinder habe, finanziell wären es un stabile Zeiten. Als Angestellte bekommst du 4 Monate den vollen Lohn und wenn du schlaflose Nächte hast und keine Stunde produktiv arbeiten kannst, bekommst du trotzdem Lohn während dem Mutterschaftsurlaub (G6).

Es fällt auf, dass die Familiensituation nicht per se als Hemmnis im Zusammenhang mit der Selbständigkeit beurteilt wird; viele sehen diesbezüglich auch Vorteile was die Flexibilität anbelangt. Vielmehr werden die Unsicherheiten, die mit einer Selbständigkeit einhergehen, sei es in finanzieller oder zeitlicher Hinsicht, als problematisch in Kombination mit Familie angesehen. Zwei Frauen⁹⁷ weisen diesbezüglich darauf hin, dass es schwierig sei, den richtigen Zeitpunkt zu finden. Um das Risiko zu mindern, wird unter anderem probiert, die Unternehmensgründung, welche im gesamten Unternehmenszyklus vermutlich mit den grössten Unsicherheiten behaftet ist, nicht in die Zeit zu legen, in welcher sich die Kinder noch in einem betreuungsintensiven Alter befinden. Daher wurde mit dem Gedanken gespielt, das Unternehmen vor der Familiengründung aufzubauen und zu etablieren:

Ich habe gedacht, das Geschäft muss bis zu diesem Zeitpunkt⁹⁸ aufgebaut sein und nicht noch in der Gründungsphase sein, wenn du noch alles organisieren musst. Sondern es muss schon laufen (G6).

Andere warten mit der Unternehmensgründung, bis die Kinder im schulpflichtigen Alter sind. So hat G2 den Schuleintritt ihrer Kinder als Anlass genommen, eine berufliche Standortbestimmung durchzuführen und zieht eine Selbständigkeit in Betracht. Diesen Effekt kann auch in der Studie von Lauxen-Ulbrich, Leicht, & Fehrenbach (2004, S. 153) festgestellt werden, in welcher sie darlegen, dass selbständige Mütter mit Kindern unter 6 Jahren vermehrt in geringeren Pensen ihrer Selbständigkeit nachgehen⁹⁹. Erst mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt der Zeitaufwand wieder zu. In Kombination mit den Aussagen aus den Interviews kann vermutet werden, dass junge Kinder für Frauen mit zeit- oder geldintensiven Gründungsvorhaben ein Hemmnis im Vorgründungsprozess darstellen.

⁹⁷ G1, G6

⁹⁸ G6 spricht hier vom Zeitpunkt der Familiengründung

⁹⁹ Die Aussage bezieht sich ausschliesslich auf das Pensum und nicht auf die Anzahl der Gründungen.

Alle befragte Mütter¹⁰⁰ sprechen bei ihrem Gründungsvorhaben von einer gemeinsamen Familienentscheidung. Vor allem bei zeitintensiven Gründungsvorhaben wird die Wichtigkeit eines unterstützenden Umfeldes sowohl in zeitlicher als auch finanzieller Hinsicht hervorgehoben. Zudem kann die Unterstützung des Partners – nicht nur bei der Kinderbetreuung – sehr wichtig sein, um Auftragsschwankungen abfangen zu können:

Das war eine Familienentscheidung. Ich finde bei einer Unternehmensgründung, nicht nur bei Frauen, sondern auch bei Männern, spielt Familie eine grosse Rolle. Ich habe das mit meinem Mann diskutiert und gesagt, ich werde für eine Weile kein Geld verdienen, das ist auch eine finanzielle Entscheidung. Ich werde eine Firma aufbauen und habe meinen Lohn nicht mehr, können wir uns das leisten? Können wir unsere Familie mit nur einem Lohn finanzieren? Was passiert, wenn es nicht funktioniert? (G9)

Meine Kinder sind seit sie geboren sind quasi "patchwork" organisiert. Mit Familie, Oma, Vater, ich, Tageshort. Die waren immer organisiert (G9).

Er arbeitet 80 Prozent und hat einen Tag pro Woche einen ganzen Tag, an dem er die Kinder betreut [...] Es gibt einzelne Phasen in denen es wirklich mehr gibt. Dann bespreche ich das mit meinem Mann und dann habe ich mal einen Samstag oder einen Abend oder einen Morgen oder ich gehe schon um 6 Uhr ins Büro und er bringt die Kinder in den Kindergarten. Es geht immer irgendwie auf (G10).

Die beschriebene Übergangphase, in welcher die Frauen ihre Gründung durch konkrete Handlungen vorbereiten, wird sehr unterschiedlich wahrgenommen. Bei den einen findet ein schleichender Übergang von der Anstellung in die Selbständigkeit statt, ohne dass die Frauen in dieser Phase von grossen Problemen berichten. Andere sehen sich gezwungen, vor der Gründung viele und tiefgreifende Vorabklärungen zu treffen und sehen sich in dieser Phase mit erheblichen zeitlichen und/oder finanziellen Herausforderungen konfrontiert. In diesem Fall scheint die Vorbereitungsphase ein kritischer Moment im Vorgründungsprozess zu sein, da die Frauen von verschiedenen Hindernissen berichten. Der Umfang der zu tätigenen Abklärungen hängt bei den untersuchten Fällen mit der Rechtsform, dem finanziellen Risiko, der Dauer und Komplexität der Marktleistungsentwicklung und mit der Risikobereitschaft der Gründerin zusammen. Während der Übergangsphase stehen diese Frauen vor der Entscheidung, die Gründung im Nebenerwerb vorzubereiten und einer zeitlichen Doppelbelastung ausgesetzt zu sein oder sich voll auf das Gründungsvorhaben zu konzentrieren und dafür auf ein sicheres Einkommen in dieser Phase zu verzichten. Dabei scheinen die finanziellen Verhältnisse, die Möglichkeit reduzierter Pensen in der Anstellung als auch in der Selbständigkeit, einen beruflichen Plan B zu haben und die Unterstützungsmöglichkeiten des Partners die Entscheidung zu beeinflussen. Weiter kann dem Datenmaterial abgeleitet werden, dass sich familiäre Verpflichtungen vor allem mit jungen Kindern hemmend auf zeit- und finanzierungsintensiven Gründungsvorhaben auswirken. Bei Gründungsvorhaben mit geringem finanziellem Risiko und geringem Zeitbedarf kann sich die Familiensituation durch eine flexible Erwerbsmöglichkeit hingegen fördernd auswirken.

¹⁰⁰ G2, G3, G6, G9, G10

5.5.5 Gründung

Aufgrund der Heterogenität der Gründungsvorhaben sowie der verschiedenen endogenen und exogenen Einflussfaktoren, welche auf die Probandinnen wirken, divergieren die einzelnen Fallbeispiele mit Fortschritt im Vorgründungsprozess immer stärker, wodurch eine themenspezifische Inhaltsanalyse erschwert wird. Hinzu kommt, dass die Stichprobe Gründerinnen, werdende Gründerinnen sowie Frauen beinhaltet, welche ihr Gründungsvorhaben abgebrochen haben. Wegen der beschriebenen Pluralität zieht es der Autor vor, zu Gunsten der kontextuellen Sichtweise die Erkenntnisse der letzten Stufe im Vorgründungsprozess fallspezifisch zu strukturieren. Dabei liegt der Fokus bei denjenigen Frauen, welche noch keine formelle Gründung vollzogen haben, auf den noch zu bewältigenden Herausforderungen und bei den Abbrecherinnen auf den Gründen, welche für den Abbruch des Gründungsvorhabens verantwortlich waren.

- Gründerinnen

Für keine der vier befragten Gründerinnen¹⁰¹ stellte die formelle Gründung eine relevante Hemmschwelle im Vorgründungsprozess dar. Alle vier Frauen haben ihr Unternehmen mit Eigenmitteln finanziert. G1 hat zusammen mit ihrer Mitgründerin eine GmbH gegründet und das Stammkapital aufgeteilt:

Die formelle Gründung war keine Hemmschwelle mehr [...] wir sind eine GmbH, gleich aufgeteilt, sie 10'000, ich 10'000 und mit diesen 20'000 haben wir begonnen (G1).

Sie erzählte, dass es zum Zeitpunkt der Gründung noch Ungewissheiten gab und viele Abklärungen erst nach der formellen Gründung getätigt wurden, was in Anbetracht des investierten Eigenkapitals für eine gewisse Risikobereitschaft spricht:

Zum Zeitpunkt der Gründung gab es schon noch Ungewissheiten. Ich muss schnell überlegen. Ich glaube im Juli oder so haben wir schon unterschrieben und die GmbH gegründet [...] ich glaube wir haben am 4. August angefangen [...] und klar, vorher haben wir paar Sachen abgeklärt, aber das meiste haben wir eigentlich erst nachher gemacht (G1).

Sie berichtet von einem Liquiditätsengpass in der Nachgründungsphase, welcher wohl aufgrund von zeitlich versetzten Ausgaben und Einnahmen zustande kam und wodurch sie temporär ihre Gehälter reduzieren mussten. Weiteres Geld in dieser Phase von Bekannten aufzunehmen, war für sie jedoch keine Option:

[...] was dann halt ziemlich schnell kommt, bei uns ist es halt so, wir sind in einer Branche, da musst du natürlich alles zuerst einkaufen und vorfertigen und vorfinanzieren bevor etwas reinkommt. Du kaufst Stoff, du kaufst Fäden, du musst Schnitte machen, dann zahlst du die Produktion und erst dann kannst du verkaufen [...] zwischendurch hatte ich manchmal das Gefühl, dass wir nicht finanziell überleben, aber das kam erst ungefähr ein Jahr nach der Gründung [...] wir hatten nie das Problem, dass wir eine Rechnung nicht zahlen konnten, Gott sei Dank, aber durch das, dass wir auch vor allem bei unseren Löhnen zurückgesteckt haben [...] ich hätte eher Mühe gehabt, von jemanden Geld anzunehmen. Ich meine, wir hätten sowieso keinen Kredit bekommen, aber ich hätte Mühe gehabt, von jemanden Geld anzunehmen, einfach so oder Hilfe anzunehmen und dann mit diesem Geld zu arbeiten [...] aber sonst am Anfang hatte ich diese Angst eher weniger (G1).

¹⁰¹ G1, G3, G9, G10

Ähnlich sieht es bei G3 aus, welche nur kurze Zeit vor dem Interview ihr zweites Unternehmen gegründet hat. Beide Unternehmen wurden als GmbH gegründet und aus Eigenmitteln zusammen mit ihrem Mann finanziert. Obwohl sie das zweite Unternehmen schon gegründet hat, gibt es auch bei ihr noch Ungewissheiten:

Was mir wichtig war, dass die URL der Webseite mit dem Firmennamen nicht vergeben ist, ich wollte ein Logo und wissen, für was ich stehe. Aber ich habe gefunden, konkret welche Dienstleistung zu welchem Preis ich anbiete, entscheidet nicht, ob ich gründe oder nicht. Ich dachte, das kann man parallel erarbeiten (G3).

Sie begründet ihre Vorgehensweise damit, dass schlicht nicht alles planbar ist. In ihren Ausführungen sind ebenfalls Risikobereitschaft und unternehmerischer Mut spürbar, Ungewissheiten einzugehen und Sachen auszuprobieren. Dabei ist jedoch zu erwähnen, dass sie, falls es nicht klappen würde, wieder zu ihrem ersten Unternehmen zurückkehren könnte, was ihr nach eigenen Aussagen die Angst genommen hat:

Ich denke, dass ehrlicherweise, jemand der einfach macht und nicht plant, am Schluss wahrscheinlich weiterkommt, auch wenn er vermutlich öfters den Kopf anstosst als jemand, der sehr viel plant bevor er etwas macht. Aus dem einfachen Grund, man kann nicht alles vorausschauen und es ist nicht alles planbar und abschätzbar. Sobald man irgendwelche Prognose macht, zum Beispiel Marktanteile, wie viel Kunden kann man gewinnen, zu welchem Preis man Dienstleistungen verkaufen, ehrlicherweise schaut man in eine Glaskugel, man weiss es effektiv erst, wenn man die Kunden hat. Darum denke ich, am Anfang ist es wichtig, sich eine gewisse Zeit zu geben und das Bewusstsein haben, dass es Zeit braucht, bis das Unternehmen an einem gesunden Punkt steht. Aber ich glaube nicht, dass man durch eine sehr exakte Planung bessere Voraussetzungen schafft (G3).

G9, welche eine AG gegründet und mit Eigenmitteln finanziert hat, erwähnt vor der Gründung verschiedene Meilensteine. Durch ihre detaillierte und gründliche Vorbereitung war sie zwar von ihrem Gründungsvorhaben überzeugt und sicher, dass sie gründen würde, die Finanzierung des Grundkapitals¹⁰² kostete sie dennoch Überwindung:

Ich war relativ sicher, dass ich es machen will. Für mich war der Schritt zur Kündigung nicht schwierig. Der Schritt zum Firma aufbauen und unterschreiben war auch nicht schwierig. Das Geld zu geben [...] das war viel Geld, es ist eine AG und du denkst, ist das richtig? Soll ich wirklich investieren oder etwas anderes machen? Das fragst du dich schon, immer wieder jeden Meilenstein [...] ich habe 10 verschiedene Lieferanten gehabt und habe allen zugesagt. Da denkst du nicht mehr so viel. Du hast alles geplant und so viel darüber gesprochen, in dem Moment in dem du entscheidest, war klar, ja (G9).

In ihren Ausführungen spricht sie nicht von Entscheidungen, sondern von Meilensteinen oder "Points of no Return". Dabei erklärt sie, dass es für sie zwei solche Punkte gab. Einer lag bei der Einzahlung des Grundkapitals, der andere lag nach der Gründung bei der Bestellung des Wareneinkaufes. Sie stellt aber klar, dass der eigentliche Entscheidungspunkt, ob sie das Unternehmen gründen würde, bereits in der vorherigen Phase Gründungsengagement lag, als sie die Marktanalyse durchgeführt hatte:

Als ich den Markt angeschaut habe. Als meine Marktanalyse ergab, es gibt einen Markt, es gibt ein Bedürfnis und der Markt ist gross genug, dass du davon leben kannst und dass du etwas aufbauen kannst (G9).

Anders als bei den anderen Gründerinnen verlief die Gründung bei G10. Sie gründete eine Einzelunternehmung, für welche kein Mindestkapital erforderlich ist und nur sehr geringe Gründungskosten entstehen. Der

¹⁰² Bei einer AG beträgt das Mindestkapital CHF 100'000.

ganze Vorgründungsprozess gleicht in ihrem Fall einem fließenden und stufenlosen Übergang von der Anstellung zur Selbständigkeit. Der eigentliche Schlüsselmoment lag für sie erst nach der formellen Gründung, als sie ihr Geschäftsmodell von der virtuellen Assistentin zur digitalen Marketing Agentur wechselte:

Nein ich mag mich nicht an einen Schlüsselmoment erinnern. Doch, es gab einen Schlüsselmoment, als ich sagte, ich bin nicht mehr virtuelle Assistentin, sondern eine Agentur [...] ja es war eher ein fließender Übergang. Ich hatte 5-6 Mandate als Fachmentorin und das war auch eine Art von Selbständigkeit, die mir aber nicht bewusst war. Nachher hat sich das ergeben. Es war mehr so, ich verdiene mehr als so viel, aha ich sollte mich vielleicht anmelden. Dann habe ich plötzlich die Bestätigung von der AHV erhalten, dass ich jetzt eine Firma bin (G10).

Da sie weder als virtuelle Assistentin noch als digitale Marketing Agentur grossen finanziellen Risiken ausgesetzt war und die Möglichkeit hatte, ihre Selbständigkeit stets zeitlich flexibel gestalten zu können, war sie in der Lage, ihre Selbständigkeit entsprechend ihren zeitlichen Möglichkeiten langsam und stufenweise aufzubauen. Erwähnenswert dabei ist, dass sie gezielt nach Möglichkeiten suchte, um ihre Flexibilität zu erhöhen. Dies gelang ihr unter anderem in der Zusammenarbeit mit Freelancerinnen und Freelancern, dem Auslagern von Arbeiten und einer digitalen Arbeitsweise. Die formelle Gründung stellte daher für sie kein Hindernis dar, sondern war mehr eine Randnotiz in ihrem Vorgründungsprozess.

- **Werdende Gründerinnen**

Zum Zeitpunkt des Interviews befanden sich vier Frauen¹⁰³ mitten im Vorgründungsprozess. Bei G7 handelt es sich dabei um eine ruhende Gründerin¹⁰⁴. Die werdenden Gründerinnen konnten noch nicht retrospektiv über die formelle Gründung berichten, konnten jedoch darlegen, welche Hindernisse und Hemmnisse sie auf dem verbleibenden Vorgründungsprozess bis zur formellen Gründung noch vor sich sehen.

G2, für welche sich das Gründungsvorhaben bislang vor allem auf gedanklicher Ebene abspielte, sieht sich primär mit einem zeitlichen Problem konfrontiert und zieht es daher vor, zuerst ihr Studium zu beenden, bevor sie im Vorgründungsprozess weiter voranschreitet. Zum Zeitpunkt des Interviews schätzt sie die Wahrscheinlichkeit, dass es zu einer formellen Unternehmensgründung kommt, auf 50 Prozent:

Ich merke, ich habe momentan drei Sachen: Job, Familie, Studium und ich merke, es geht von den Ressourcen her nicht. Aber wenn ich nach dem Studium sagen würde, doch ich möchte das machen, dann würde ich mir einen konkreten Plan machen. Zeitplan, wie ziehe ich das auf? Was ist der Inhalt? Was möchte ich mit welchem Produkt verkaufen? Ich würde festlegen, bis wann ich welche Ziele erreichen möchte. Einfach Schritt für Schritt entscheiden, was es braucht (G2).

Auch sie sieht sich mit dem Dilemma der Übergangsphase konfrontiert, sich zwischen den finanziellen und zeitlichen Ressourcen entscheiden zu müssen. Dabei scheint sie den Zeitfaktor höher zu gewichten.

[...] und mir wirklich nachher Zeit zu nehmen. Ich möchte nicht sagen, es muss anschliessend gleich starten. Ich möchte nicht bereits in dieser Übergangsphase von der Kündigung bis zum Austritt schon etwas machen [...] in

¹⁰³ G2, G4, G7, G8

¹⁰⁴ Eine ruhende Gründerin befindet sich schon längere Zeit auf der gleichen Stufe im Vorgründungsprozess und hat das Gründungsvorhaben auf unbestimmte Zeit zurückgestellt.

meinem konkreten Fall, würde ich zuerst den Job kündigen und mich nachher erst konkret mit der Gründung beschäftigen (G2).

Als Voraussetzung für die Gründung spricht sie von einer inneren Entscheidung, welche sie noch treffen muss, und der Unterstützung von ihrem Mann:

Innerlich den Entscheid fällen, ja ich versuch das und natürlich die Unterstützung von meinem Mann. Also ich meine, das ist ein Entscheid, bei dem ich grundsätzlich sagen muss, ich mache das gern und er mich auch unterstützt [...] nein ich denke es ist eher eine persönliche Sache, das Gefühl, also das tönt vielleicht so einfach nach Bauchgefühl [...] ich habe insofern für mich den Markt analysiert und habe mit dem Produkt, das ich habe, eine veritable Chance und traue mir das zu und ich habe Lust darauf, es zu machen (G2).

Das finanzielle Risiko erachtet sie als geringes Problem. Ihre Geschäftsidee¹⁰⁵ erfordert keine grossen finanziellen Investitionen und sie hat die Möglichkeit, die Selbständigkeit schrittweise aufzubauen. Zudem könnte sie, falls es nicht funktionieren würde, vorübergehend in ihrem ursprünglichen Beruf als Lehrerin arbeiten:

[...] und es ist kein Risiko, sag ich jetzt mal, du musst einen Auftrag ausfüllen, aber ich habe keinen Maschinenpark, ich habe keine Büroräumlichkeiten. Für mich ist die Gründung nicht gleich wie ein Handelsregistereintrag¹⁰⁶. Ich kann mir sagen, ich mach das und wenn ich diese Ziele erreiche, sage ich, doch ich setzte auf diese Karte, dann gibt es z.B. eine GmbH (G2).

Das grösste Hindernis sieht G2 jedoch noch bei sich selbst. Sie scheint sich selber noch unsicher zu sein, ob Selbständigkeit an sich das Richtige ist und scheint auch in Bezug auf die Geschäftsidee und den erforderlichen Fähigkeiten noch Zweifel zu haben:

Die grösste Hürde sehe ich noch in meinem Kopf. Ich glaube wirklich, zu sagen, möchte ich das? Möchte ich das wirklich? Möchte ich das durchziehen und es dann auch machen und sagen, das ist es? Kann ich hinstehen und bin überzeugt davon? Auch das Produkt entsteht ja auch aus meinem Kopf, es ist ja nicht etwas Physisches oder das Geld, das ich unbedingt brauche, sondern für mich, ist es das? Zieh ich das durch? Traue ich mir es zu? Habe ich etwas Gutes, das ich anbieten kann? (G2)

Im Gegensatz dazu, scheint G4 sowohl von der Gründungsidee als auch ihren Fähigkeiten überzeugt zu sein. So schätzt sie auch die Wahrscheinlichkeit trotz der noch nicht abgeschlossenen Produktentwicklung höher als 50 Prozent ein, dass eine formelle Gründung zu Stande kommt. Da es sich in diesem Fall um ein technologisch komplexes Vorhaben handelt, welches noch in Entwicklung ist und hohe finanzielle Investitionen erfordert, sieht sie gegenwärtig die grössten Herausforderungen im Zusammenhang mit der Finanzierung, welche sie mit ihrem Team unter anderem mit Investoren sichern wollen. Entsprechend planen sie, eine AG zu gründen.

Die Wahrscheinlichkeit schätze ich mal überwiegend schon grösser ein, dass wir es machen werden. Aber wie gesagt, die zentrale Herausforderung, hängt sicher davon ab, wie wir es finanzieren werden. Das ist einer der grössten Punkte. Du musst auch sehen, wir wollen natürlich auch nicht, es wäre ein zu grosses Risiko, viel Eigenkapital zu investieren. Es kommt drauf an, wie wir das handhaben wollen, ob wir Investoren wollen und Anteile der Firma verkaufen. Wen finden wir, welche Partner etc. das ist aus meiner Sicht das Einzige, wovon es noch abhängt. Ansonsten sehe ich nichts, was uns noch hindern könnte (G4).

¹⁰⁵ Beratung im HR-Bereich.

¹⁰⁶ Bei einer Einzelunternehmung ist der Eintrag ins Handelsregister erst ab einem jährlichen Umsatz von CHF 100'000 erforderlich.

Das erforderliche Mindestkapital würde das Gründungsteam mit Eigenmitteln aufbringen. Um das Risiko diesbezüglich zu minimieren, wollen sie vorgängig einen Prototyp erstellen und mit möglichen Partnern und potenziellen Kunden in Kontakt treten. Diese Handlungen nennt sie als Voraussetzung für die Unternehmensgründung:

Ja das ist sicher der Aspekt, wo wir sagen, wir gründen erst, wenn wir den Prototyp gemacht haben, die Partnerschaften haben, wenn wir Verhandlungen mit potenziellen Kunden gemacht haben, also ein wenig auf der sicheren Schiene. Wir würden sicher nicht zum heutigen Zeitpunkt Geld investieren und nachher würden wir beim Prototyp sehen, dass es nicht realisierbar ist. Daher müssen gewisse Voraussetzungen für die Gründung und Investitionen vorhanden sein (G4).

Auch sie werden probieren, das Risiko in der Übergangsphase, bis sie mit der Gründungsidee Geld erwirtschaften können, durch eine Nebenbeschäftigung zu überbrücken. Sollte sich zeigen, dass die Idee am Markt Anklang findet, kann sie sich durchaus vorstellen, sich vollständig darauf zu fokussieren:

Am Anfang wird es sicher fließend sein, sodass wir das nicht Vollzeit machen werden. Wir werden nicht unsere finanzielle Sicherheit aufgeben und sagen, wir investieren voll rein und arbeiten Vollzeit daran, auch wenn wir jetzt noch keinen Gewinn erwirtschaften, das denke ich nicht. Wenn wir dann mal die Kunden akquiriert haben, sodass Geld reinkommt, Lohn auszahlen tust du dir am Anfang nicht, aber wenn es dann mal so weit sein sollte, dass es läuft und du es für dich nächste Jahre kalkulieren kannst, dann denke ich schon, dass der Zeitpunkt kommt, jetzt müssen wir uns auf das voll fokussieren und vielleicht noch mehr Leute anstellen. Aber das kann ich momentan noch nicht so konkret sagen (G4).

Zusätzlichen Finanzierungsbedarf vor der Gründung zum Beispiel für die Fertigstellung des Prototyps, werden sie mit Förder- oder Preisgelder von Wettbewerben oder mit eigenen Mitteln abzudecken versuchen.

Wir werden sicher noch [...] bei Wettbewerben mitmachen wollen und Preisgelder gewinnen, welche wir für den Prototypen brauchen können [...] es werden sicher Investitionen vorhanden sein, aber nicht in diesem Rahmen wo du sagen müsstest, dass kann und will ich nicht (G4).

Ähnlich zeigt sich die Situation von G8, welche die Gründungswahrscheinlichkeit mit 80 Prozent beziffert. Sie und ihr Team würden eine GmbH gründen und das Stammkapital selber finanzieren. Für nachfolgende Investitionen werden sie auf Investorensuche gehen. Im Hinblick auf die formelle Gründung sieht sie noch offene Fragen im Zusammenhang mit dem Patent als mögliches Risiko:

Das grösste Risiko ist momentan noch das Patent. Dieses wurde zuletzt geprüft vor 2 Jahren. Da kann sich natürlich einiges tun. Da muss man wirklich ein Screening machen, was ist alles eingetragen oder hat sich etwas verändert in der Zwischenzeit? Das ist im Prinzip die Voraussetzung, welche es noch zur Gründung braucht (G8).

Auch sie weist darauf hin, dass sie zu Gunsten der finanziellen Sicherheit, vorerst nur im Nebenerwerb gründen möchte:

Eine der Gründe, dass ich nicht 100 Prozent auf die Selbständigkeit setze, ist die finanzielle Sicherheit (G8).

G7, welche das Gründungsvorhaben vorerst zurückgestellt hat, möchte sich zuerst ein geeignetes Gründungsteam aufbauen, um die erforderlichen Fähigkeiten abdecken zu können. Momentan scheint dies für sie eine zwingende Voraussetzung zu sein, um im Vorgründungsprozess voranzuschreiten.

[...] ich würde vielleicht zuerst probieren, jemanden zu finden, der die Fähigkeiten hätte und diesen Part übernehmen könnte. Das wäre eigentlich das Ziel. Weil selber zu machen, hätte ich nicht so Lust darauf, das würde mir weniger Freude machen [...] ja das wäre das Ziel, ein Gründungsteam zu finden, welches alle erforderlichen Kompetenzen abdecken könnte [...] vielleicht ist mein Problem, dass ich es von anderen Leuten abhängig mache, die mitziehen. Vielleicht komme ich auf meiner Reise zum Schluss, dass ich es alleine machen werde (G7).

Nach potenziellen Mitgründerinnen oder Mitgründern hat sie bislang vorwiegend im schulischen oder beruflichen Umfeld gesucht und weist darauf hin, dass diesbezüglich geeignete Plattformen fehlen:

Nein, ich müsste die Person nicht unbedingt kennen, aber es gibt wirklich keine Plattform. Ich glaube es gibt in Deutschland glaube ich jemanden, der das gemacht hat. Ich finde es sehr schade, resp. ich würde es nicht kennen in diesem Raum. Das würde ich wirklich extrem cool finden, wenn es das geben würde (G7).

Ähnlich wie G2 beschreibt sie als weitere Voraussetzung, um das Gründungsvorhaben voranzutreiben, einen Startschuss, welcher im Kopf stattfinden müsse. Dieser scheint auf mentaler Ebene, frei von finanziellen Investitionen oder anderen Handlungen zu sein:

Ich habe das Gefühl, dieser Punkt ist bei mir im Kopf. Ich habe das Gefühl, zurück könnte ich immer auch wenn ich finanzielle Investitionen gemacht hätte. Man muss ja damit rechnen, dass es nicht funktioniert. The Point of no Return wäre bei mir im Kopf, so wie ein Startschuss, wenn ich das Gefühl hätte, ich habe alle Faktoren beisammen, die ich brauche, um loszulegen. Ich würde ihn aber nicht an Investitionen festmachen. Man muss die Flexibilität haben, jederzeit sagen zu können, wir blasen es doch ab (G7).

Entsprechend fällt es ihr schwer, die fehlenden Voraussetzungen für eine formelle Gründung konkret zu benennen. Jedoch scheint es aber vordergründig mit den fehlenden Mitgründerinnen und Mitgründern im Zusammenhang zu stehen:

Ich glaube bei mir ist es, ich muss aus diesem Job raus, indem ich bin. Ich habe momentan die Energie nicht oder möchte sie nicht nehmen. Der Plan ist wirklich bei mir [...] dass ich mir 2-3 Monate Zeit nehme und mir die Fragen definitiv beantworte. Das ist eigentlich mein Plan. Aber um deine Frage zu beantworten, ich kann mir momentan nichts Konkretes vorstellen, was es noch bräuchte, um mehr zu investieren. Ausser das perfekte Team würde plötzlich vom Himmel fallen (G7).

- Abgebrochene Gründungsvorhaben

Zwei¹⁰⁷ der befragten Frauen haben ihr Gründungsvorhaben abgebrochen. Dabei sind die Gründe, welche zum Abbruch führten, für die vorliegende Arbeit von besonders grossem Interesse.

G5 versuchte aus einem sozial und familiär geprägten Motiv, Menschen mit Beeinträchtigungen auf dem ersten Arbeitsmarkt zu vermitteln und sah als Marktleistung eine Beratung im Integrationsprozess für Unternehmen, welche Menschen aus dem zweiten Arbeitsmarkt anstellen möchten. Dabei beschreibt sie die Probleme, welche im Zuge der Marktanalyse und Gesprächen mit potenziellen Kunden auftraten wie folgt:

Viele haben es probiert, niemand hat es geschafft. Wir glauben auch nicht, dass du es schaffst - komplette Desillusion. Man geht davon aus, dass diese beiden Welten nicht vereinbar sind. Das war das Fazit meiner Marktanalyse [...] dieses Feedback war ein Hindernis. Ich war Feuer und Flamme für die Idee, bin es auch heute noch, aber ich glaube, ich habe die Energie nicht und wüsste nicht, wo ich beginnen soll [...] es ist für mich so eine Wand entstanden, als ich merkte, dass man sich entmutigen lässt. Genau das ist mir passiert. Das war mir ein zu krasses Thema und sehr politisch und ich glaube, ich habe da die Energie nicht ein Unternehmen aufzubauen, das etwas macht und kein Anklang findet resp. kein Glaube geschenkt wird (G5).

Als Fazit ihrer Marktanalyse spricht sie von einer kompletten Desillusion. Ausgehend von ihrem sozial geprägten Gründungsmotiv versuchte sie, ein wirtschaftliches Geschäftsmodell für ihre Marktleistung aufzubauen. Dabei würde sich der Nutzen ihrer Marktleistung nicht nur auf den zahlenden Kunden – in diesem Fall die integrierende Unternehmung – beschränken, sondern hätte auch einen gesellschaftlichen und somit volkswirtschaftlichen Nutzen zur Folge. Ein Nutzen, der sich nicht nur auf den zahlenden Kunden beschränkt, verstösst jedoch gegen das Ausschlussprinzip und wird volkswirtschaftlich als externer Nutzen bezeichnet. Folglich ist aus ökonomischer Sicht niemand bereit, einen dem Nutzen angemessenen Preis zu bezahlen, was einem Marktversagen gleichkommt (Eisenhut, 2018, S. 60). Natürlich könnte im vorliegenden Fall auch der Staat oder eine staatliche Institution, zu deren Aufgaben es gehört, Versagen von Märkten zu verhindern (Eisenhut, 2018, S. 63), als potenzieller Kunde in Form von Subventionen für eine gesellschaftliche Leistung in Frage kommen. Anhand der vorliegenden Fallanalyse wird jedoch klar, dass Geschäftsideen mit einem sozialen Ursprungsgedanken vermutlich öfters mit der Schwierigkeit konfrontiert werden, einen zahlenden Kunden für den generierten Nutzen zu finden. Dabei verfolgen Gründerinnen mit der Selbständigkeit weit häufiger soziale Motive, während bei den Gründern vermehrt ökonomische Ziele im Fokus stehen (Hirschfeld, Mütze, & Gilde, 2019, S. 22-23; Schwarz, Almer-Jarz, & Breitenacker, 2004, S. 178-179). Folglich ist anzunehmen, dass Frauen vermehrt Gefahr laufen, mit ihrem sozial geprägten Gründungsmotiv im Laufe des Vorgründungsprozesses von der Resonanz der freien Marktwirtschaft desillusioniert zu werden.

Da für G5 die Gründungsidee wichtiger ist als die selbständige Erwerbsarbeit, sieht sie von einer Selbständigkeit ab und wird probieren, die Thematik im Rahmen einer Anstellung zu bearbeiten:

¹⁰⁷ G5, G6

Das Thema, respektive die Idee ist mir wichtiger als die Tatsache, dies in einer Selbständigkeit auszuführen. Daher habe ich mich entschieden, das Thema in einer Anstellung zu bearbeiten (G5).

Eine Selbständigkeit für die Zukunft schliesst sie aber nicht komplett aus und formuliert dafür folgende Voraussetzungen:

Ich kann es mir schon vorstellen, dass ich mal selber ein Unternehmen haben werde. Es müsste schon sehr aus meinem Wissen oder einem Feld kommen, das ich kenne und wo ich weiss, es gibt eine Lücke, welche ich als Angestellte nicht lösen kann [...] zudem wäre es mir wichtig, wenn es einen sozialen Mehrwert bieten würde (G5).

G6 betrachtete die Selbständigkeit schon im Kindesalter als eine normale berufliche Option. Bereits während dem Studium prüfte sie mit einer Bekannten ein mögliches Gründungsvorhaben. Mitten im Vorgründungsprozess und den Abklärungen berichtet sie von einem befristeten Jobangebot. Da es sich beim Jobangebot im Gegensatz zur Selbständigkeit um eine einmalige Chance handelte, entschied sie sich vorerst für die abhängige Erwerbstätigkeit:

Das erste Vertragsangebot war nur für 6 Monate. Deshalb habe ich gedacht, ich probiere es einfach und nehme die Möglichkeit wahr. Ich wusste nicht, ob die Möglichkeit nochmals kommt [...] als ich das Angebot angenommen habe, war es für mich nicht so, dass ich meine Selbständigkeit abgebrochen habe, aber im Verlauf von meinem neuen Job, wie ich es genossen habe, was ich gelernt und erhalten habe, wurde mir mit der Zeit klar, dass ich dies nach den 6 Monaten nicht aufgeben möchte (G6).

Da sie die sechs Monate als sehr positiv empfand und anschliessend ein unbefristetes Jobangebot von der Firma erhielt, entschied sie sich für den Abbruch des Gründungsvorhabens. Rückblickend beschreibt sie die Nachteile einer Selbständigkeit gegenüber einer Anstellung wie folgt:

Unsicherheit ist ein Nachteil, wird es eine Nachfrage geben, wie wir es einschätzen oder nicht? Dann habe ich mir über mich selber viel Gedanken gemacht, vielleicht mich emotional eingeschätzt und habe gemerkt, dass es nicht so einfach ist, sich abzugrenzen und die Work-Life Balance zu behalten. Wenn es deins ist, dann denkst man in der Nacht darüber nach, wacht auf um Ideen aufzuschreiben. Die Frage war, kann ich mich wirklich abgrenzen? Sollen sich die Unternehmer überhaupt abgrenzen oder nicht? (G6)

Sie beschreibt zudem, dass sie sich im Vorgründungsprozess nicht sicher war, ob sie ihre Ziele und Motive mit dem Gründungsvorhaben erreichen kann:

Für mich war klar, ich möchte nicht 24 Stunden arbeiten und dann wenig Geld bekommen. Ich habe gemerkt, dass für mich das Verhältnis zwischen Flexibilität und genügend finanzieller Stabilität wichtig ist. Ich war mir nicht sicher, ob wir es mit dieser Idee schaffen werden (G6).

Wie findet man den Kompromiss, wichtige Sachen zu machen, alles was von Bedeutung für das Geschäft ist, mit der eigenen Energie und trotzdem nicht das ganze Leben nur für das Geschäft zu kümmern (G6).

Es scheint, als hätte sie sich als Resultat einer Güterabwägung, basierend auf ihren persönlichen, beruflichen Vorstellungen, für die Anstellung und gegen das Gründungsvorhaben entschieden. Sie stellt jedoch klar, dass sie eine sorgfältige Evaluation zwischen den beiden Erwerbsformen auch dann vorgenommen hätte, wenn sie schon früher ein Jobangebot vorliegen gehabt hätte. Dies zeigt, dass die beruflichen Alternativen auf den Gründungsentscheid eine zentrale Rolle spielen. Die Vermutung liegt nahe, dass sie ohne Jobangebot allenfalls den Schritt in die Selbständigkeit gewagt hätte. Es zeigt sich, dass die Entscheidung, ob ein Gründungsvorhaben

umgesetzt wird, nicht alleine von den Hemmnissen und Hindernissen im Vorgründungsprozess abhängt, sondern gleichzeitig einer stetigen Güterabwägung zwischen Anstellung und Selbständigkeit basierend auf einem individuellen, beruflichen Wertesystem unterliegt. Diese Vermutung wird durch G2 unterstützt, welche ganz zum Schluss des Interviews beiläufig folgendes erwähnte:

Vielleicht hängt es dann aber auch davon ab, ob zu dieser Zeit ein spannender Job ausgeschrieben ist. Ich beobachte schon auch den Stellenmarkt. Wenn der super spannende Job ausgeschrieben ist, müsste ich mir das schon gut überlegen (G2).

5.6 Fazit und Ausblick

5.6.1 *Beantwortung der Forschungsfragen*

Auf Grundlage der aus den Primärdaten gewonnen Erkenntnissen werden im Sinne einer Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse die in Kapitel 5.1 aufgestellten Forschungsunterfragen beantwortet.

Wie wurde die Gründungsneigung ausgelöst?

Bei den befragten Frauen wurde die Gründungsneigung auf verschiedene Arten ausgelöst. Zwei der Frauen geben an, bereits seit der Kindheit eine Affinität zur Selbständigkeit aufzuweisen und diese immer als normale Karriereoption in Betracht gezogen zu haben. In einem Fall wurde die Gründungsneigung durch ein innovatives berufliches Umfeld mit vielen Spin-offs und durch Produktinnovationen ausgelöst. Eine Frau machte zum Zeitpunkt, als ihre Kinder ins schulpflichtige Alter kamen, eine persönliche und berufliche Standortbestimmung und zog dabei die Selbständigkeit als mögliche Option in Betracht. Die restlichen sechs Frauen gaben an, dass ihre Gründungsneigung erst mit der Identifikation der Gründungsidee ausgelöst wurde.

Aus den weiteren Aussagen in den Interviews liessen sich zwei weitere Einflussfaktoren vermuten, welche die Gründungsneigung zusätzlich beeinflusst haben könnten. Einerseits haben sieben der befragten Frauen einen selbständigen Vater. Obwohl ein Grossteil der Frauen eine elterliche Wirkung auf die Gründungsneigung negiert, lässt sich mit Blick in die Literatur¹⁰⁸ eine Beeinflussung, wenn auch unbewusst, vermuten. Andererseits berichten ebenso sieben der Frauen, dass sie mit ihrer vorherigen beruflichen Situation unzufrieden waren und stellen dies in ihren Aussagen teilweise in direkten Bezug zum geweckten Gründungsinteresse. Obwohl bei den Motiven fast ausschliesslich Pullmotive genannt wurden, liegt ein Zusammenhang zwischen der Unzufriedenheit in der Anstellung und der Entstehung einer Gründungsneigung nahe. Die Erkenntnisse aus den Interviews zeigen, dass eine klare Aussage, ob und seit wann eine Gründungsneigung vorliegt in vielen Fällen - auch für die befragten Frauen selbst - schwierig ist. Einflussfaktoren wie elterliche Vorbilder und Unzufriedenheit mit der beruflichen Arbeitssituation können eine latente und unbemerkte unternehmerische Aufmerksamkeit hervorrufen, ohne dass dies als klare Gründungsneigung von den Frauen selbst wahrgenommen wird. Eine dichotomische Trennung zwischen Push- und Pullgründungen, wie sie teilweise in der Literatur vorgenommen wird, ist bei der Mehrheit der untersuchten Stichproben nicht zutreffend. Die unternehmerische Aufmerksamkeit scheint viel mehr einer Kombination verschiedener Einflussfaktoren zu entspringen, wobei die berufliche Unzufriedenheit eine zentrale Rolle einzunehmen scheint.

¹⁰⁸ Vgl. (Geissler, 2013, S. 200; Stokes & Wilson, 2006, S. 40; Ziegerer, 1993, S. 40).

Die befragten Frauen selbst sehen Hauptgründe für die geringere Gründungsneigung bei Frauen in gesellschaftlichen Rollenbildern, fehlenden Vorbildern sowie in einer Berichterstattung, in welcher erfolgreiche Frauen als Abweichung zur Norm dargestellt und mit männlichen Attributen konnotiert werden.

Welche Ziele und Motive verfolgen Frauen mit der Selbständigkeit?

Bei der Frage nach den Beweggründen für die Selbständigkeit nennen fast alle Frauen Motive, welche sich unter den Überbegriffen Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung subsumieren lassen. Darunter fallen konkrete Aussagen wie beispielsweise, die eigene Chefin zu sein, selber entscheiden und bestimmen zu können, unabhängig zu sein, Freiheiten zu haben und eigene Ideen umzusetzen. Dabei handelt es sich vielfach um Ziele und Wünsche, welche an der vorherigen Arbeitsstelle unerfüllt blieben.

Bei drei Frauen spielte auch ein sozialer Gedanke beim Gründungsvorhaben eine Rolle, während finanzielle Motive oder ein hohes Einkommen von keiner der Frauen genannt wurde. Einige der Frauen sehen in der Selbständigkeit auch gewisse Vorteile, was die flexible Arbeitsweise in Zusammenhang mit der Kinderbetreuung anbelangt. Andere erhoffen sich eine grössere thematische Vielfalt und eine höhere Geschwindigkeit beim Umsetzen von Ideen. Dabei scheint die Verwirklichung der Motive und Ziele für die Frauen von zentraler Wichtigkeit und Voraussetzung für die Selbständigkeit zu sein. So haben sich alle der sieben Frauen mit selbständigen Eltern gegen die Übernahme der elterlichen Firma entschlossen oder haben dies gar nie in Betracht gezogen. Gladbach (2015, S. 174-180) unterscheidet beim Fokus der Gründungsmotivation zwischen den beiden Gruppen der Ideenfokussierten und den Selbständigkeitsfokussierten und erarbeitete für die Gruppen typische Abbruchkriterien. In der vorliegenden Studie handelt es sich bei der Mehrheit um ideenfokussierte Gründerinnen. Eine geschlechterspezifische quantitative Überprüfung der von Gladbach (2015, S. 174-180) aufgestellten Gruppen könnte somit neue Erkenntnisse über die Abbruchgründe von Frauen und Männern liefern.

Wie wurden die unternehmerischen Gelegenheiten identifiziert?

Auch die Identifikation der unternehmerischen Gelegenheit gestaltete sich sehr fallspezifisch. Im Grundsatz lassen sich zwei unterschiedliche Entstehungsmuster erkennen, wie die Geschäftsideen identifiziert wurden. Diese reichen von der unverhofften Offenbarung über die erhöhte Aufmerksamkeit bis hin zu der aktiven und gezielten Suche nach unternehmerischen Gelegenheiten. Aus den Interviews lässt sich eine Vielzahl von Faktoren erkennen, die beeinflussen, ob, wo und wie gesucht und gefunden wurde. Grundsätzlich handelt es sich dabei um einen seriellen Findungsprozess, welcher vom Suchen über das Finden bis zum Weiterverfolgen von unternehmerischen Gelegenheiten reicht.

Eine vorhandene Gründungsneigung, welche wie in Kapitel 5.5.1 beschrieben selbst von diversen Faktoren hervorgerufen werden kann, ist primär dafür verantwortlich, ob überhaupt nach unternehmerischen Gelegenheiten gesucht oder Ausschau gehalten wird. Intensität, Dauer und Perimeter der Suche beeinflussen, wie, wo und über welche Zeitdauer gesucht wird und wirken sich damit positiv auf die Wahrscheinlichkeit des Findens aus. Dabei wird die Intensität der Suche durch das Mass der beruflichen Unzufriedenheit und mangelnden beruflichen Alternativen bestimmt. Für die Dauer der Suche ist entscheidend, wann die Gründungsneigung ausgelöst wurde. Zudem kann eine branchenübergreifende Suche und die Fähigkeit, sich am Markt und den Bedürfnissen orientieren zu können, den Suchperimeter erweitern. Aus der untersuchten Stichprobe lässt sich ein Muster erkennen, wonach das Frauen mit einem wirtschaftlichen Hintergrund besser gelingt.

Aus einzelnen Aussagen der Befragten geht jedoch ebenfalls hervor, dass Gründungsideen auch ganz unverhofft, ohne vorgängiges Suchen gefunden werden können. Dabei kann die Gründungsidee sowohl durch zufällige Umstände als auch durch Drittpersonen aus dem Netzwerk an die potenziellen Gründerinnen herangebracht werden. Ob und wie lange die gefundene Gründungsidee weiterverfolgt wird, hängt einerseits mit den beruflichen Alternativen zusammen und wird andererseits von den weiteren Hemmnissen und Hindernissen im weiteren Verlauf des Vorgründungsprozesses bestimmt.

Welchen Hindernissen und Hemmnissen begegnen Gründerinnen im Vorgründungsprozess und wie werden sie überwunden?

Grundsätzlich lässt sich erkennen, dass eine Mehrheit der befragten Frauen ihre Fähigkeiten sehr selbstkritisch beurteilt und dies eine gewisse Unsicherheit im Vorgründungsprozess vor allem in Bezug auf den zukünftigen Verkauf darstellt. Dabei identifizieren die befragten Frauen den Verkauf als wichtigen Erfolgsfaktor für die Selbständigkeit, sind sich aber unsicher, ob sie in der Lage sein werden, ihre Marktleistung selbstbewusst vermarkten zu können. Selbstvertrauen, vertieftes Wissen und positive Rückmeldung scheinen in diesem Zusammenhang sehr wichtig zu sein, um die nötige Sicherheit und Selbstbewusstsein zu erlangen. Trotz des Bewusstseins, dass eine massvolle Übertreibung bei einem Verkauf förderlich sein kann, geben viele Frauen an, sich damit schwer zu tun und verkaufen ihre Marktleistungen tendenziell unter Wert. Dies scheint sich bei der vorliegenden Stichprobe insbesondere dann zu manifestieren, wenn es sich bei der Marktleistung um Dienstleistungen handelt, deren Bewertungen von der subjektiven Einschätzung der Gründerin über die eigenen Fähigkeiten geprägt wird.

Andere Frauen weisen in diesem Zusammenhang darauf hin, dass sie durch frühzeitige Kundenbefragungen, umfangreiche Markt- und Konkurrenzanalysen oder durch das in Kontakt treten mit möglichen Geschäftspartnern ihre Unsicherheiten reduzieren und überwinden konnten. Auch positives Feedback von Spezialisten oder das gute Abschneiden an Wettbewerben wurde als Motivationsschub im Vorgründungsprozess bezeichnet.

Grosses Arbeitsvolumen, Zweifel sich nicht abgrenzen oder distanzieren zu können, das finanzielle Risiko oder kein regelmässiges Einkommen, wurden teilweise als hemmende Faktoren im Vorgründungsprozess beschrieben. Auffallend ist, dass es sich bei den hemmenden Faktoren vorwiegend um Persönlichkeitseigenschaften handelt. Kompetenzen und Wissen, namentlich in der Administration, juristische oder buchhalterische Wissensdefizite werden zwar nicht selten genannt und als hemmend bezeichnet, jedoch scheint es, als könnten diese Hürden in den meisten Fällen ohne grössere Probleme gemeistert werden. So wird beispielsweise die Gründung im Team als sehr gute Möglichkeit wahrgenommen, sich zu ergänzen und Wissensdefizite zu kompensieren. Von allen befragten Frauen wird eine Gründung im Team als fördernder Faktor wahrgenommen. Einzelne bezeichnen eine Mitgründerin oder einen Mitgründer als zwingende Voraussetzung für die Unternehmensgründung resp. für die Umsetzung ihres Gründungsvorhabens. Dabei werden vor allem die Ergänzung und Unterstützung sowohl auf fachlicher als auch auf mentaler Ebene als sehr positiv empfunden. Alle der befragten Frauen würden eine Gründung im Team einer Sologründung vorziehen. Eine andere Möglichkeit, fehlendes Wissen oder Knowhow zu erwerben, sehen vor allem die Sologründerinnen in der Zusammenarbeit mit Freelancerinnen oder Freelancern. Durch das Auslagern von Arbeiten können Defizite kompensiert und Auftragsschwankungen aufgefangen werden. Ausserdem wird das Auslagern von unliebsamen Arbeiten als befreiend und als Voraussetzung beschrieben, sich auf die Kernkompetenzen fokussieren und effizient arbeiten zu können.

Als kritische Phase beurteilen mehrere Frauen die Übergangsphase von der Anstellung in die Selbständigkeit. Vor allem bei Rechtsformen mit einem Mindestkapital oder bei ressourcenintensiven Gründungsvorhaben sehen sich die Frauen mit dem Dilemma konfrontiert, sich während der Übergangsphase von der Anstellung in Selbständigkeit zwischen einem sicheren und regelmässigen Einkommen oder einer zeitlichen Doppelbelastung entscheiden zu müssen. Dabei möchten einige Frauen kein finanzielles Risiko eingehen und bereiten ihre Gründung im Nebenerwerb vor, wodurch sie einer zeitlichen Doppelbelastung ausgesetzt sind. Andere schätzen es als wichtiger ein, während der Vorbereitungsphase genügend Zeit zu haben, um sich auf die Gründung konzentrieren zu können und kündigen ihre Anstellung, wodurch sie sich einem finanziellen Risiko aussetzen. Einen beruflichen Plan B in der Hinterhand zu haben, die familiäre Situation, die Möglichkeit einer Pensumreduktion, ein unterstützendes Umfeld sowie finanzielle Ersparnisse resp. das Einkommen des Partners, stellen dabei relevante Entscheidungskriterien dar, wie die Übergangszeit von der Anstellung in die Selbständigkeit überbrückt wird.

Die formelle Gründung selbst, wurde von den meisten Frauen nur als unwesentliches Hindernis wahrgenommen. Dabei wurde die Entscheidung, ob eine Gründung vollzogen oder abgebrochen wird, in den meisten Fällen bereits in der Stufe Gründungsengagement gefällt. Einzig für eine Probandin, welche für die aufwendige Produktentwicklung Investoren benötigt, gibt es noch Unsicherheiten, was die Finanzierung anbelangt. Dabei steht der Verkauf von Firmenanteilen im Widerspruch zu ihrem Motiv der Selbstbestimmung.

Inwiefern wirken sich verschiedene Lebenssituationen sowie das Umfeld von Frauen auf die Umsetzung des Gründungsvorhabens aus?

Als wichtigen Einflussfaktor in Bezug auf die Selbständigkeit wurde oftmals die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erwähnt. Dabei wurde sehr ambivalent über dieses Thema berichtet. Einige sehen in der Selbständigkeit die Möglichkeit, durch eine flexible Arbeitsform Beruf und Familie besser in Einklang bringen zu können. Andere sehen vor allem die beschriebenen Unsicherheiten während der Vorbereitungs- und Frühphase als hemmenden Faktor, der sich in Kombination mit betreuungsbedürftigen Kindern verstärken kann. Dies scheint vor allem bei ressourcenintensiven Gründungsvorhaben der Fall zu sein. Daher probierten einzelne Probandinnen die Unternehmensgründung der Familiengründung vorzuziehen oder beschäftigten sich erst damit, nachdem die Kinder ins schulpflichtige Alter kamen. Daher lässt sich vermuten, dass sich eine hohe Belastung bei der Familienarbeit hemmend auf ressourcenintensive Gründungsvorhaben auswirken, vor allem, wenn diese gleichzeitig auftreten.

Speziell im Zusammenhang mit Kindern, aber auch sonst, wurde die Wichtigkeit der Unterstützung durch den Partner oder durch das familiäre Umfeld betont, welche Aufgaben in der Kinderbetreuung und im Haushalt übernehmen und auch mentale und finanzielle Unterstützung leisten können. Ebenso wurde auf die Bedeutung von Netzwerken hingewiesen, welche den befragten Frauen als Informationsquelle dienen und beim Lösen von Problemen unterstützen können. Dabei wurden grosse Unterschiede bei der Zusammensetzung der Netzwerke festgestellt. Während bei einigen die Zusammensetzung der Netzwerke vor allem aus privaten Kontakten besteht, planen andere ihre Netzwerke proaktiv und setzen sie gezielt, den Anforderungen entsprechend, zusammen. Verschiedene Frauen verweisen vor allem in der Übergangsphase darauf, dass das Bewusstsein hilfreich gewesen sei, eine berufliche Alternative in der Hinterhand zu haben, sollte das Gründungsvorhaben nicht erfolgreich sein. Dadurch wurde in einzelnen Fällen die Risikobereitschaft gefördert, sich bereits in der Vorgründungsphase vollständig dem Gründungsvorhaben zu widmen.

Unter welchen Voraussetzungen machen sich Frauen selbständig? Wann nicht?

Es gibt keine allgemeingültige Formel, die darlegt, unter welchen Voraussetzungen sich die Frauen selbständig machen. Jedoch lassen sich aus den Interviews verschiedene Einflussfaktoren und Voraussetzungen erkennen, welche für die Selbständigkeit als besonders wichtig zu sein scheinen und eine allgemeine Gültigkeit aufweisen. Ganz grundsätzlich lässt sich erkennen, dass die beruflichen Alternativen im Angestelltenverhältnis in gewisser Weise als Konkurrenz zur Selbständigkeit auftreten. Dabei scheint entscheidend zu sein, mit welcher Erwerbsform sich sowohl die beruflichen, als auch die privaten Ziele und Motive besser vereinbaren lassen. Entsprechend beruht diese Entscheidung auf einer individuell geprägten Güterabwägung, welche in allen Stufen des Vorgründungsprozesses einen Abbruch des Gründungsvorhabens verursachen kann.

Fällt der Entscheid zu Gunsten der Selbständigkeit, ist ein funktionierendes Geschäftsmodell und das Wissen, wer die zahlenden Kunden sind, sehr wichtig. Zudem muss die Überzeugung vorhanden sein, dass mit den eigenen Fähigkeiten die bevorstehenden Herausforderungen gemeistert werden können. Ist dies nicht der Fall, müssen Defizite und Wissenslücken entweder durch potenzielle Mitgründerinnen oder Mitgründer oder durch das Auslagern von Arbeiten kompensiert werden können. Vor allem bei ressourcenintensiven Gründungsvorhaben muss entweder die Einkommenslücke überbrückt oder die Problematik der zeitlichen Doppelbelastung gelöst werden können. Falls Eigenmittel für das Gründungsvorhaben nicht ausreichen, muss entschieden werden, wie die finanziellen Mittel beschafft werden und ob sich Investoren mit den ursprünglichen Motiven vereinbaren lassen. Grundsätzlich muss sich das Gründungsvorhaben in zeitlicher wie auch finanzieller Hinsicht mit allfälligen familiären Anforderungen vereinbaren lassen. Auch die Unterstützung des Partners und der Familie scheint eine wichtige Voraussetzung zu sein, damit das Gründungsvorhaben umgesetzt wird.

Welche Handlungspotenziale und Unterstützungsmöglichkeiten gibt es im Vorgründungsprozess?

In den Interviews wurden die Frauen nach Handlungspotenzialen oder Unterstützungsmöglichkeiten gefragt, welche für sie im Vorgründungsprozess hilfreich oder unterstützend gewesen wären. Grundsätzlich wurde das bestehende Angebot als mehrheitlich positiv beurteilt, jedoch wurde auf vereinzelte Verbesserungspotenziale hingewiesen.

Dabei wurde auf fehlende Vorbilder aufmerksam gemacht, welche nicht nur zur Förderung der weiblichen Gründungsneigung, sondern auch als Bestärkung für Frauen im Vorgründungsprozess beitragen können. Auch auf die Untervertretung von selbständigen und erfolgreichen Frauen in der medialen Berichterstattung wurde aufmerksam gemacht und darauf hingewiesen, dass diese im Falle einer Berichterstattung oftmals als Abweichung zur weiblichen Norm und mit männlichen Attributen konnotiert werden.

Die besuchten Unterstützungsprogramme und Kurse wurden mehrheitlich als positiv beurteilt. Jedoch würden sich viele der befragten Frauen noch weiterführende Unterstützung, zum Beispiel in Form einer Mentorin oder eines Mentors wünschen, welche/r in der Vor- und Nachgründungsphase als unabhängige Beratungsperson fungieren kann. Teilweise wird darauf verwiesen, dass bei Beratungen in der Privatwirtschaft der Verkauf der Dienstleistung im Vordergrund steht, wodurch Zweifel an der Objektivität der Ratschläge geäußert wurden. Grundsätzlich wird eine offene und ehrliche Diskussion über das Unternehmertum gewünscht, in welcher dieses nicht unrealistisch glorifiziert, sondern auch über die Schattenseiten und Nachteile offen gesprochen wird. Auch Berichterstattungen über gescheiterte Gründungsvorhaben werden als nützlich beurteilt, um aus den Fehlern lernen zu können und einen realistischen Einblick in die Selbständigkeit zu erhalten. Vereinzelt wird an den besuchten Förderprogrammen der geringe Praxisbezug bemängelt. Es wird darauf hingewiesen, sich im Vorgründungsprozess in einer latenten Ungewissheit zu befinden und nicht genau zu wissen, worauf man sich in der Selbständigkeit einlässt. Eine Möglichkeit diese Unsicherheit zu reduzieren, sehen einzelne der

befragten Frauen in praxisnahen Programmen oder in einem Praktikum, bei welchem man einen realistischen und unverfälschten Einblick in den beruflichen Alltag einer selbständigen Person erhält.

Ein weiteres Potenzial sehen viele Frauen in der Suche nach geeigneten Mitgründerinnen oder Mitgründern. Die Mehrheit der befragten Frauen hat in ihrem bekannten, beruflichen, schulischen oder privaten Umfeld nach potenziellen Mitgründerinnen oder Mitgründern gesucht. Gleichzeitig wurde aber darauf hingewiesen, dass es keine zwingende Voraussetzung sei, den Mitgründer zu kennen. Daher sehen diverse noch Potenzial, was digitale Suchmöglichkeiten nach Mitgründerinnen und Mitgründern angeht.

Einflussfaktoren im Vorgründungsprozess

Auf der Grundlage der Literatur und der gewonnenen Erkenntnisse aus den empirischen Daten, wurde der in Abschnitt 5.3.2 aufgestellte theoretische Bezugsrahmen stichwortartig mit den Einflussfaktoren je Stufe im Vorgründungsprozess ergänzt. Dabei wirken sich Einflussfaktoren mit einem Plus positiv auf das Voranschreiten im Vorgründungsprozess aus, während sich Faktoren mit einem Minus hemmend auswirken. Die berufliche Alternative wurde der Stufe Gründungsidee zugeordnet, da ihr Einfluss in dieser Stufe am grössten ist. Wie sich jedoch gezeigt hat, wirkt dieser Faktor auf den gesamten Vorgründungsprozess ein, in dem die beiden Erwerbsformen einer stetigen Güterabwägung unterzogen werden. Da sich sowohl die Anforderungen an das Gründungsvorhaben als auch die beruflichen Alternativen laufend verändern können ist festzuhalten, dass dieser Einflussfaktor in der Realität auf allen Stufen einwirkt.

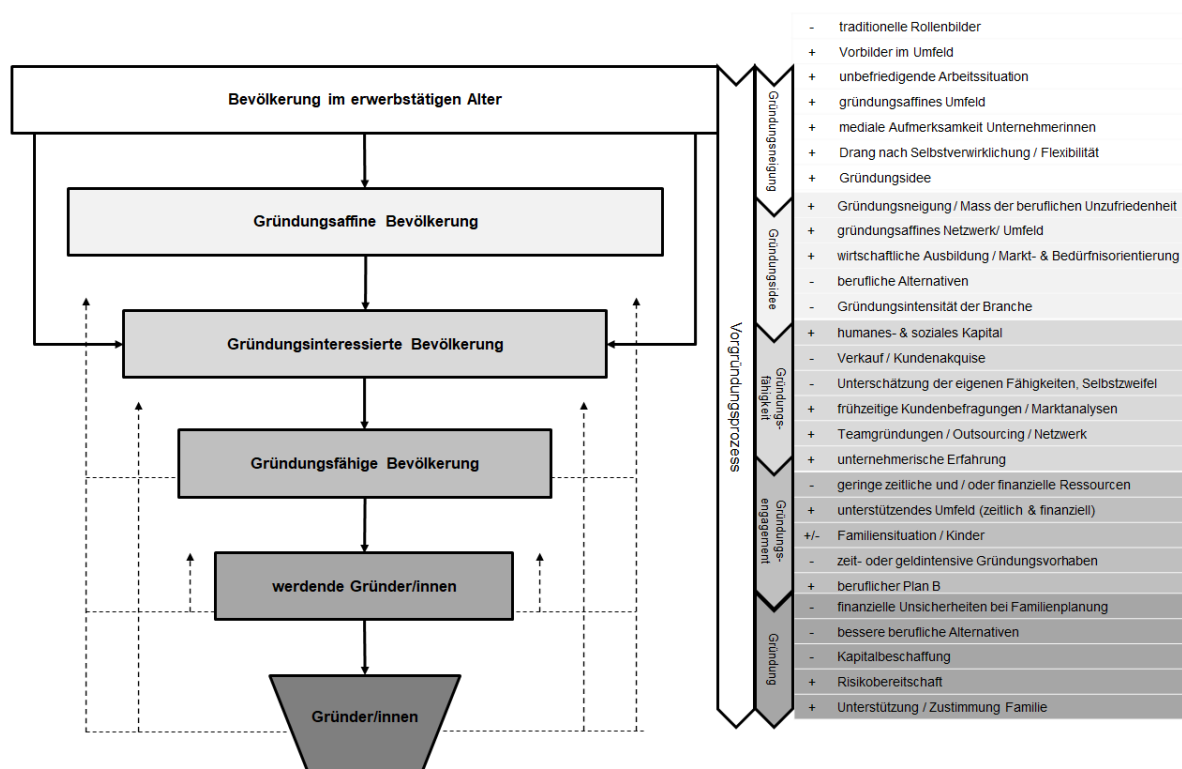


Abbildung 48: Theoretischer Bezugsrahmen mit Einflussfaktoren (eigene Darstellung)

5.6.2 Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der Literatur und der Primärdaten werden in den nachfolgenden Kapiteln Handlungsempfehlungen mit dem Ziel formuliert und adressiert, das weibliche Gründungspotenzial künftig besser ausschöpfen zu können. Das folgende Kapitel stellt somit die Beantwortung der Forschungsfrage dar.

5.6.3 Empfehlungen an Gründerinnen

- Erzählen Sie von Ihrem Leben als Unternehmerin und berichten Sie von ihren Erfolgen und Erfahrungen. Unterstützen Sie andere Frauen im Vorgründungsprozess, in dem Sie offen und ehrlich über die Vor- und Nachteile des Unternehmerinnendaseins erzählen und darlegen, wie Sie die Herausforderungen meistern konnten.
- Seien Sie ein Vorbild für kommende Generationen und erzählen Sie speziell Mädchen und jungen Frauen von Ihrer selbständigen Erwerbstätigkeit. Erklären Sie, warum Sie sich selbständig gemacht haben und berichten Sie gerade von denjenigen Eigenschaften und Vorzügen Ihrer Selbständigkeit, welche sich von den männlichen Stereotypen des Unternehmers abheben.

5.6.4 Empfehlungen an Frauen und potenzielle Gründerinnen

- Knüpfen Sie frühzeitig wichtige berufliche Kontakte und pflegen Sie Ihr Netzwerk. Machen Sie sich bereits im Voraus Gedanken, welche Themen für Sie und Ihr Gründungsvorhaben wichtig sein könnten und wie Sie erforderliches Wissen erwerben können. Profitieren Sie von Frauennetzwerken für frauenspezifische Herausforderungen. Achten Sie jedoch darauf, dass sie durch eine zu starke Fokussierung auf weibliche Netzwerke ihre Kontaktmöglichkeiten nicht unnötig einschränken.
- Seien Sie sich bei Ihren eigenen Kaufentscheidungen oder Evaluationen von Dienstleistungen bewusst, dass Männer ihre Marktleistungen selbstbewusster vermarkten als dass es Frauen in der Regel tun. Kalkulieren Sie diese Tatsache in Ihre Kaufentscheidungen mit ein, ohne Ihre eigenen Möglichkeiten dabei einzuschränken.
- Schauen Sie bei der Suche nach unternehmerischen Möglichkeiten nicht ausschliesslich auf Ihre beruflichen Qualifikationen und Erfahrungen, sondern achten Sie auch auf unbefriedigte Marktbedürfnisse aus der Perspektive der Kundinnen und Kunden. Überlegen Sie sich, wie Sie Bedürfnisse durch innovative und neue Marktleistungen besser befriedigen können. Seien Sie sich bewusst, dass Sie nicht von Beginn weg über alle für das Gründungsvorhaben erforderlichen Fähigkeiten verfügen müssen, sondern dass es verschiedene Wege gibt, allfällige Defizite zu kompensieren oder Fachwissen zu erwerben.

- Machen Sie sich bereits in einem frühen Stadium im Vorgründungsprozess Gedanken über Ihr Geschäftsmodell. Überlegen Sie sich, für wen Sie mit Ihren Marktleistungen einen Mehrwert generieren und wer Ihre zahlenden Kunden/innen sind. Sprechen Sie so früh wie möglich mit potenziellen Kundinnen und Kunden resp. Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern. Analysieren Sie den Markt und machen Sie sich Gedanken, wie Sie sich von der Konkurrenz abheben können. Die Rückmeldungen und Erkenntnisse werden Sie in Ihrem Gründungsvorhaben bestärken und werden es Ihnen ermöglichen, allfällige Anpassungen Ihrer Marktleistungen bereits in einer frühen Phase vornehmen zu können.
- Erachten Sie fehlendes Wissen oder Kompetenzen nicht als unüberwindbares Hindernis, sondern machen Sie sich Gedanken, wie Sie fehlendes Wissen erwerben oder kompensieren können. Suchen Sie nach potenziellen Mitgründerinnen oder Mitgründern, kontaktieren Sie Ihr Netzwerk oder überlegen Sie sich, ob Sie gewisse Arbeitsbereiche auslagern können. Legen Sie den Fokus auf Ihre Kernkompetenzen, damit Sie Ihre Energie möglichst effizient nutzen und einsetzen können.
- Gehen Sie Kooperationen mit Freelancerinnen und Freelancern ein, um Auftragsschwankungen abfangen und vom Wissen anderer profitieren zu können. Überlegen Sie sich, wie Sie durch neue digitale Hilfsmittel die Flexibilität Ihrer Arbeitsweise erhöhen, um Selbständigkeit und Familie besser in Einklang zu bringen.
- Fordern Sie sowohl bei der Haushaltsarbeit als auch bei der Kinderbetreuung die aktive Unterstützung Ihres Partners ein. Seien Sie sich bewusst, dass beide Elternteile gleichermassen für die Kinderbetreuung verantwortlich sind und probieren Sie, mit Ihrem Partner zusammen die Rahmenbedingungen zu schaffen, damit sich beide privat und beruflich optimal entwickeln können.
- Erwägen Sie es, mit Ihrem Partner gemeinsam ein Unternehmen zu gründen oder ziehen Sie es in Betracht, eine Beteiligung und die Mitarbeit im Unternehmen ihres Partners einzufordern. Die gegenseitige Unterstützung auf fachlicher und mentaler Ebene, das gegenseitige Verständnis sowie verschiedene organisatorische Vorzüge im Geschäft und bei der Kinderbetreuung wurden sowohl in der Literatur als auch in einem Interview als positiv beschrieben. Nehmen sie erworbene unternehmerische Kompetenzen als Ausgangspunkt, um sich über weitere unternehmerische Möglichkeiten Gedanken zu machen.
- Seien Sie selbstbewusst und haben Sie Vertrauen in ihre Fähigkeiten. Sehen Sie ein abgebrochenes Gründungsvorhaben oder eine gescheiterte Gründung nicht als Misserfolg, sondern als wertvolle Erfahrung, welche Sie in Ihrem Leben und Ihrer beruflichen Karriere langfristig weiterbringen wird. Haben sie den Mut, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen.

5.6.5 *Empfehlungen an Hochschulen und staatliche Institutionen*

- Es sollten Weiterbildungen und Unterstützungsprogramme mit einem höheren Praxisbezug angeboten werden, damit erste unternehmerische Kompetenzen erworben und Hemmschwellen und Unsicherheiten in Bezug auf die Selbständigkeit abgebaut werden können. Dabei sind duale Bildungsangebote zu prüfen, welche neben der theoretischen Wissensvermittlung auch einen praxisbezogenen Teil z.B. in Form eines Praktikums für Unternehmerinnen beinhalten. Dadurch könnte die vielfach geäußerte Unsicherheit im Vorgründungsprozess, nicht genau zu wissen, worauf man sich bei der Selbständigkeit einlässt, reduziert werden.
- Auch in der Hochschulumgebung sollten aktiv Gelegenheiten für weibliche Vorbilder geschaffen werden, sei es bei den Lehrstühlen, in den Lehrmitteln, in den Fallstudien, bei den Gastvorträgen oder bei den Vorbereitungskursen für die Unternehmensgründung.
- Es sollte geprüft werden, inwiefern aktuelle oder ehemalige Unternehmerinnen und Unternehmer oder Dozentinnen und Dozenten als Mentorinnen und Mentoren während der Vor- und Nachgründungsphase eingesetzt werden könnten, um die Gründerinnen auf dem Weg in die Selbständigkeit zu begleiten und die nötige Sicherheit zu vermitteln. Durch ein institutionelles Angebot dieser Dienstleistung, könnten die geäußerten Zweifel an privaten Beratungsfirmen in Bezug auf die Unabhängigkeit und auf potenzielle Interessenskonflikte beseitigt werden.
- Im Team zu gründen scheint gerade für Frauen ein sehr grosses Bedürfnis zu sein. Daher sollten virtuelle Plattformen gefördert werden, auf welchen mit verschiedenen Suchkriterien nach geeigneten Mitgründerinnen und Mitgründern gesucht werden könnte. Beispielsweise könnten sich die beiden von Gladbach (2015) beschriebenen Gruppen der ideenfokussierten und der selbständigkeitsfokussierten Gründerinnen und Gründer unter der Voraussetzung optimal ergänzen, dass sie sich gegenseitig finden. Zwar gibt es bereits solche Plattformen, die Aussagen der befragten Frauen zeigen jedoch, dass diese vor allem in der Schweiz noch zu wenig bekannt sind und nicht genutzt werden. Grundsätzlich sollten physische und virtuelle Räume gefördert werden, in welchen sich Gründer/innen und werdende Gründer/innen sowie innovative Unternehmen zusammentreffen, um gegenseitig voneinander zu profitieren und Synergien nutzen zu können.
- Speziell in gründungsintensiven Studienrichtungen und Branchen, welche bislang vorwiegend von Männern dominiert wurden, müssen Massnahmen ergriffen werden, durch welche mehr Frauen angezogen werden.
- Es sollte mehr Förderpreise und Wettbewerbe für innovative und ressourcenintensive Gründungsvorhaben geben. Da Frauen vor allem in der Startup-Welt untervertreten sind, sind Wettbewerbe und

Förderpreise eigens für Frauen zu prüfen, um gezielt weibliche Innovationen fördern zu können. Neben dem Preisgeld, welches zur Finanzierung genutzt werden könnte, bieten solche Veranstaltungen gute Möglichkeiten sich zu vernetzen und vom Feedback von Fachpersonen profitieren zu können.

- Die selbständige Erwerbsform sollte bereits in der obligatorischen Schulzeit eine dominantere Rolle einnehmen, so dass sie von den Schülerinnen und Schülern schon früh als normale berufliche Option wahrgenommen wird, damit eine intrinsisch hervorgerufene Gründungsneigung nicht nur denjenigen Kindern mit selbständigen Personen im familiären Umfeld vorbehalten ist. In diesem Zusammenhang gilt auch für Primarschulen und Sekundarschulen der Grundsatz, aktiv für weibliche Vorbilder im Zusammenhang mit dem Unternehmertum zu sorgen. Gleichzeitig müsste das Bildungssystem im Hinblick auf die Selbständigkeit als mögliche Erwerbsform entsprechend modifiziert werden. Unternehmerische Kompetenzen, Verhandeln, Verkaufen und strategisches Denken etc. müssten mehr Einzug in den Lehrplan finden. Einerseits liesse sich so die Gründungsneigung bei den Schülerinnen und Schülern im Allgemeinen fördern, andererseits könnte man durch die Integration solcher Kompetenzen, welche bislang vorwiegend männlich konnotiert waren, sicherstellen, dass der Erwerb solcher Fähigkeiten nicht dem Zufall des Geschlechts überlassen wird. Da sich die geschlechterspezifischen Stereotypen und Charaktereigenschaften bereits im Kindesalter zu bilden beginnen, wären Gegenmassnahmen bereits im Grundschulalter besonders effektiv.

5.6.6 *Empfehlungen an Gesellschaft und Politik*

- Teilzeitpensen und flexible Arbeitszeitmodelle auch in Führungs- und Managementpositionen müssen ausgebaut, resp. sowohl von Frauen, als auch von Männern in der Rolle als Arbeitnehmende eingefordert werden. Dadurch könnten sich Frauen trotz familiären Verpflichtungen mehr unternehmerische Kompetenzen aneignen, welche für eine Selbständigkeit wichtig sind. Gleichzeitig würde es den Männern ermöglichen, ihre Verantwortung bei der Familienarbeit besser wahrnehmen zu können, was den Frauen mehr berufliche Handlungsmöglichkeiten eröffnen würde.
- Das weibliche Unternehmertum muss mehr mediale Präsenz erhalten. Es ist auf eine ausgewogene geschlechterspezifische Berichterstattung über das Unternehmertum zu achten, bei welcher erfolgreiche Frauen nicht als Abweichung zur weiblichen Norm dargestellt werden.
- Traditionelle Rollenbilder und Geschlechterstereotypen müssen durchbrochen und überwunden werden. Da diese Problematik sämtliche Gesellschaftsbereiche betrifft, fällt es schwer, diesbezüglich konkrete Empfehlungen zu adressieren. Ein Bereich der sich jedoch beeinflussen lässt, ist die eigene Familie. Dabei ist gerade bei männlich attribuierten Berufen darauf zu achten, dass aktiv Möglichkeiten

für weibliche Vorbilder geschaffen werden. Auch eine gleichmässige Aufteilung zwischen den Elternteilen in der Erwerbs- und Familienarbeit ist für das Verständnis von Rollenbildern der Kinder sehr wichtig.

- Da Erwerbs- und Familienarbeit immer noch ungleich in den Haushalten zwischen den Geschlechtern verteilt sind, würden Subventionen für Kinderbetreuung oder eine Steuerpolitik, welche Doppelverdiener begünstigen würde, vorwiegend den beruflichen Karrieren von Frauen zugutekommen. Eine Anpassung diesbezüglich zu Gunsten von beruflichen Karrieren von Frauen ist auf politischer Ebene zu prüfen.
- Der letzte Aufruf gilt den Männern: Die Zeiten, in welchen der Mann als alleiniger Familienernährer fungierte und die berufliche Karriere ausschliesslich Männern vorbehalten war, sind vorbei. Vor allem in familiären Konstellationen sind Männer angehalten, ihren Beitrag zu leisten, damit die Frauen ihr berufliches Potenzial entwickeln können. Dafür müssten sie in erster Linie von der Last der Familienarbeit, welche sie in überaus grossem Masse selber tragen, entlastet werden. Dies ist nicht als Privilegienverlust der Männer anzusehen, sondern vielmehr als Aufwertung der traditionellen Vaterrolle zu verstehen, die sich nicht mehr ausschliesslich auf die finanzielle Ernährung der Familie beschränkt, sondern die Beteiligung an der Kinderbetreuung ermöglicht. Auch hier braucht es genauso wie bei den selbständigen Frauen Vorbilder, welche traditionelle Rollenbilder aufbrechen. Auch auf politischer Ebene gäbe es diesbezüglich Handlungsbedarf z.B. in Form einer geschlechterunabhängigen Elternzeit, welche den Vätern den Einstieg in ihre neue Rolle erleichtert und die Voraussetzung dafür schaffen würde, dass sich die Eltern die beruflichen und familiären Aufgaben möglichst unabhängig vom Geschlecht aufteilen könnten.

5.6.7 Reflexion und Ausblick

Die vorliegende Forschungsarbeit hatte zum Ziel, den bis anhin weitgehend unerforschten weiblichen Vorgründungsprozess genauer zu untersuchen und daraus ableitend Handlungsempfehlungen zu formulieren, welche zur besseren Ausschöpfung des weiblichen Gründungspotenzials in der Schweiz beitragen. Ausgangspunkt der vorliegenden Forschung bildete die Literaturrecherche, welche einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung sowie einen ersten Eindruck über mögliche Determinanten verminderter weiblicher Gründungsaktivitäten vermittelte. Dabei wurde ersichtlich, dass die einzelnen Einflussfaktoren nicht isoliert, sondern integral betrachtet werden müssen, um auch über die Auswirkungen verschiedener Konstellationen von Einflussfaktoren neue Erkenntnisse gewinnen zu können. Aus diesem Grund wurde der qualitative Forschungsansatz gewählt, um die Forschungsfragen adäquat beantworten zu können. Dieser ermöglichte es, den Vorgründungsprozess in einer gesamtheitlichen und kontextuellen Betrachtungsweise zu untersuchen.

In der untersuchten Stichprobe liessen sich dabei verschiedenste Kombinationsmöglichkeiten von Einflussmöglichkeiten im Vorgründungsprozess identifizieren und deren Auswirkungen auf die Fortsetzung des Gründungsvorhabens untersuchen. Der in Kapitel 5.3 aufgestellte theoretische Bezugsrahmen erlaubte es, den Vorgründungsprozess in einzelne Phasen zu gliedern, um die Einflussfaktoren besser zu strukturieren. Obwohl der aufgestellte theoretische Bezugsrahmen in der Praxis gewisse Einschränkungen aufweist und die Komplexität des Vorgründungsprozesses nur beschränkt darzustellen vermag, hat er sich in der vorliegenden Arbeit als strukturierendes Element für die Primärdatenerhebung und deren Auswertung bewährt und bildet gleichzeitig eine gute Grundlage, fallspezifische Vorgründungsprozesse miteinander vergleichen zu können. Daher kann empfohlen werden, den Bezugsrahmen auch für weiterführende Forschungsarbeiten anzuwenden.

Durch die grosse Pluralität der einzelnen Forschungsobjekte konnte einerseits eine Vielzahl an Einflussfaktoren, Hemmnissen und Hindernissen im Vorgründungsprozess identifiziert und andererseits unterschiedliche Konstellationen untersucht werden. Die fallspezifische Betrachtungsweise lieferte wichtige Erkenntnisse, wie sich verschiedene Konstellationen von Einflussfaktoren in Anbetracht der unterschiedlichen Lebenssituationen auf den Vorgründungsprozess auswirken. Durch die inhaltlich, strukturierende Inhaltsanalyse konnten zudem verschiedene Muster und Analogien zwischen den Untersuchungsobjekten erkannt und daraus ableitend Hypothesen formuliert werden, welche durch künftige Forschungsarbeiten mit einer repräsentativen Stichprobe überprüft werden können. Die Mischung zwischen Gründerinnen, werdenden Gründerinnen und Abbrecherinnen erwies sich als sehr wertvoll, um den Vorgründungsprozess aus verschiedenen Perspektiven beleuchten zu können. Gerade bei den werdenden Gründerinnen hat sich gezeigt, dass sie die Unsicherheiten im Vorgründungsprozess anders wahrnehmen als die Gründerinnen, da ihre Empfindung nicht durch eine retrospektive Verzerrung beeinflusst wurde. Gleichzeitig erschwerte die grosse Pluralität zwischen den untersuchten Einzelfällen die Vergleichbarkeit, da diese mit Fortschritt im Vorgründungsprozess immer weiter divergierten. Um ein tieferes Verständnis über den Vorgründungsprozess zu erlangen, wird für künftige qualitative Forschungsarbeiten empfohlen, die Grundgesamtheit entsprechend einzugrenzen um detailliertere und tiefergehende Untersuchungen durchführen zu können. Wie die vorliegende Forschungsarbeit zeigt, manifestieren sich die frauenspezifischen Gründungshemmnisse besonders stark bei ressourcenintensiven Gründungsvorhaben. Dies lässt sich auch daran erkennen, dass Frauen vor allem bei Startup-Gründungen untervertreten sind. Daher wird für künftige Forschungsarbeiten empfohlen, den Fokus mit einem ähnlichen Forschungsdesign auf weibliche Startup-Gründungen zu legen. Weiteres Potenzial für weiterführende Erkenntnisse wird in der Segregation der Grundgesamtheit in einzelne Branchen oder in der Fokussierung auf eine einzelne Stufen im Vorgründungsprozess gesehen. Der Autor empfiehlt, nachdem die vorliegende Arbeit einen guten Überblick über die Bandbreite und Pluralität kontextueller Einflussfaktoren im Vorgründungsprozess vermittelt, sich bei weiterführenden Forschungsarbeiten mit einem qualitativen Ansatz für weitere Erkenntnisse mehr zu fokussieren.

Für die Primärdatenerhebung gestaltete sich im Speziellen der Zugang zu Frauen, welche ihr Gründungsvorhaben abgebrochen haben, als besonders schwierig. Auch diesbezüglich sieht der Autor noch grosses Potenzial, mehr über die Gründe in Erfahrung zu bringen, die zu einem Abbruch des Gründungsvorhabens führen. Diesbezüglich empfiehlt der Autor, genug Zeit beim Feldzugang einzuplanen, um geeignete Kandidatinnen finden zu können. Auch Längsschnittstudien wären nach Auffassung des Autors ein sehr guter aber nur selten genutzter Forschungsansatz, wodurch sich Verzerrungen durch retrospektive Betrachtungsweisen eliminieren liessen. Eine Möglichkeit sieht der Autor darin, beispielsweise ausgehend von einem Vorbereitungskurs für Unternehmensgründungen, ausgewählte Kandidatinnen und Kandidaten im Vorgründungsprozess bis zur Gründung oder zum Gründungsabbruch zu begleiten.

Der Vorgründungsprozess ist ein sehr komplexes Konstrukt, welches zum besseren Verständnis noch weitere und tiefergehende Forschungsarbeiten erfordert. Dabei stellt die vorliegende Arbeit mit dem aufgestellten theoretischen Rahmen einen sehr guten Ausgangspunkt für weiterführende Forschungsarbeiten dar. Entsprechend gilt es, die gewonnenen Erkenntnisse quantitativ zu überprüfen und mit qualitativen Forschungsarbeiten weiter zu vertiefen.

Dabei ist es die Aufgabe der Forschung, die Erkenntnisgrundlage zu schaffen, damit Politik, Gesellschaft und weitere Akteurinnen und Akteure im unternehmerischen Ökosystem die richtigen Rahmenbedingungen schaffen können, dass die Heldinnen und Helden der Wirtschaft ihr unternehmerisches Potenzial bestmöglich entfalten können.

Abschliessend möchte der Autor allen Frauen im Vorgründungsprozess Mut zusprechen, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen. In all den geführten Interviews, den vielen Gesprächen, den unzählig gelesenen Studien sowie den gehörten Podcasts zum Thema des weiblichen Unternehmertums wurde die Selbständigkeit - neben allen Nachteilen, welche mit ihr einhergehen - von der überwiegenden Mehrheit der Frauen als sehr positiv beurteilt. Viele beschrieben, dass sie ihre beruflichen Motive in der Selbständigkeit deutlich besser verwirklichen konnten als in der abhängigen Erwerbsarbeit. Daher würde sich der Grossteil der selbständigen Frauen rückblickend wieder für die Selbständigkeit entscheiden. Diese Erkenntnis soll den Frauen im Vorgründungsprozess Mut geben, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen um sich beruflich verwirklichen zu können.

"Also einerseits, dein eigener Chef zu sein. Das machen, wozu man wirklich Lust hat. Ich meine, was gibt es Cooleres, als am Morgen aufzustehen, arbeiten zu gehen und Freude daran zu haben!" (G1)

6 Literaturverzeichnis

- Allen, E., Elam, A., Langowitz, N., & Dean, M. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Report on Woman and Entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Andres, A., Gross, W., Kelterborn, P., Kudernatsch, W., & Wessels, J. (2018). *Gründungsbarriere Rollenbilder. Female Founders in der Digitalbranche*. Berlin: Institut für Innovation und Technik.
- Arndt, W. (2011). *Abbruch und Aufschub von Gründungsvorhaben: Eine empirische Analyse mit den Daten des Gründerpanels des IfM Bonn*. Von <http://hdl.handle.net/10419/52277> abgerufen
- Baldegger, R. J., Alberton, S., Gaudart, R., & Wild, P. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019. Report on Switzerland*. Fribourg: School of Management.
- Baldegger, R. J., Gaudart, R., & Wild, P. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020. Report on Switzerland*. Freiburg: School of Manamgent.
- Baldegger, R., Alberton, S., Wild, P., & Gaudart, R. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018. Report on Switzerland*. Fribourg: School of Management.
- Baron, R. A. (2012). Entrepreneurship: A Process Perspective. In R. J. Baum, M. Frese, & R. Baron (Hrsg.), *The Psychology of Entrepreneurship* (S. 19-41). Hove: Psychology Press.
- Becker, S. (2008). *Die unternehmen was! Von der Gründung zum Erfolg. Unternehmerinnen berichten, wie sie es geschafft haben*. Offenbach: GABAL Verlag GmbH.
- Bergmann, H., Fuglistaler, U., & Benz, L. (2014). *Bedeutung und Positionierung von Frauen in Schweizer KMU. Studie im Auftrag des Schweizerischen Gewerbeverbandes sgv und der KMU Frauen Schweiz*. Von <https://www.alexandria.unisg.ch/258898/> abgerufen
- Berwanger, J., Wichert, J., & Haric, P. (2020). *Gabler Wirtschaftslexikon. Unternehmung*. Von <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/unternehmung-47658/version-270921> abgerufen
- Biermann, I. (2014). Selbständigkeit und Familie. Zur Pluralität von Vereinbarkeitsmustern in der nicht abhängigen Erwerbstätigkeit. In C. Gather, I. Biermann, L. Schürmann, S. Ulbricht, & H. Zipprian (Hrsg.), *Die Vielfalt der Selbständigkeit. Sozialwissenschaftliche Beiträge zu einer Erwerbsform im Wandel* (S. 165-189). Berlin: edition sigma.
- Brush, C. G. (2008). Women Entrepreneurs: A Research Overview. In M. Casson, B. Yeung, A. Basu, & N. Wadeson (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Entrepreneurship* (S. 611-629). Oxford: Oxford University Press.
- Bundesamt für Statistik. (2013). *Auf dem Weg zur Gleichstellung von Frau und Mann. Stand und Entwicklung*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.

- Bundesamt für Statistik. (2016a). *Ein Portrait der Schweiz. Ergebnisse aus den Volkszählungen 2010–2014*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.
- Bundesamt für Statistik. (2016b). *Paarbeziehung. Erhebung zu Familien und Generationen 2013*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.
- Bundesamt für Statistik. (2019). *Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern: Evaluation*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.
- Bundesamt für Statistik. (2020a). *Beschäftigungsbarometer im 3. Quartal 2020*. Von Beschäftigung in der Schweiz im 3. Quartal 2020 weiterhin rückläufig:
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industrie-dienstleistungen/unternehmen-beschaeftigte/beschaeftigungsstatistik/beschaeftigte.gnpdetail.2020-0522.html> abgerufen
- Bundesamt für Statistik. (2020b). *Unternehmensdemografie. Analysen der Daten von 2013 bis 2018*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.
- Bundesamt für Statistik. (2020c). *Unternehmertum in der Schweiz: Firmen von Frauen*. Von <https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/fakten-trends/zahlen-und-fakten%20/kmu-in-zahlen/unternehmertum-entrepreneurship/frauen.html> abgerufen
- Burns, P. (2011). *Entrepreneurship and small business. Start-up, growth and maturity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Cantillon, R. (1931). *Essai sur la nature du commerce en général*. Edited and translated by H. Higgs. London: Macmillan.
- Carter, S., Shaw, E., Lam, W., & Wilson, F. (2007). Gender, Entrepreneurship, and Bank Lending: The Criteria and Processes Used by Bank Loan Officers in Assessing Applications. *ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE*, 31(3), S. 427–444.
- Cesinger, B., König, S., Langhauser, M., & Leicht, R. (2014). Karriere zu zweit - Haushalt allein? Selbständige Frauen in Beruf und Partnerschaft. In C. Gather, I. Biermann, L. Schürmann, S. Ulbircht, & H. Zipprian (Hrsg.), *Die Vielfalt der Selbständigkeit. Sozialwissenschaftliche Beiträge zu einer Erwerbsform im Wandel* (S. 189-213). Berlin: edition sigma.
- Crosan, R., & Gneezy, U. (2009). Gender Differences in Preferences. *Journal of Economic Literature*, 47(2), S. 448–474.
- Danko, B. (2018). *Unternehmensgründung durch Studierende. Eine ressourcenbasierte Analyse des Informationsprozesses im Vorfeld der Gründungsrealisation*. Siegburg: JOSEF EUL VERLAG GmbH.

- Du Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the Female Underperformance Hypothesis. *Small Business Economics*, 2000 (14), S. 1-10.
- Eisenhut, P. (2018). *Aktuelle Volkswirtschaftslehre 2018/2019*. Zürich: Somedia Buchverlag.
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor. 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Engels, B. (2020). Frauen in der Start-up-Welt - Ursachen niedriger Gründungsquoten. *IW-Trends*, 2020 (1), S. 83-98.
- Ettl, K. (2010). *Unternehmerinnen und Erfolg aus individueller und kontextueller Perspektive*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Frank, H., Korunka, C., & Leuger, M. (2002). *Entrepreneurial Spirit. Unternehmerische Orientierung und Gründungsneigung von Studierenden*. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandel AG.
- Freiling, J. (2006). *Entrepreneurship: theoretische Grundlagen und unternehmerische Praxis*. München: Vahlen.
- Fuchs, B. (2011). Theoretische Begründungen und praktische Ansätze zur Ausschöpfung des Gründungspotenzials von Frauen. In KfW Bankengruppe (Hrsg.), *Gründungsförderung in Theorie und Praxis* (S. 165-185). Frankfurt am Main: KfW Bankengruppe.
- Fueglistaler, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., & Zellweger, T. (2019). *Entrepreneurship. Modelle-Umsetzung-Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Furrer, A. (2017). *Erfolgreiches Entrepreneurship. Die Relevanz der Persönlichkeitseigenschaften, Werteorientierung, Gründungsmotive und Handlungsstrategien. Eine genderspezifische Analyse*. (Masterthesis). Von https://irf.fhnw.ch/bitstream/handle/11654/25689/Masterarbeit%202017_Furrer%20Anita_Webversion.pdf?sequence=1 abgerufen
- Geissler, M. (2013). *Determinanten des Vorgründungsprozesses. Einfluss unternehmerischer Chancen und des Gründungsklima im Hochschulumfeld*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Gladbach, S. (2015). *Der Abbruch akademischer Gründungsvorhaben. Eine explorativ-empirische Untersuchung*. Köln: JOSEF EUL Verlag GmbH.
- Gonzalez-Alvarez, N., & Solis-Rodriguez, V. (2011). Discovery of entrepreneurial opportunities: a gender perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 111 (5), S. 755-775.

- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, A. S., & Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2), S. 397-417.
- Gutenberg, E. (1983). *Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Die Produktion*. Berlin: Springer.
- Haid, D. (2004). *Corporate Entrepreneurship im strategischen Management. Ansatz zur Implementierung des Unternehmertums im Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Hassan, K., Varadan, M., & Zeisberger, C. (2020). *Harvard Business Review. How the VC Pitch Process Is Failing Female Entrepreneurs*. Von <https://hbr.org/2020/01/how-the-vc-pitch-process-is-failing-female-entrepreneurs> abgerufen
- Helfferrich, C. (2011). *Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH.
- Henry, C., & Foss, L. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), S. 217 –241.
- Hering, T., Vencenti, A. J., & Gerbaulet, D. (2018). *Unternehmensgründung*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH.
- Hirschfeld, A., Gilde, J., & Wöss, N. (2020). *Female Founders Monitor 2020*. Von <https://femalefoundersmonitor.de/female-founders-monitor-2020/> abgerufen
- Hirschfeld, A., Mütze, J., & Gilde, J. (2019). *Female Founders Monitor 2019*. Von https://deusthestartups.org/wp-content/uploads/2019/05/Female_Founders_Monitor_2019.pdf abgerufen
- Jerrim, J., Parker, P., & Shure, N. (2019). *Bullshitters. Who Are They and What Do We Know about Their Lives?* Von <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/196780/1/dp12282.pdf> abgerufen
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, T. E. (2018). We ask man to win and women not to lose: Closing the gender gap in Startup funding. *Academy of Management Journal*, 61 (2), S. 586–614.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicaco: University of Chicaco.
- Kleinig, G. (1995). *Lehrbuch entdeckende Sozialforschung. Von der Hermeneutik zur qualitativen Heuristik*. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags Union.
- Knight, F. H. (1961). *Risk, uncertainty and profit*. Verlag Kelley.
- Kuckartz, U. (2016). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim: Beltz Juventa.

- Kuss, S. (2003). *Wege in die berufliche Selbständigkeit. Eine empirische Untersuchung der Handlungs- und Entscheidungsprozesse von Akademikerinnen und Akademikern in der Vorgründungsphase*. Kassel: kassel university press GmbH.
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz Verlag.
- Langhauser, M. (2011). *Durch Selbständigkeit zur Doppelkarriere? Eine Analyse mit dem Mikrozensus. Discussion Paper 03-2011*. Von http://www-1v2.rz.uni-mannheim.de/WP/WP_03_2011.pdf abgerufen
- Lauxen-Ulbrich, M., & Leicht, R. (2004). Wirtschaftliche und berufliche Orientierung von selbständigen Frauen. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 72-97). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Lauxen-Ulbrich, M., Leicht, R., & Fehrenbach, S. (2004). Flexibel zwischen Familie und Beruf? Zur Lebens- und Arbeitsgestaltung selbständiger Frauen. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 138-170). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Leicht, R., & Lauxen-Ulbrich, M. (2004). Umfang und längerfristige Entwicklung selbständiger Frauen. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 41-54). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Leicht, R., & Welter, F. (2004). Einleitung und Übersicht. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 6-10). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Leicht, R., Welter, F., & Fehrenbach, S. (2004). Geschlechterunterschiede in beruflicher Selbständigkeit: Zum Stand der Forschung. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 10-41). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Mayring, P. (2016). *Einführung in die qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz Verlag.
- Mellewigt, T., Schmidt, F., & Weller, I. (2006). Stuck in the Middle - Eine empirische Untersuchung zu Barrieren im Vorgründungsprozess. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 2006 (4), S. 91-115.
- Metzger, G. (2020). *KfW-Gründungsmonitor 2020. Gründungstätigkeit in Deutschland 2019: erster Anstieg seit 5 Jahren – 2020 im Schatten der Corona-Pandemie*. Von <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gründungsmonitor/KfW-Gründungsmonitor-2020.pdf> abgerufen

- Meyer. (2005). *Volkswirtschaftliche Bedeutung der Unternehmensgründungen in der Schweiz*. Olten: Verlag der Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz.
- Meyer, N. (2018). Research on female entrepreneurship: Are we doing enough? *Polish Journal of Management Studies*, 17 (2), S. 158-169.
- Meyer, R., & Sidler, A. U. (2010). *Frauen-Power unter der Lupe. Empirische Studie zu den Unterschieden zwischen Unternehmensgründerinnen und -gründern in der Schweiz*. Basel: edition gesowip.
- Meyer, R., & Zahno, C. (2020). *Supporting Female Entrepreneurship in Switzerland. An empirical analysis of the Future.preneurship supporting case and recommendations for actors of the entrepreneurial ecosystem*. Baar: Quergründer GmbH.
- Muravyev, A., Schäfer, D., & Talavera, O. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2), S. 270–286.
- Mütze, J. (2020). Frauen gründen gründlicher - und vorsichtiger. Der „Boys Club“ dominiert weltweit die Verteilung des Wagniskapitals und vertut damit ein Riesenpotenzial. In A. von Hattburg (Hrsg.), *Digitalisierung als Chancengeber* (S. 49-57). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Niederle, M., & Vesterlund, L. (2007). The Quarterly Journal of Economics. *Do women shy away from competition? Do men compete too much?*, 122 (3), S. 1067–1101.
- OECD. (2016). *Kurzdossier zum weiblichen Unternehmertum*. Von <https://www.oecd.org/cfe/leed/Policy%20Brief%20on%20Women%27s%20Entrepreneurship%20D E.pdf> abgerufen
- Pahnke, A., May-Strobl, E., & Schneck, S. (2014). Erwerbsarmut von Selbständigen. Spielt das Geschlecht eine Rolle? In C. Gather, I. Biermann, L. Schürmann, S. Ulbricht, & H. Zipprian (Hrsg.), *Die Vielfalt der Selbständigkeit. Sozialwissenschaftliche Beiträge zu einer Erwerbsform im Wandel*. (S. 63-85). Berlin: edition sigma.
- Paoloni, P., & Serafini, G. (2018). Female Entrepreneurship in Perspective: A Methodological Issue. *Administrative Sciences*, 8(4). Von <https://www.mdpi.com/2076-3387/8/4/67> abgerufen
- Pelger, I., & Tchouvakhina, M. (2013). Low Debt Entrepreneurs: Unternehmerinnen gehen bei Finanzierung auf Nummer sicher. *KFW ECONOMIC RESEARCH*, 2013 (26), S. 1-3. Von https://www.kfw.de/KfW-Konzern/Newsroom/Aktuelles/News-Details_147200.html abgerufen
- Robb, A. M., & Robinson, D. R. (2010). *The capital structure decisions of new firms. Working Paper 16272*. Von <https://www.nber.org/papers/w16272> abgerufen

- Say, J. B. (1821). *A Treatise on Political Economy. Or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth. Translated from the Fourth Edition of the French, by C.R. Prinsep, M.A. with Notes by the Translator. Vol 1.* London: Longman, Hurst, Rees, Orme, and Brown.
- Schumpeter, J. A. (1934). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Ein Untersuchung über Unternehmervergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. Neunte Auflage.* Berlin: Duncker & Humblot GmbH.
- Schwarz, E. J., Almer-Jarz, D. A., & Breitenecker, R. J. (2004). Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer in Kärnten. In Amt der Kärntner Landesregierung (Hrsg.), *Kärntner Genderstudie. Geschlechterverhältnisse und geschlechtstypische Disparitäten* (S. 167-196). Klagenfurt.
- SECO. (2008). *Förderung von Frauen als Unternehmerinnen. Bericht PotentiELLE in Erfüllung des Postulats 03.3153 Fetz.* Von <https://biblio.parlament.ch/e-docs/144458.pdf> abgerufen
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Sieger, P., Baldegger, R., & Fueglistaller, U. (2019). *Studentisches Unternehmertum in der Schweiz 2018.* St. Gallen/Bern/Freiburg: KMU-HSG/IMU/HSW.
- Stokes, D., & Wilson, N. (2006). *Small business management and entrepreneurship.* London: Thomson Learning.
- Strohmeier, R. (2004). Studienfachwahl und berufliche Platzierung von selbständigen Akademikerinnen. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 97-119). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Szyperski, N., & Nathusius, K. (1999). *Probleme der Unternehmungsgründung : eine betriebswirtschaftliche Analyse unternehmerischer Startbedingungen.* Lohmar: Josef Eul Verlag GmbH.
- Tchouvakhina, M. V. (2004). Gründungsbesonderheiten von Frauen - Ergebnisse einer qualitativen Studie. In KfW Bankengruppe (Hrsg.), *Chefinnensache. Frauen in der unternehmerischen Praxis* (S. 83-106). Heidelberg: Physica-Verlag.
- Töpfer, A. (2010). *Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-, Master- Studierende und Doktoranden.* Heidelberg: Springer-Verlag.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs. *Journal of Business*, 2009 (24), S. 99-115.
- Ullrich, K. (2013). Hemmnisse im Gründungsprozess: Gründer und verhinderte Gründer. In K. Bankengruppe, *KfW ECONOMIC RESEARCH. Studien und Materialien.* Von

- <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/Gründungshemmnisse-April-2013.pdf> abgerufen
- Ulrich, H. (1970). *Die Unternehmung als produktives soziales System: Grundlagen der allgemeinen Unternehmungslehre*. Bern: Haupt.
- Umbach-Daniel, A. (2014). *FEMTech-Entrepreneurs. Analyse der Bedürfnisse und Hemmnisse von Unternehmensgründerinnen im technischen Feld zur Entwicklung neuer Impulse für Diversity@CTI*. Von http://www.ruetter-soceco.ch/wp-content/uploads/2016/07/schlussbericht_gruenderin_umbach_2014.pdf abgerufen
- Welter, F. (2004). Gründerinnenpotenziale. In R. Leicht, & F. Welter (Hrsg.), *Gründerinnen und selbständige Frauen. Potenziale, Strukturen und Entwicklungen in Deutschland* (S. 54-72). Karlsruhe: Loeper Literaturverlag im Ariadne Buchdienst.
- Welter, F., & Bergmann, H. (2002). "Nascent Entrepreneurs" in Deutschland. In J. Schmude, R. Leiner, J. Schmude, & R. Leiner (Hrsg.), *Unternehmensgründungen. Interdisziplinäre Beiträge zum Entrepreneurship Research* (S. 33-63). Heidelberg: Physica-Verlag.
- Welter, F., Kolb, S., Ettl, K., & Achtenhagen, L. (2006). „Süßes Leben mit bitteren Noten“. *Unternehmerinnen und Gründerinnen in der deutschen Presse - eine diskursanalytische Betrachtung*. Von https://www.researchgate.net/publication/285334103_Susses_Leben_mit_bitteren_Noten_Unternehmerinnen_und_Grunderinnen_in_der_deutschen_Presse_-_eine_diskursanalytische_Betrachtung abgerufen
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D., Barboasa, S., & Griffiths, M. D. (2009). An Analysis of the role of gender and self-efficacy in developing female entrepreneurial interest and behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14 (2), S. 105-119.
- Winiströfer, N. (2017). *Ich mache mich selbständig. Von der Geschäftsidee zur erfolgreichen Firmengründung*. Zürich: Ringier Axel Springer Schweiz AG.
- Ziegerer, M. C. (1993). *Firmengründungen durch Frauen und Männer im Zeitablauf. Unterschiede - Gleichheiten - Konsequenzen*. Bamberg: Difo-Druck GmbH.

7 Anhang

7.1 Begleitschreiben



FACHHOCHSCHULE NDRWESTSCHWEIZ
Hochschule für Wirtschaft

Daniel Merz
[Redacted]
daniel.merz@students.fhnw.ch

25. Oktober 2020

Studie "Unternehmensgründungen von Frauen im Fokus"

Liebe Gründerinnen, werdende Gründerinnen, ehemalige Gründerinnen und "beinahe Gründerinnen"

*Warum gründen in der Schweiz eigentlich deutlich weniger Frauen als Männer ein Unternehmen?
Welchen Problemen begegnen Frauen im Gründungsprozess und wie könnten sie gezielt unterstützt werden, damit in Zukunft mehr Frauen den Schritt in die Selbständigkeit wagen?*

Im Rahmen meiner Master Thesis, welche ich an der FHNW bei Prof. Dr. Rolf Meyer verfassen werde, beschäftige ich mich genau mit diesen Fragestellungen. Dazu möchte ich gerne den Gründungsprozess aus weiblicher Perspektive genauer unter die Lupe nehmen und aufzeigen, mit welchen Hemmnissen und Hindernissen Frauen im Gründungsprozess konfrontiert werden.

Damit ich die erwähnte Studie erfolgreich durchführen kann, bin ich auf Deine wertvolle Unterstützung angewiesen. Im Rahmen der qualitativen Forschungsmethode möchte ich gerne empirische Daten über den weiblichen Gründungsprozess mit Hilfe von Interviews erheben, auswerten und interpretieren. Die Durchführung der Interviews erfolgt online und wird rund 30-60 Minuten in Anspruch nehmen. Selbstverständlich werden für die Arbeit alle Daten anonym und vertraulich behandelt. Die vorliegende Anfrage richtet sich an Frauen, welche aktuell oder in der Vergangenheit eine konkrete Gründungsabsicht hatten. Neben Unternehmerinnen, welche Ihr Gründungsvorhaben bereits in die Tat umgesetzt haben, wären auch diejenigen Frauen, welche sich aktuell im Gründungsprozess befinden oder Frauen, welche Ihre Gründungsabsicht nicht verwirklichen konnten für die Beantwortung meiner Forschungsfrage von besonders grossem Interesse.

Falls Du mir bei Klärung meiner Forschungsfrage behilflich sein möchtest, bitte ich Dich, mir Deinen Namen und Deine Telefonnummer an daniel.merz@students.fhnw.ch zu senden. Für die Terminvereinbarung sowie eine kurze Vorabklärung werde ich mich anschliessend telefonisch bei Dir melden.

Ich bedanke mich bereits im Voraus für Deine Mithilfe und freue mich auf interessante Gespräche.

Freundliche Grüsse

Daniel Merz

FHNW
Hochschule für Wirtschaft

Prof. Dr. Rolf Meyer
rolf.meyer@fhnw.ch

daniel.merz@students.fhnw.ch
www.fhnw.ch

7.2 Kurzfragebogen Vorgespräch

Kurzfragebogen Vorgespräch

Name		
Vorname		
Alter, Geburtsdatum		
Telefon		
E-Mail		
Beziehungsstatus	<input type="checkbox"/> verheiratet	<input type="checkbox"/> in einer Partnerschaft
	<input type="checkbox"/> Single	
Kinder	<input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> Ja, Anzahl
Höchster Ausbildungsstand	<input type="checkbox"/> obligatorische Schule	<input type="checkbox"/> Berufsschule, KV
	<input type="checkbox"/> Matura	<input type="checkbox"/> Eidg. Fachprüfung
	<input type="checkbox"/> höhere Fachschule	<input type="checkbox"/> Universität/ Fachhochschule/ ETH
	<input type="checkbox"/>	
Ich habe...	<input type="checkbox"/> bereits ein Unternehmen gegründet	<input type="checkbox"/> schon mehrere Unternehmen gegründet
	<input type="checkbox"/> eine konkrete Gründungsabsicht und möchte in absehbarer Zeit gründen	<input type="checkbox"/> Eine konkrete Gründungsabsicht gehabt, habe aber nicht gegründet
	<input type="checkbox"/> schon gegründet, bin aber mittlerweile nicht mehr selbständig	<input type="checkbox"/>
Brache / Wirtschaftszweig	<input type="checkbox"/> Landwirtschaft	<input type="checkbox"/> Industrie
	<input type="checkbox"/> Baugewerbe	<input type="checkbox"/> Gastgewerbe
	<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> Fahrzeuggewerbe
	<input type="checkbox"/> Handel	<input type="checkbox"/> EDV, Informatik
	<input type="checkbox"/> Bildung	<input type="checkbox"/> Gesundheits-/ Sozialwesen
	<input type="checkbox"/> Architektur/ Bauingenieurwesen	<input type="checkbox"/> Verwaltung
	<input type="checkbox"/> Beratung	<input type="checkbox"/> Dienstleistungen
	<input type="checkbox"/>	
Kurze Beschreibung des Unternehmens / der Gründungsidee		
Termin Interview		

7.3 Interviewleitfaden

7.3.1 Beispiel Gründerin

Einstieg	<ul style="list-style-type: none"> • Erzähl mir bitte kurz von deinem Unternehmen. In welcher Branche bist du tätig? Wann hast du gegründet? Hast du alleine gegründet etc.?
Gründungsneigung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kam es zu deinem Wunsch, dich selbständig zu machen? Wolltest du schon immer selbständig sein? Oder wurde der Wunsch durch ein spezielles Ereignis oder eine Geschäftsidee ausgelöst? • Warum wolltest du dich selbständig machen? Worin lagen für dich die Vorteile gegenüber einer Anstellung? Wo die Nachteile? (Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit, Anerkennung, Flexibilität, Einkommen etc.) • Bitte beschreibe deine damalige Arbeitssituation. Was hast du gemacht? Was war deine Funktion? Warst du zufrieden? • Kennst du selbständige Personen in deinem Umfeld, die dich im Wunsch bestärkt haben? Hattest Du Vorbilder? Was hast du an Ihnen bewundert? • Was bedeutet unternehmerischer Erfolg für dich? Wie sieht eine erfolgreiche Selbständigkeit für dich aus?
Gründungs- idee	<ul style="list-style-type: none"> • Wie ist aus deinem Gründungswunsch eine konkrete Gründungsidee entstanden? Wie hast du die unternehmerische Gelegenheit identifiziert? Wo hast du gesucht? (Oder wurde der Wunsch nach Selbständigkeit durch die Idee ausgelöst?) • Hast du dich bei der Entwicklung der Geschäftsidee eher an deinen Fähigkeiten oder am Marktpotenzialen resp. Marktbedürfnissen orientiert? • Wie ist der Frauenanteil in der Branche? Gibt es verhältnismässig viele Selbständige? Hast du dies als Vor- oder Nachteil empfunden? Warum? • Wie hast du die Branchenattraktivität resp. die Marktsituation eingeschätzt? (Konkurrenzkampf, unbefriedigtes Bedürfnis, Marktpotenzial, Eintrittsbarrieren, Investitionen, Preisdruck, Kunden- Lieferantenmacht)
Gründungs- fähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Die Selbständigkeit bietet viele Herausforderungen und erfordert viele verschiedene Fähigkeiten und Kompetenzen. Welche schätzt du als besonders wichtig ein? Wo siehst du deine Stärken und Schwächen? • Hast du manchmal an deinen Fähigkeiten gezweifelt? In welchen Situationen? • Inwiefern hat dich deine vorherige berufliche Tätigkeit oder deine Ausbildung deine Gründungsfähigkeit beeinflusst? Welche Fähigkeiten/ Erfahrungen konntest du nutzen, was hat gefehlt? (Führungserfahrung, Managementenerfahrung, Projektleitungserfahrung, ökonomische Ausbildung, HR, Finanzen) • Wen hast du kontaktiert, wenn du Schwierigkeiten oder Zweifel hattest? (privates oder berufliches Netzwerk?) Warum? Wie setzt sich dein Netzwerk zusammen?

	<ul style="list-style-type: none"> • Denkst du, dass du deine Fähigkeiten objektiv einschätzt? Bist du eher selbstkritisch oder selbstbewusst? Warum? Wie gehst du damit um?
Gründungsengagement	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kam es von der gedanklichen Gründungsabsicht zur Gründung? Welche konkreten Handlungen hast du vor der Gründung vorgenommen? Beschreibe deine Vorgehensweise und deine Handlungen. Was hast du investiert? (Zeit, Geld, Kurse, Marktanalyse, Kundenkontakte, Businessplan, Literatur, Geschäftsmodell, Finanzierung etc.) • Gab es Voraussetzungen, die erfüllt sein mussten, damit du bereit warst, dich vertieft mit der Selbständigkeit auseinanderzusetzen und die beschriebenen Handlungen und Investitionen vorzunehmen? (Marktpotenzial, Gewinnchance, Selbstvertrauen, Glauben Erfolg zu haben) • Wie sah deine berufliche Situation in dieser Phase aus? Warst du angestellt? Falls nein: Finanzierung? Falls ja: Zeitmanagement? Wie verlief der Übergang? • Wer unterstützte dich in dieser Phase? Wie? • Wie sah deine familiäre Situation damals aus? Falls Kinder: Wie konntest Du die Gründungsvorbereitung mit der Familie vereinbaren? Wie sah die Arbeitsteilung aus? Falls keine Kinder: Hast du Dir damals schon Gedanken gemacht, wie sich die Selbständigkeit mit einer Familie vereinbaren liesse? Beide: siehst du Selbständigkeit eher als Vor- oder Nachteil im Zusammenhang mit Familie? • Hat dich vertiefte Auseinandersetzung mit deiner Gründungsabsicht in deinem Vorhaben bestärkt oder auch verunsichert? Welche Zweifel kamen in dieser Phase?
Gründung	<ul style="list-style-type: none"> • Wann warst du dir sicher, dass du gründen wirst? Gab es einen Schlüsselmoment? Welche Voraussetzungen mussten für dich für eine Gründung erfüllt sein? Wo hast du die grössten Risiken gesehen? • Wie hast du dein Unternehmen finanziert? Musstest du grosse Investitionen tätigen? Welche Rechtsform hast du gewählt, warum? Was waren die grössten Risiken? Wann traten diese auf? (Gebühren, Mindestkapital, Job kündigen, Investitionen, Wareneinkauf, Produktionsfaktoren). • Was waren vor der formellen Gründung die grössten Zweifel? War die Gründung selbst nochmals eine Hemmschwelle? Wo lag für dich der "Point of no Return" im Vorgründungsprozess? • Wie konntest du diese überwinden? Warum hast du trotzdem gegründet? • Hast du deine Selbständigkeit vor der Gründung gründlich durchgeplant oder gab es zum Zeitpunkt der Gründung noch Ungewissheiten?
Rückblick	<ul style="list-style-type: none"> • Wo lagen in gesamten Gründungsprozess die grössten Schwierigkeiten, Hemmnisse, Zweifel etc.? Wann gab es für das Gründungsvorhaben kritischste Situationen? • Wie gelang es diese zu überwinden? • Was würdest du rückblickend anders machen?

	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Unterstützung wäre für dich hilfreich gewesen? Was hast du vermisst? • Wie bewertest du die Selbständigkeit aus der heutigen Perspektive? Wo liegen die Vor- und Nachteile? Würdest du dich wieder selbständig machen? Was würdest du anders machen? • Was sagst du Kolleginnen, die sich Selbständig machen wollen?
Geschlechter- unterschied	<ul style="list-style-type: none"> • Was sind deiner Meinung nach die Hauptgründe für den Geschlechterunterschied? Wie könnte man dem entgegenwirken?
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> • Habe ich etwas Wichtiges vergessen, was du noch erzählen möchtest?

7.3.2 Beispiel werdende Gründerin

Einstiegsfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Erzähl mir bitte kurz von deiner Gründungsabsicht. Was ist deine Geschäftsidee? Wo stehst du im Gründungsprozess und wann möchtest du dich ungefähr selbständig machen?
Gründungsneigung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kam es zu deinem Wunsch, dich selbständig zu machen? Wolltest du schon immer selbständig sein oder wurde der Wunsch durch ein spezielles Ereignis oder eine Geschäftsidee ausgelöst? • Warum wolltest du dich selbständig machen? Worin lagen für dich die Vorteile gegenüber einer Anstellung? Wo die Nachteile? (Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit, Anerkennung, Flexibilität, Einkommen etc.) • Bitte beschreibe deine heutige/frühere Arbeitssituation. Was machst du? Was ist deine Funktion? Bist/warst du grundsätzlich zufrieden? • Kennst du selbständige Personen in deinem Umfeld, die dich im Wunsch bestärkt haben? Hastest Du Vorbilder? Was hast du an Ihnen bewundert? • Was bedeutet unternehmerischer Erfolg für dich? Wie sieht eine erfolgreiche Selbständigkeit für dich aus?
Gründungs-idee	<ul style="list-style-type: none"> • Wie ist aus deinem Gründungswunsch eine konkrete Gründungsidee entstanden? Wie hast du die unternehmerische Gelegenheit identifiziert? Wo hast du gesucht? (Oder wurde der Wunsch nach Selbständigkeit durch die Idee ausgelöst?) • Hast du dich bei der Entwicklung der Geschäftsidee eher an deinen Fähigkeiten oder am Marktpotenzialen resp. Marktbedürfnissen orientiert? • Wie ist der Frauenanteil in der Branche? Gibt es verhältnismässig viele Selbständige? Hast du dies als Vor- oder Nachteil empfunden? Warum? • Wie schätzt du die Branchenattraktivität resp. die Marktsituation ein? (Konkurrenzkampf, unbefriedigtes Bedürfnis, Marktpotenzial, Eintrittsbarrieren, Investitionen, Preisdruck, Kunden- Lieferantenmacht)
Gründungs-fähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Die Selbständigkeit bietet viele Herausforderungen und erfordert viele verschiedene Fähigkeiten und Kompetenzen. Welche schätzt du als besonders wichtig ein? Wo siehst du deine Stärken und Schwächen? • Hast du manchmal an deinen Fähigkeiten gezweifelt? In welchen Situationen? Wäre dies ein Grund für einen Abbruch des Gründungsvorhabens gewesen? • Inwiefern hat dich deine vorherige berufliche Tätigkeit oder deine Ausbildung deine Gründungsfähigkeit beeinflusst? Welche Fähigkeiten/ Erfahrungen konntest du nutzen, was hat gefehlt? (Führungserfahrung, Managementenerfahrung, Projektleitungserfahrung, ökonomische Ausbildung, HR, Finanzen) • Wen hast du kontaktiert, wenn du Schwierigkeiten oder Zweifel hattest? (privates oder berufliches Netzwerk?) Warum? Wie setzt sich dein Netzwerk zusammen? • Denkst du, dass du deine Fähigkeiten objektiv einschätzt? Bist du eher selbstkritisch oder selbstbewusst? Warum? Wie gehst du damit um?

Gründungs- engagement	<ul style="list-style-type: none"> • Welche konkreten Handlungen hast du bis zum Abbruch des Gründungsvorhabens unternommen? Beschreibe deine Vorgehensweise und deine Handlungen. Was hast du investiert? (Zeit, Geld, Kurse, Marktanalyse, Kundenkontakte, Businessplan, Literatur, Geschäftsmodell, Finanzierung etc.) • Gab es Voraussetzungen die erfüllt sein mussten, damit du bereit warst, dich vertieft mit der Selbständigkeit auseinanderzusetzen und die beschriebenen Handlungen und Investitionen vorzunehmen? (Marktpotenzial, Gewinnchance, Selbstvertrauen, Glauben Erfolg zu haben) • Wie sah / sieht deine berufliche Situation in dieser Phase aus? Warst du angestellt? Falls nein: Finanzierung? Falls ja, Zeitmanagement? Wie verlief der Übergang? Wer unterstützt dich? Wie? • Wie sah deine familiäre Situation aus? Falls Kinder: Wie kannst Selbständigkeit und Familie vereinbaren? Wie sieht die Arbeitsteilung aus? Falls keine Kinder: Hast du dir im Hinblick auf eine mögliche Familienplanung schon Gedanken gemacht, wie du Selbständigkeit und Familie vereinbaren kannst? Beide: Siehst du Selbständigkeit eher als Vor- oder Nachteil im Zusammenhang mit Familie?
Gründung	<ul style="list-style-type: none"> • Warum und wann hast du dein Gründungsvorhaben abgebrochen? Gab es einen Schlüsselmoment? • Was hat für dich gefehlt, um dein Gründungsvorhaben zu verwirklichen? Was hättest du dagegen tun können? • Wie gründlich hast du deine Selbständigkeit vor der Gründung durchgeplant? Gab es noch viele Unbekanntheiten? • Hattest du dir schon Gedanken über die Finanzierung gemacht? Hättest du viel Kapital benötigt? Wie hättest du dein Unternehmen finanziert? Wie hast du das finanzielle Risiko eingeschätzt? • Hattest du das Gefühl, der Abbruch lag mehr in deiner Person (Zweifel etc.) oder waren äussere Einflussfaktoren dafür verantwortlich?
Rückblick	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Unterstützung wäre für dich hilfreich gewesen? Was hast du vermisst? • Ist das Thema Selbständigkeit für dich abgeschlossen oder gibt es Voraussetzungen, unter welchen du eine Selbständigkeit in Betracht ziehen würdest? Wie bewertest du die Selbständigkeit heute? • Was sagst bzw. rätst du Kolleginnen, die sich Selbständig machen wollen?
Geschlechter- unterschied	<ul style="list-style-type: none"> • Was sind deiner Meinung nach die Hauptgründe für den Geschlechterunterschied bei den Gründungen? Wie könnte man dem entgegenwirken?
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> • Habe ich etwas Wichtiges vergessen, was du noch erzählen möchtest?

7.3.3 Beispiel abgebrochene Gründungsvorhaben

Einstiegsfrage	<ul style="list-style-type: none"> • Erzähl mir bitte kurz von deiner damaligen Gründungsabsicht. Was für eine Geschäftsidee hattest du? Wann und warum hast du abgebrochen?
Gründungsneigung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kam es zu deinem Wunsch, dich selbständig zu machen? Wolltest du schon immer selbständig sein oder wurde der Wunsch durch ein spezielles Ereignis oder eine Geschäftsidee ausgelöst? • Warum wolltest du dich selbständig machen? Worin lagen für dich die Vorteile gegenüber einer Anstellung? Wo die Nachteile? (Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit, Anerkennung, Flexibilität, Einkommen etc.) • Bitte beschreibe deine damalige Arbeitssituation. Was hast du gemacht? Was war deine Funktion? Warst du zufrieden? • Kennst du selbständige Personen in deinem Umfeld, die dich im Wunsch bestärkt haben? Hattest Du Vorbilder? Was hast du an Ihnen bewundert? • Was bedeutet unternehmerischer Erfolg für dich? Wie sieht eine erfolgreiche Selbständigkeit für dich aus?
Gründungs-idee	<ul style="list-style-type: none"> • Wie ist aus deinem Gründungswunsch eine konkrete Gründungsidee entstanden? Wie hast du die unternehmerische Gelegenheit identifiziert? Wo hast du gesucht? (Oder wurde der Wunsch nach Selbständigkeit durch die Idee ausgelöst?) • Hast du dich bei der Entwicklung der Geschäftsidee eher an deinen Fähigkeiten oder am Marktpotenzialen resp. Marktbedürfnissen orientiert? • Wie ist der Frauenanteil in der Branche? Gibt es verhältnismässig viele Selbständige? Hast du dies als Vor- oder Nachteil empfunden? Warum? • Wie hast du die Branchenattraktivität resp. die Marktsituation eingeschätzt? (Konkurrenzkampf, unbefriedigtes Bedürfnis, Marktpotenzial, Eintrittsbarrieren, Investitionen, Preisdruck, Kunden- Lieferantenmacht)
Gründungs-fähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Die Selbständigkeit bietet viele Herausforderungen und erfordert viele verschiedene Fähigkeiten und Kompetenzen. Welche schätzt du als besonders wichtig ein? Wo siehst du deine Stärken und Schwächen? • Hast du manchmal an deinen Fähigkeiten gezweifelt? In welchen Situationen? Wäre dies ein Grund für einen Abbruch des Gründungsvorhabens gewesen? • Inwiefern hat dich deine vorherige berufliche Tätigkeit oder deine Ausbildung deine Gründungsfähigkeit beeinflusst? Welche Fähigkeiten/ Erfahrungen konntest du nutzen, was hat gefehlt? (Führungserfahrung, Managementenerfahrung, Projektleitungserfahrung, ökonomische Ausbildung, HR, Finanzen) • Wen hast du kontaktiert, wenn du Schwierigkeiten oder Zweifel hattest? (privates oder berufliches Netzwerk?) Warum? Wie setzt sich dein Netzwerk zusammen? • Denkst du, dass du deine Fähigkeiten objektiv einschätzt? Bist du eher selbstkritisch oder selbstbewusst? Warum? Wie gehst du damit um?

Gründungs- engagement	<ul style="list-style-type: none"> • Welche konkreten Handlungen im Hinblick auf die Gründung hast du bereits vorgenommen und welche wirst du noch vornehmen? Beschreibe deine Vorgehensweise und deine Handlungen. (Zeit, Geld, Kurse, Marktanalyse, Kundenkontakte, Businessplan, Literatur, Geschäftsmodell, Finanzierung etc.) • Gab es Voraussetzungen die erfüllt sein mussten, dass du bereit warst, dich vertieft mit der Selbständigkeit auseinanderzusetzen und die beschriebenen Handlungen und Investitionen vorzunehmen? (Marktpotenzial, Gewinnchance, Selbstvertrauen, Glauben Erfolg zu haben) • Wie sah / sieht deine berufliche Situation aus? Bist du angestellt? Falls nein: Finanzierung? Falls ja, Zeitmanagement? Wie verlief der Übergang? Wer unterstützt dich? Wie? • Wie sieht deine familiäre Situation aus? Falls Kinder: Wie kannst du Selbständigkeit und Familie vereinbaren? Wie sieht die Arbeitsteilung aus? Falls keine Kinder: Hast du dir im Hinblick auf eine mögliche Familienplanung schon Gedanken gemacht, wie du Selbständigkeit und Familie vereinbaren kannst? Beide: siehst du Selbständigkeit eher als Vor- oder Nachteil im Zusammenhang mit Familie? • Bestärkt dich die konkrete Auseinandersetzung mit der Selbständigkeit in deinem Vorhaben oder wirst du dadurch teilweise auch verunsichert?
Gründung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie schätzt du heute die Wahrscheinlichkeit ein, dass du gründen wirst? Von welchen Faktoren hängt der Entscheid noch ab, resp. was braucht es noch, damit du dir sicher bist? • Was sind momentan deine grössten Zweifel? Was machst du dagegen? • Welche Handlungen und Abklärungen möchtest du bis zur Gründung noch vornehmen? Welche werden bis zur Gründung ungewiss bleiben? Wie gehst du damit um? • Wie wirst du das Unternehmen finanzieren? Musst du grosse Investitionen tätigen? Welche Rechtsform ziehst du in Betracht? Warum, wo siehst du die grössten Risiken? (Gründungsgebühren, Mindestkapital, Job kündigen, Geld für Maschinen, Produktionsfaktoren). • Siehst du die formelle Gründung als zusätzliche Hemmschwelle? Wo liegt "The Point of no Return" in deinem Vorgründungsprozess?
Rückblick	<ul style="list-style-type: none"> • Wo lagen im gesamten Gründungsprozess bis jetzt die grössten Schwierigkeiten, Hemmnisse, Zweifel etc? Wann gab es für das Gründungsvorhaben kritischste Situationen? • Wie gelang es diese zu überwinden? • Welche Schwierigkeiten liegen noch vor dir? • Welche Unterstützung wäre für dich hilfreich gewesen? Was vermisst du? • Was würdest du anders machen?
Geschlechter- unterschied	<ul style="list-style-type: none"> • Was sind deiner Meinung nach die Hauptgründe für den Geschlechterunterschied bei den Gründungen? Wie könnte man dem entgegenwirken?
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> • Habe ich etwas Wichtiges vergessen, was du noch erzählen möchtest?

7.4 Kategorien-Leitfaden

Themenspezifische Kategorienbildung:

Nr.	Hauptkategorie	Subkategorie	Definition
0100	Gründungsneigung		Äusserungen zur Phase Gründungsneigung
0111		Neigung Auslöser	Äusserungen wie oder wann die Gründungsneigung ausgelöst wurde
0121		Neigung Motiv Pushfaktor	Pushfaktoren und Motive im Zusammenhang mit der Gründungsneigung
0122		Neigung Motiv Selbstverwirklichung	Motive Überbegriff Selbstverwirklichung
0123		Neigung Motiv Veränderung	Motive im Zusammenhang mit Veränderungswünschen
0124		Neigung Motiv sozial	Motive mit einem sozialen Hintergrund
0125		Neigung Motiv div	Diverse Motive
0127		Neigung Motiv Idee	Neigung welche durch Gründungsidee ausgelöst wurde
0128		Neigung Motiv Flexibilität	Motiv mehr berufliche Flexibilität
0131		Neigung Vorbilder	Äusserungen zu beruflichen Vorbildern
0141		Neigung Beurteilung Selbständigkeit positiv	Vorteile Selbständigkeit gegenüber Anstellung
0142		Neigung Beurteilung Selbständigkeit negativ	Nachteile Selbständigkeit gegenüber Anstellung
0143		Neigung Beurteilung Erfolg	Beurteilung der Erfolgsfaktoren
0200	Gründungsidee		Äusserungen zur Phase Gründungsidee
0211		Idee Entstehung	Äusserungen wie die Geschäftsidee entstanden ist
0221		Idee Fähig vs Markt	Orientierung Gründungsidee an eigenen Fähigkeiten oder am Markt
0231		Idee Gründungsintensität Geschlechterverhältnis	Intensität / Geschlechterverhältnis in der Branche
0241		Idee Marktanalyse	Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Markt
0300	Gründungsfähigkeit		Äusserungen zur Phase Gründungsfähigkeit
0311		Fähig Beurteilung Selbsteinschätzung	Selbsteinschätzung Selbstbewusstsein
0321		Fähig Netzwerk	Äusserungen Zusammenstellung der Netzwerke, Herausforderungen Netzwerke
0331		Fähig Schwäche Marketing Aquse	Herausforderungen im Zusammenhang mit Verkauf & Kundenaquse
0332		Fähig Schwäche Disziplin	Herausforderungen im Zusammenhang mit Selbstdisziplin
0333		Fähig Schwäche BWL	Herausforderungen im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Themen
0334		Fähig Schwäche Persönlichkeit	Herausforderungen mit Persönlichkeitseigenschaften
0335		Fähigkeit Schwäche Buchhaltung	Herausforderungen im Zusammenhang mit Buchhaltung
0341		Fähig Stärke	Äusserungen zu persönlichen Stärken im Zusammenhang mit Gründungsfähigkeit
0351		Fähig div	Verschiedene Äusserungen zum Thema Gründungsfähigkeit
0400	Gründungsengagement		Äusserungen zur Phase Gründungsengagement
0401		Eng Handlung Div	Handlungen die vollzogen wurden
0431		Eng Übergangszeit Herausf	Herausforderungen in der Übergangszeit Anstellung zur Selbständigkeit
0432		Eng Übergangszeit Herausf Fam	Herausforderungen Übergangszeit im Zusammenhang mit Familie

0441		Eng_Bestärkung_Verunsicherung	Bestärkung oder Verunsicherungen durch thematische Auseinandersetzung oder konkrete Handlungen
0500	Gründung		Äusserungen zur Phase Gründung
0521		Grün_Finanzierung	Herausforderungen im Zusammenhang mit Finanzierungsbedarf
0531		Grün_Formell	Herausforderungen im Zusammenhang mit der formellen Gründung
0541		Grün_Ungewissheiten	Ungewissheiten zum Zeitpunkt der Gründung
0551		Grün_Rechtsform	Äusserungen zur Wahl der Rechtsform und zusammenhängenden Herausforderungen
0561		Grün_Wahrscheinlichkeit	Einschätzung der werdenden Gründerinnen über Gründungswahrscheinlichkeit
0600	Hemmnisse		Hemmnisse im Vorgründungsprozess
0603		Hem_Finanziell	Hemmnisse im Zusammenhang mit finanzieller Unsicherheiten
0604		Hem_Admin	Hemmnisse im Zusammenhang mit administrativen oder juristischen Aufgaben
0605		Hem_Angst_Scheitern	Hemmnisse Angst vor dem Scheitern
0606		Hem_Diskriminierung	Hemmnisse im Zusammenhang mit geschlechterspezifischer Diskriminierung
0607		Hem_Familie	Hemmnisse im Zusammenhang mit Familienarbeit
0609		Hem_Überzeugung	Hemmnisse im Zusammenhang mit mangelnder Überzeugung
0610		Hem_Opportunitäten	Hemmnisse im Zusammenhang mit Alternativen
0611		Hem_Arbeitsvolumen	Hemmnisse im Zusammenhang mit erwarteten Arbeitsvolumen
0612		Hem_div	Diverse Hemmnisse im Vorgründungsprozess
0613		Hem_Zeitfaktor	Hemmnisse im Zusammenhang mit zu wenig Zeit im Vorgründungsprozess
0614		Hem_Alleingründung	Hemmnisse im Zusammenhang mit der Gründung alleine
0615		Hem_Selbstbewusstsein	Hemmnisse im Zusammenhang mit geringem Selbstbewusstsein
0616		Hem_Sprache	Hemmnisse im Zusammenhang mit der Sprache
0617		Hem_Verkauf	Hemmnisse im Zusammenhang mit dem Verkauf
0700	Fördernisse		Fördernisse im Vorgründungsprozess
0701		Förd_Team	Fördernisse im Zusammenhang mit Teamgründungen
0702		Förd_Umfeld	Fördernisse im Zusammenhang mit dem Umfeld
0703		Förd_Ausbildung	Fördernisse im Zusammenhang mit der Ausbildung
0704		Förd_Plan_B	Fördernisse für mehr Risikobereitschaft im Zusammenhang mit beruflichen Alternativen
0705		Förd_Div	Diverse fördernde Faktoren im Vorgründungsprozess
0706		Förd_Netzwerk	Fördernisse im Zusammenhang mit dem Netzwerk
0706		Förd_Outsource	Fördernisse im Zusammenhang mit dem Auslagern resp. dem Einkauf von Arbeiten
0707		Förd_Erfahrung	Fördernisse im Zusammenhang mit Berufs- oder Lebenserfahrung
0708		Förd_Familie	Fördernisse im Zusammenhang mit der Familie
0800	Potenzial		Unterstützungspotenziale im Vorgründungsprozess
0801		Pot_Beratungsstelle	Potenzial unabhängige Beratungsstelle
0802		Pot_Mentor	Potenzial Unterstützung Mentor
0803		Pot_Programm_Praxis	Potenzial mit praxisnahen Programmen
0804		Pot_div	Diverse Potenziale im Vorgründungsprozess

0900	Geschlechterunterschied		Äusserungen zu den Gründen für den Geschlechterunterschied bei den Gründungspersonen
0901		Gründe_GGap_Familie	Gründe im Zusammenhang mit der Familie
0902		Gründe_GGap_Selbstbewusst	Gründe im Zusammenhang mit dem Selbstbewusstsein
0903		Gründe_GGap_Verkauf	Gründe im Zusammenhang mit dem Verkauf
0904		Gründe_GGap_Rollenbilder	Gründe im Zusammenhang mit traditionellen Rollenbilder
0905		Gründe_GGap_Finanzierung	Gründe im Zusammenhang mit der Finanzierung
0906		Gründe_GGap_Branche	Gründe im Zusammenhang mit der ungleichen Geschlechterverteilung in den Berufsbranchen
0911		Gründe_GGap_div	Diverse Gründe im Zusammenhang mit dem Geschlechterunterschied
1000	Vorgründungsprozess		Äusserungen zum theoretischen Modell
1001		Prozess_div	Diverse Äusserungen zum Vorgründungsprozess
1002		Prozess_Vorrauss_Eng	Voraussetzungen die erfüllt sein müssen, um konkrete Abklärungen und Handlungen zu tätigen
1003		Prozess_Vorrauss_Grün	Voraussetzungen die erfüllt sein müssen, um die formelle Gründung zu vollziehen
1004		Prozess Point no Return	Äusserungen zu Entscheidungspunkten im Vorgründungsprozess
1100	Gründungsabbruch		Äusserungen zum Abbruch des Vorhabens
1101		Abb Gründe div	Diverse Gründe für den Gründungsabbruch
1102		Abb Voraussetzung Gründung	Voraussetzung dass Abbrecherinnen trotzdem noch Gründen würden
1200	Rückblick		
1201		Rückblick Beurte Selbständigkeit	rückblickende Beurteilung der Selbständigkeit

Fallspezifische Kategorienbildung:

Hauptkategorie	Subkategorie	Definition
Alter	# Alter 20 30	Alter der Gründerin zum Zeitpunkt des Interviews zwischen 20-30 Jahre
	# Alter 30 40	Alter der Gründerin zum Zeitpunkt des Interviews zwischen 30-40 Jahre
	# Alter 40 50	Alter der Gründerin zum Zeitpunkt des Interviews zwischen 40-50 Jahre
	# Alter 50 60	Alter der Gründerin zum Zeitpunkt des Interviews zwischen 50-60 Jahre
Ausbildung	# Ausbildung Wirtschaft Y	Hat eine wirtschaftliche Ausbildung
	# Ausbildung Wirtschaft N	Hat keine wirtschaftliche Ausbildung
Familie	# Beziehungsstatus Kinder	Hat Kinder
	# Beziehungsstatus Partnerschaft	Ist in einer Partnerschaft
	# Beziehungsstatus verheiratet	Ist verheiratet
	# Beziehungsstatus singel	Ist alleinstehend
Marktleistung	# Geschäft Dienstleistung	Marktleistung ist eine immaterielle Dienstleistung
	# Geschäft Produkt	Marktleistung ist ein materielles Produkt Dienstleistung
Fortschritt Gründungsprozess	# Gründerin	Hat bereits mindestens ein Unternehmen gegründet
	# werdende Gründerin	Befindet sich zum Zeitpunkt des Interviews im Vorgründungsprozess
	# Abbrecherin	Hat ihr Gründungsvorhaben abgebrochen
Teamgründung	# Gründung Alleine	Hat alleine gegründet resp. hat die Absicht alleine zu gründen
	# Gründung Team	Hat im Team gegründet resp. hat die Absicht im Team zu gründen
Investition	# Investition hoch	Gründungsvorhaben erfordert grosse Investitionen
	# Investition tief	Gründungsvorhaben erfordert geringe Investitionen
Gründungsneigung	# Neigung vorhanden N	Gründungsneigung war nicht immer vorhanden
	# Neigung vorhanden Y	Gründungsneigung war schon lange vor Gründungsvorhaben vorhanden
Rechtsform	# Rechtsform AG	Unternehmen ist eine AG oder soll eine AG werden
	# Rechtsform EF	Unternehmen ist eine EF oder soll eine EF werden
	# Rechtsform GmbH	Unternehmen ist eine GmbH oder soll eine GmbH werden
Vorbilder	# Unternehmer Umfeld N	Hat keine Unternehmer/in im Umfeld
	# Unternehmer Umfeld Y	Hat einen Unternehmer/in im Umfeld

7.5 Transkripte

Die Transkripte der Interviews mit den Gründerinnen wurden aus Gründen der Anonymität für die Veröffentlichung entfernt. Bei Interesse für Forschungszwecke können diese bei den Autoren bezogen werden.

7.6 Fragebogen «neue Selbständige»

+

+

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Sprache:
S'il vous plaît veuillez choisir votre langue préférée:
Per favore scegli la sua lingua preferita:

- Deutsch
- Français
- Italiano

Die neuen Selbständigen 2020

Wer sind sie? Wie schaffen sie es, ein Wirtschaftsfaktor zu werden?

Willkommen zur Umfrage zu den neuen Selbständigen 2020. Wir von der FHNW beschäftigen uns seit über 20 Jahren intensiv mit dem Thema Selbständigkeit und Unternehmertum. Damit wir diese Studie erfolgreich durchführen können, sind wir auf Ihre wertvolle Mithilfe angewiesen.

Das Ziel ist es, den neuen Selbständigen und denen, die es beabsichtigen zu werden, Entscheidungsgrundlagen für das erfolgreiche Führen ihrer Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Politikerinnen und Politikern, Kompetenzzentren für Fragen der Wirtschaftspolitik und Berufs- und Branchenverbänden werden ebenfalls Empfehlungen und Entscheidungshilfen geboten.

Inhalt des Fragebogens:

1. Sie als Gründungsperson
2. Ihr neues Unternehmen
3. Der Erfolg Ihrer unternehmerischen Selbständigkeit
4. Entwicklungsperspektiven Ihres Unternehmens
5. Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung
6. Statistische Angaben

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Die Umfrage wird vom Institut für Unternehmensführung der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) durchgeführt.

Zur Beantwortung der Umfrage benötigen Sie etwa 15 Minuten. Die Umfrage ist anonym und es sind keine Rückschlüsse auf die Teilnehmer möglich.

Diese Befragung richtet sich an Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich in den Jahren 2014 — 2019 selbständig gemacht haben. Bitte kreuzen Sie die für Sie zutreffende Aussage an.

- Ja, ich habe dieses Unternehmen in den Jahren 2014-2019 gegründet. Gerne nehme ich an der Befragung teil.
- Dieses Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft/Zweigstelle einer bestehenden Unternehmung.
Dieses Unternehmen wurde bereits früher gegründet. In den Jahren 2014 — 2019 erfolgte z.B. ein Namenswechsel oder die Rechtsform wurde geändert, was in der Statistik des Handelsregisters zu einem Neueintrag führt.
- Dieses Unternehmen ist nicht aktiv.

+

1

+

+

+

Ich bin an den Resultaten dieser Studie interessiert. Bitte informieren Sie mich laufend über die Ergebnisse.

|

Teil 1: Sie als Gründungsperson

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit Ihren Erfahrungen und Motiven, sich selbständig zu machen.

Was ist Ihr Geschlecht?

- Mann
- Frau
- Andere

Ich bin...

- Alleinstehend
- Lebe in fester Partnerschaft

Was ist Ihr Alter?

|

Wie viele Kinder unter 18 Jahren leben in Ihrem Haushalt?

|

Welches ist Ihre höchste Ausbildung/Ihr höchster Abschluss?

- Primarschule/Realschule/ Sekundarschule
- Berufsschule, KV
- Verkehrsschule, Handelsschule
- Matura / Berufsmatura
- Eidgenössische Berufsprüfung, Meisterprüfung
- Höhere Fachschule, HFP
- Bachelor / Master (Universität / Fachhochschule)
- PhD
- Andere

+

2

+

+

+

Verfügen Sie über eine Managementausbildung?

- Ja, ich habe ein abgeschlossenes MBA Studium
- Ja, ich habe ein Nachdiplomstudium mit Schwerpunkt Management absolviert
- Ja, ich habe Weiterbildungskurse zu Managementthemen besucht
- Nein, ich habe keine managementspezifischen Kurse/Weiterbildungen besucht

Haben Sie vor Ihrer Selbständigkeit Berufserfahrung gesammelt?

- Ja
- Nein

Teil 1: Sie als Gründungsperson (Fortsetzung)

Falls Sie bereits vor der Selbständigkeit berufstätig waren, in welcher Funktionsstufe waren Sie zuletzt tätig?

- Funktion ausschliesslich mit Fachverantwortung
- Unteres Kader
- Mittleres Kader
- Oberes Kader

Was war Ihre Situation im letzten Jahr vor der neuen Selbständigkeit?

- Anstellung in derselben Branche
- Anstellung in fremder Branche
- Selbständigkeit in derselben Branche
- Selbständigkeit in fremder Branche
- Haushalt/Kinder (ohne Nebenbeschäftigung)
- Haushalt/Kinder (mit Nebenbeschäftigung)
- Berufliche Aus- und Weiterbildung
- Arbeitslosigkeit
- Soziales Engagement (Pflege, Ehrenamtliche Tätigkeit...)
- Anderes

Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse, Erfahrungen und Fähigkeiten zum Zeitpunkt der Gründung bezüglich der folgenden Bereiche ein?

	Gut	Mittel	Schlecht
Organisation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Führung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitmanagement / Selbstmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

+

3

+

+

+

Mitarbeiterführung / Personalwesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buchhaltung / Rechnungswesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kapitalbeschaffung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einkauf / Beschaffung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktion / Leistungserstellung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Werbung / Marketing (inkl. aktive Suche neuer Kunden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktgestaltung und -entwicklung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kundenservice, Kundenbetreuung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computer, Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innovationsmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hatten Sie sich vor der Gründung Ihres Unternehmens bereits Wissen und Erfahrungen über Unternehmensgründungen aneignen können?

- Ja, ich war zuvor schon einmal selbständig
- Ja, durch spezielle Aus- oder Weiterbildungskurse
- Ja, durch die Selbständigkeit von Verwandten oder Bekannten
- Ja, durch berufliche Tätigkeiten (z.B. Beratung)
- Nein, zuvor hatte ich keinerlei Erfahrungen mit Unternehmensgründungen

Wie wichtig waren Ihnen folgende Gründe, sich selbständig zu machen?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Unwichtig
Durchsetzung eigener Ideen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selbstverwirklichung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unabhängigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Höheres Ansehen/Anerkennung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Familiäre Gründe (Heirat, Kinder, Scheidung, Tod, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weiterführen der Familientradition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unbefriedigende Arbeitssituation am bisherigen Job	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausweg aus drohender oder eingetretener Arbeitslosigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Besseres Einkommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schaffung des Arbeitsplatzes an geeigneter Lage (z.B. an oder in der Nähe des Wohnortes)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flexiblere Zeiteinteilung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erkennung einer Marktlücke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

+

4

+

+

+

Schaffung eines gesellschaftlichen Mehrwertes (Anstoss zum sozialen, ökologischen und gesellschaftlichen Wandel)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verfolgen einer sinnvollen Tätigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Teil 2: Ihr neues Unternehmen

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit der Gründung und Entwicklung Ihres Unternehmens.

Wie haben Sie sich selbständig gemacht?

- Unternehmen alleine neu gegründet
- Unternehmen mit anderen zusammen neu gegründet
- Bestehendes Unternehmen gekauft
- Unternehmen geerbt
- Teil eines bestehenden Unternehmens übernommen (infolge von Outsourcing)
- Unternehmen, das ich zuvor geleitet habe, erworben (Management by out)
- Franchise-Nehmer (z.B. Lizenznehmer von McDonalds, Subway, Vom Fass...)
- Als Partner oder Partnerin eingestiegen in ein bestehendes Unternehmen
- Andere |

In welchem Jahr haben Sie sich selbständig gemacht?

|

Haben die folgenden Personen bzw. Institutionen Ihren Entscheid zur Selbständigkeit unterstützt?

	Ja, finanziell	Ja, ideell, Know-how	Nein
Familie und/oder PartnerIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bekannte / Verwandte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ehemaliges Arbeitsumfeld (z.B. Arbeitskollegen, Chef, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Umfeld aus Schule oder Studium (z.B. Dozierende)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Banken / Versicherungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risikokapitalgeber (Privatinvestoren, Business Angels, Venture Capital Fonds)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Staatliche und kantonale Stellen (inkl. Wirtschaftsförderung / Standortmarketing, RAV, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gönner/ Sympathisanten (Bsp. mittels Spenden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

+

5

+

+

+

Andere (bitte nähere Angaben)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Haben Sie Angebote von einem Gründerzentrum in Anspruch genommen? (z.B. Technopark, Impact Hub...)

- Nein
- Ja, ich habe/hatte einen Arbeitsplatz in einem Gründerzentrum/Co-Working
- Ja, ich habe an Aktivitäten teilgenommen (z.B. Vorträge, Brown Bag Lunches, Hackathons)
- Ja, ich habe von Beratungs- oder ähnlichen Dienstleistungen profitiert

Im Vorfeld der Unternehmensgründung können verschiedene Vorbereitungsarbeiten geleistet werden (z.B. Business Plan). Wie intensiv haben Sie sich mit folgenden Tätigkeiten beschäftigt?

	Intensiv	Weniger intensiv	Gar nicht
Entwicklung der Geschäftsidee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entwicklung Produkt / Verfahren / Dienstleistung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kundenakquisition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analyse der Kundenbedürfnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analyse der Konkurrenz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investitionsplanung (Aufstellung der Kosten aller Anschaffungen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanz- und Liquiditätsplanung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abklärungen über die Wahl der Rechtsform	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evaluation und Beschaffung der Waren und Produktionsmittel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisation / Produktion / Vertrieb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufbau des Teams / Personalfragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

In allen Unternehmen tauchen immer wieder Schwierigkeiten auf. Falls Sie gegenwärtig in den folgenden Bereichen mit Schwierigkeiten konfrontiert sind, wie gross sind diese?

	Kleine Probleme	Mittlere Probleme	Grosse Probleme
Geschäftsidee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisation / Führung / Personalwesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buchhaltung, Rechnungswesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kapitalbeschaffung / Liquidität (z.B. Zahlungsschwierigkeiten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einkauf / Beschaffung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

+

6

+

+

+

Suche neuer Kunden / Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preisfestsetzung und Durchsetzung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kundenservice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computer / Software / Homepage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rechtliche Fragen / Steuern / Versicherung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Regulatorische bzw. behördliche Anforderungen an die erstellten Produkte / Dienstleistungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persönliche Probleme (z.B. Familie, Motivation, Doppelbelastung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie haben Sie versucht, die auftauchenden Schwierigkeiten zu lösen?

- Ich habe mich von Verwandten und Bekannten beraten lassen
- Ich habe externe Hilfe gesucht (Berater, Banken, Treuhänder, usw.)
- Ich habe mich von der Wirtschaftsförderung / Standortmarketing beraten lassen
- Ich habe mich weitergebildet
- Ich habe diese Aufgaben an meine Mitarbeitenden delegiert
- Ich habe meine Probleme durch geschäftliche Kooperationen gelöst
- Durchführung von Marktforschungsaktivitäten (intern oder extern)

In welcher Postleitzahl befindet sich Ihr Firmensitz?

|

Teil 2: Ihr neues Unternehmen (Fortsetzung)

Welches sind hauptsächlich Ihre Kunden?

- Privatpersonen
- Klein- und Mittelunternehmen (bis 250 Mitarbeiter)
- Grossunternehmen (über 250 Mitarbeiter)
- Nonprofit-Organisationen
- Gemeinden, Kantone oder Bund
- Andere

+

7

+

+

+

Woher kommen Ihre Kunden hauptsächlich?

- Anwohner
- Aus der näheren Umgebung (innerhalb Gemeinde / Stadt)
- Aus dem ganzen Kanton
- Aus mehreren Kantonen
- Aus der ganzen Schweiz
- Aus der ganzen Schweiz und dem angrenzenden Ausland
- Weltweit

Haben Sie einen Teil ihrer Wertschöpfungskette im Ausland? Falls ja, welchen?

- Nein
- Ja, und zwar: |

Treffen für Sie folgende Aussagen zu?

- Ich habe neue oder stark verbesserte Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt gebracht
- Ich habe neue oder stark verbesserte Verfahren (zur Produktion oder zur Erbringung meiner Dienstleistung) in meinem Unternehmen eingeführt
- Ich habe neuartige Geschäftsmodelle eingeführt
- Meine Produkte oder Dienstleistungen liefern Möglichkeiten zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems

Nehmen Sie bitte Stellung zu folgenden Aussagen zu Innovationen:

	Stimme zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
Innovationen sind für meine Geschäftstätigkeit sehr wichtig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Know-how für Innovationen ist in meinem Unternehmen vorhanden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Generieren von Ideen bereitet in unserem Unternehmen keine Mühe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Weiterentwickeln der Ideen, bis zur eigentlichen Innovation bereitet in unserem Unternehmen keine Mühe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Einführung innovativer Produkte / Dienstleistungen auf dem Markt bereitet unserem Unternehmen keine Mühe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Finanzierung von Innovationen ist für uns unproblematisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es bestehen Beziehungen/Partnerschaften zu Hochschulen für den Wissenstransfer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

+

8

+

+

+

Gibt es in Ihrem Unternehmen Bereiche oder Produkte/ Dienstleistungen, die dringend nach Innovation verlangen? Wenn ja, welche?

- Nein
- Ja, welche Produkte / Dienstleistungen sind betroffen?

Treffen für Sie folgende Aussagen zur Internationalisierung zu?

- Mein Unternehmen ist und bleibt auf die Schweiz fokussiert
- Mein Unternehmen war von Beginn an international tätig (born global)
- Mein Unternehmen ist im ersten Jahr international tätig geworden
- Mein Unternehmen hat sich nach dem ersten Betriebsjahr internationalisiert
- Wir planen eine Internationalisierung in den nächsten zwei Jahren
- Wir fokussieren uns in der Internationalisierung auf die Märkte der Nachbarländer

Bitte kreuzen Sie an inwieweit die jeweiligen Aussagen auf Sie zutreffen:

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Weiss nicht / keine Angabe
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, fühle ich mich deutlich öfter gestresst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, habe ich mehr gesundheitliche Probleme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, schlafe ich deutlich schlechter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, habe ich immer wieder das Gefühl der Überforderung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, fühle ich mich ausgeglichener und bin zufriedener und glücklicher (psychisch geht es mir besser)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seitdem ich mich selbständig gemacht habe, geniesse ich ein höheres Ansehen und bin unabhängiger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheitliche Probleme sind für unseren Betrieb ein grosses Problem (Krankheit/Unfälle, Fehlzeiten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falls Sie Mitarbeitende beschäftigen: Ich habe das Bedürfnis, die Gesundheit meiner Mitarbeitenden in Zukunft aktiver zu managen (im Sinne eines betrieblichen Gesundheitsmanagements)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Teil 3: Der Erfolg Ihrer unternehmerischen Selbständigkeit

+

9

+

+

+

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit Ihrer Einschätzung des Erfolges Ihres Unternehmens.

Wie schätzen Sie persönlich den Erfolg Ihrer unternehmerischen Selbständigkeit bezüglich der nachfolgenden Kriterien ein?

	Sehr erfolgreich	Eher erfolgreich	Neutral	Eher erfolglos	Sehr erfolglos
Umsatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanzielle Situation (Gewinn)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anzahl Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persönliche Zufriedenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zukunftsaussichten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innovationsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Insgesamt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wenn Ihnen heute ein ähnlich interessanter, angemessen bezahlter Arbeitsplatz angeboten würde - würden Sie die Selbständigkeit wieder aufgeben?

- Ja, ich würde die mir angebotene Stelle annehmen
- Nein, ich würde die mir angebotene Stelle nicht annehmen
- Weiss nicht

Wie würden Sie Ihre Chancen einschätzen, auf dem Arbeitsmarkt eine interessante und angemessen bezahlte Stelle zu finden?

- Gut
- Mittel
- Schlecht
- Weiss nicht

Teil 4: Entwicklungsperspektiven Ihres Unternehmens

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit den voraussichtlichen Veränderungen und dem Verhalten Ihres Unternehmens in den nächsten Jahren.

Welche Veränderungen erwarten Sie für Ihr Unternehmen in den nächsten 2 Jahren?

	Starke Zunahme	Zunahme	Gleich wie heute	Abnahme	Starke Abnahme
Anzahl Angestellte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

+

10

+

+

+

Anzahl Geschäftspartner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anzahl externe Kooperationspartner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Umsatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewinn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Planen Sie, in den nächsten 2 Jahren...

- ... neue oder stark verbesserte Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt zu bringen?
- ... neue oder stark verbesserte Verfahren (zur Produktion oder zur Erbringung Ihrer Dienstleistung) einzuführen?
- ... neue oder stark verbesserte Geschäftsmodelle einzuführen?

Bitte kreuzen Sie an, inwieweit die jeweiligen Aussagen zur Digitalisierung auf Sie zutreffen?

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Weiss nicht/ keine Angabe
Wir sind für die Digitalisierung gerüstet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir sehen den digitalen Wandel als Chance für unser Unternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir werden in den nächsten Jahren viel Zeit/ Geld in die Digitalisierung investieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unsere Branche wird sich durch die Digitalisierung stark wandeln in den nächsten Jahren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitale Kanäle sind ein wichtiger Bestandteil unseres Marketings	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Teil 5: Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung

Die Fragen dieses Teils befassen sich mit der gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung, die das Unternehmen übernimmt.

Bei meinem Unternehmen stehen folgende Ziele im Vordergrund:

- Bei dem Unternehmen handelt es sich um ein kommerziell orientiertes Unternehmen; finanzielle Ziele stehen klar im Vordergrund (Fokus auf Profit-Maximierung).
- Das Unternehmen übernimmt gesellschaftliche Verantwortung ausserhalb des Kerngeschäft. Bsp. Spendenaktionen, Sponsoring-Aktivitäten, Freiwilligen Programme usw.
- Das Unternehmen integriert gesellschaftliche Aspekte ins Kerngeschäft. Bsp. Vertrieb von Bioprodukten, Verzicht auf Tierversuche, Einsatz umweltverträglicher Rohmaterialien usw.
- Bei dem Unternehmen stehen gesellschaftliche Ziele im Vordergrund; Einnahmen sind Mittel zum Zweck und garantieren lediglich die finanzielle Unabhängigkeit

Falls Ihr Unternehmen sich für die Erreichung gesellschaftlicher Ziele einsetzt, für welche?

+

11

+

+

+

- Armut beenden, Schutz vor Armut für alle, Zugang zu Ressourcen für alle
- Hunger beenden, gesunde Ernährung für alle, Zukunft der Landwirtschaft sichern
- Gesundes Leben für alle, Aufklärung über Gesundheitsvorsorge
- Zugang zu Bildung für alle, gleiche Aufstiegschancen für Mädchen und Buben
- Gleichberechtigung für Frauen und Männer, Förderung der Chancen für Frauen
- Sauberes Wasser für alle, freier Zugang zu Trinkwasser
- Erneuerbare Energie fördern, Zugang zu Energie für alle sichern
- Nachhaltiges Wirtschaftswachstum fördern, Arbeit für alle sichern
- Zugang zu Infrastruktur für alle fördern und sichern
- Ungleichheiten zwischen Staaten verringern, Entwicklungsländer fördern
- Städte lebenswert erhalten, Zugang zu bezahlbarem Wohnraum sichern
- Ressourcen nachhaltig nutzen, nachhaltig produzieren und konsumieren
- Klimawandel einschränken, Lebensbedingungen für alle erhalten
- Meere und Meeresressourcen schützen und erhalten, Verschmutzung verringern
- Landökosysteme schützen und wiederherstellen, Artenvielfalt erhalten
- Frieden schaffen, Rechtsstaatlichkeit gewährleisten, Gewalt verringern
- Bildung von Partnerschaften, um gesellschaftliche Ziele zu erreichen

Teil 6: Statistische Angaben

Was ist Ihr Aufenthalts-Status in der Schweiz?

- Schweizerin / Schweizer
- Aufenthaltsbewilligung B
- Aufenthaltsbewilligung C
- Anderes

Haben Sie einen Migrationshintergrund?

- Nein
- Ja, in der Schweiz geboren
- 1. Generation
- 2. Generation

+

12

+

+

+

Gehen Sie neben der selbständigen Tätigkeit zusätzlich noch einer unselbständigen, bezahlten Beschäftigung nach?

- Nein
- 80
- 100
- 40
- 60
- 20
- Ja, ungefähr ein Pensum von (in %):

Fall Sie im Zusammenhang mit den behandelten Themen Bemerkungen haben, benutzen Sie bitte das folgende Feld.

Vertical line for notes.

Vielen Dank für die Beantwortung unserer Umfrage. Sie leisten damit einen

wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Unternehmertums in der Schweiz!

+

+

Kontakt

Prof. Dr. Rolf Meyer

Professor für Entrepreneurship

FHNW Hochschule für Wirtschaft

Institut für Unternehmensführung

rolf.meyer@fhnw.ch

ISBN 978-3-907344-04-0



9 783907 344040 >