Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Die neuen Selbständigen 2009

Frauen-Power unter der Lupe

Empirische Studie zu den Unterschieden zwischen Unternehmensgründerinnen und -gründern in der Schweiz

GEBERT RÜF STIFTUNG

Willkommen

PRESSEKONFERENZ:
Freitag 4. Juni, 13.00 Uhr
Congress Hotel Einstein, St.Gallen
Raum 4.4, Ringelberg

Rolf Meyer
Adrian Urs Sidler
Institut für Unternehmensführung

ofwi Orell Füssli Wirtschaftsinformationen
forum bgm
AARGAU SERVICES STANDORTMARKETING
nefu SCHWEIZ

Inhalt

1. Ausgangslage
2. Begriffe und theoretischer Bezugsrahmen
3. Unternehmensdemographie
4. Beschreibung der eigenen Erhebung
5. Resultate
6. Was ist zu tun? Handlungsempfehlungen
7. Fragen / Diskussion

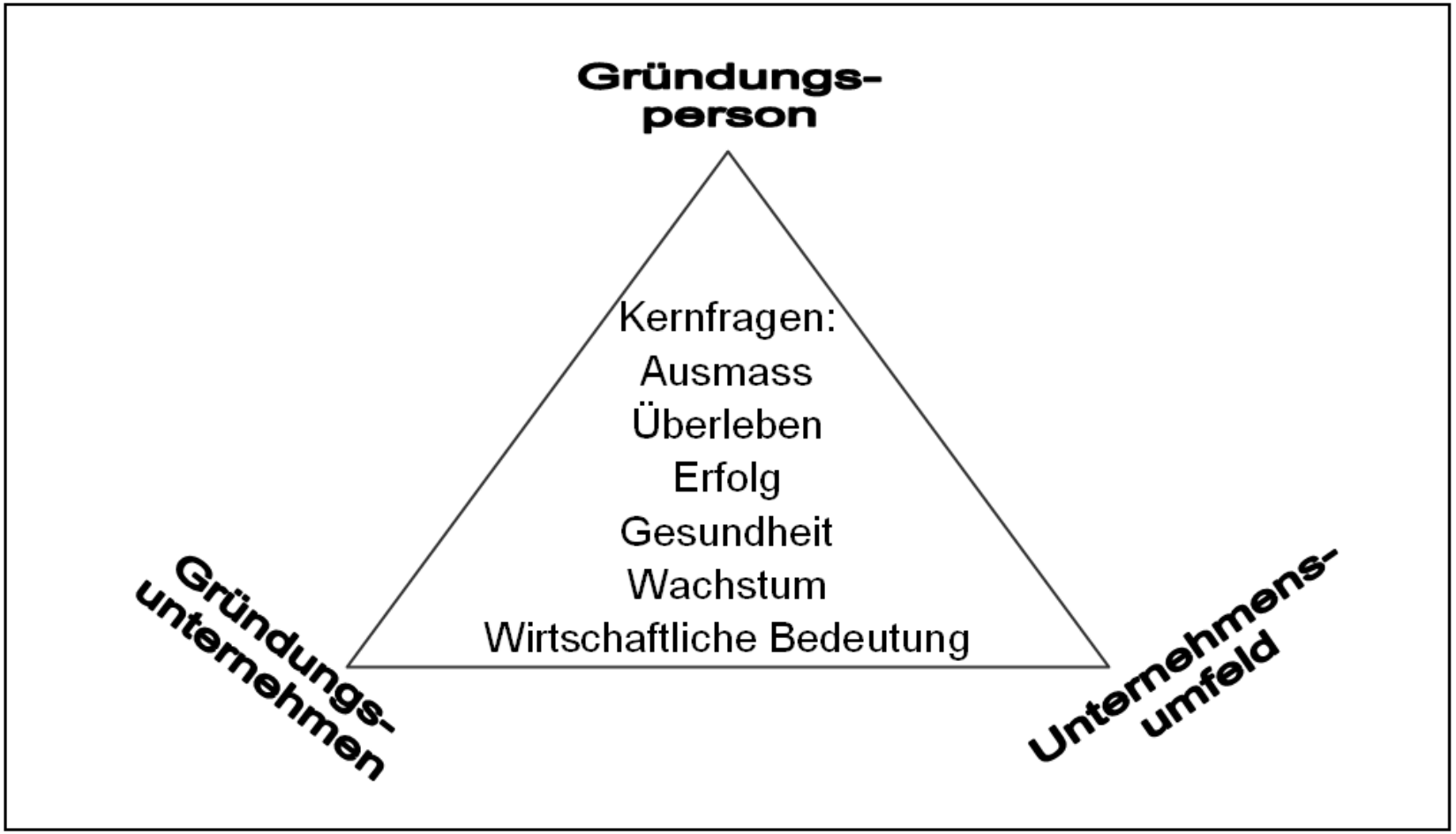
1. Ausgangslage

- Unternehmensgründungen sind volkswirtschaftlich sehr wichtig:
  - Junge Unternehmen schaffen Arbeitsplätze
  - beschleunigen den Strukturwandel
  - und erhöhen die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit

- Zentrale Entscheidungen im (Berufs-) Leben von Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern
  - berufliche und persönliche Entwicklung
  - zeitliche und psychische Mehrbelastungen
  - finanzielle Risiken
  - deutliche Erhöhung der Arbeitszufriedenheit
  - Aufbau einer eigenen wirtschaftlichen Existenz

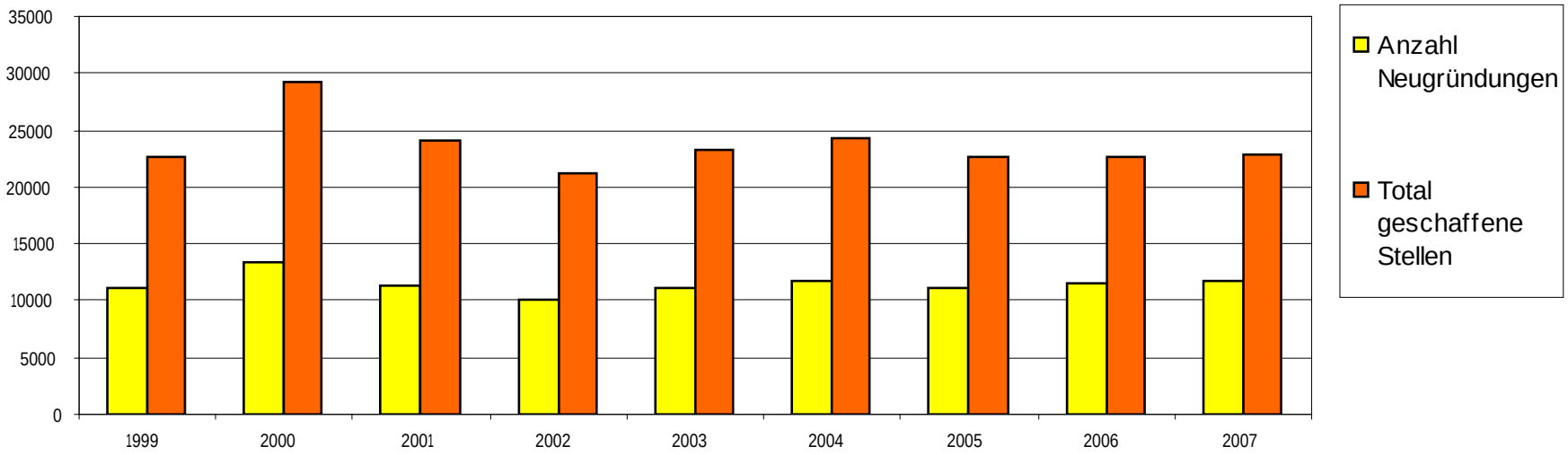
2. Begriffe und theoretischer Bezugsrahmen

- Originäre, selbständige Unternehmensgründung
  in Anlehnung an Klandt



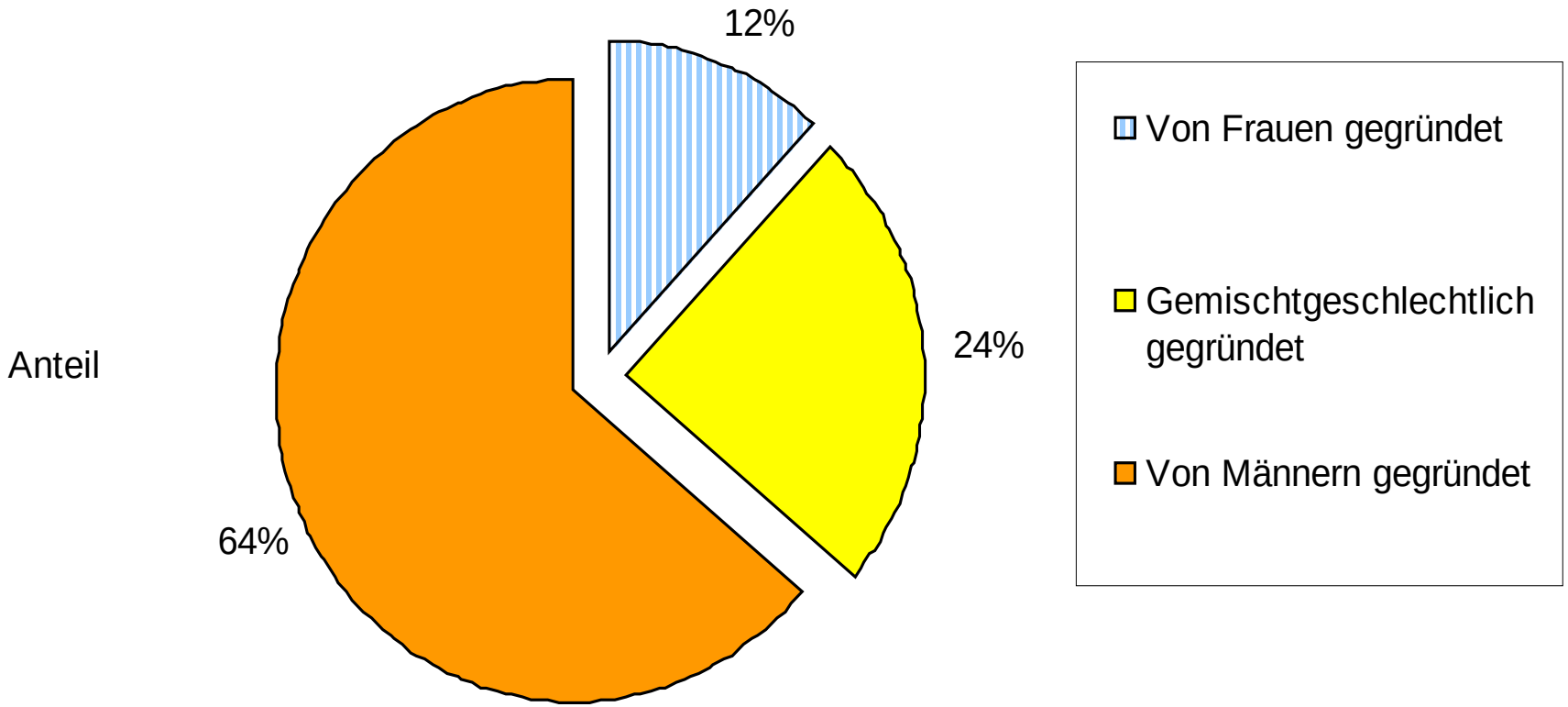
3. Unternehmensdemographie Schweiz

- Neugründungen und neue Stellen, 1999–2007
  Quelle: BFS



- Rund zwei neue Stellen pro Unternehmensgründung
- grossmehrheitlich im tertiären Sektor
- 12% ausschliesslich von Frauen gegründet

Frauenanteil gemäss BfS (Seite 34)



4. Beschreibung der eigenen Erhebung (Seite 29)

- Fragebogen
  - achtseitiger Fragebogen mit 44 Frageblöcken und gut 200 Einzelfragen
  - repräsentative Stichprobe von 4698 potentiellen jungen Unternehmen in der ganzen Schweiz

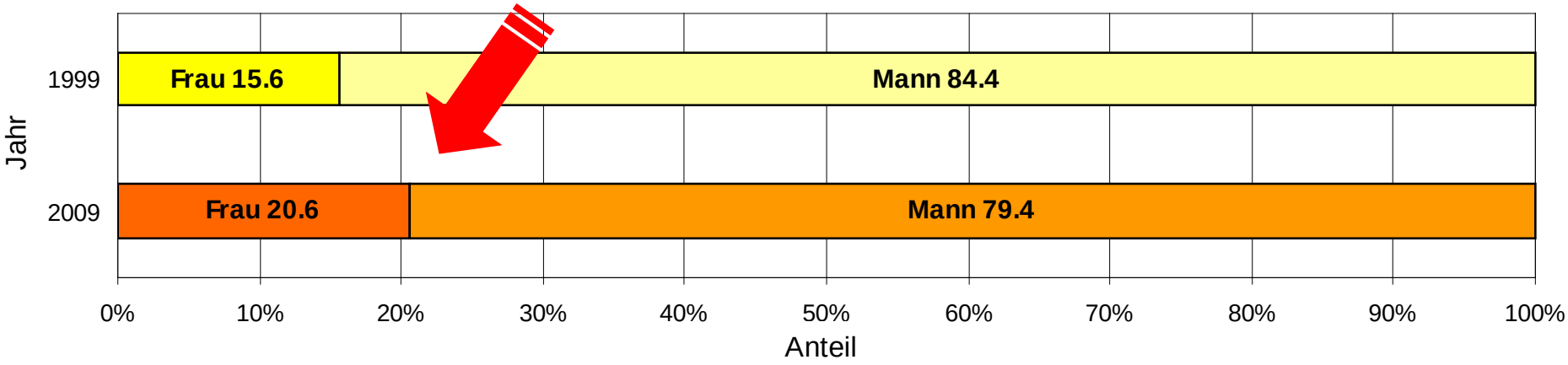
- Rücklauf - schriftliche Erhebung
  - 4071 erreichte Personen
  - 746 oder 18,3% geantwortet
  - 326 oder 6,9% der Unternehmen, welche tatsächlich in den Jahren 2003–2007 gegründet wurden

- Statistische Auswertung
  - Die ersten, primär deskriptiven Ergebnisse werden in diesem Bericht veröffentlicht
  - Vergleich zu unserer Studie 1999

5. Frauen-Power unter der Lupe

- Welche Unterschiede gibt es zwischen Frauen- und Männern, die sich selbständig machen?
- Wodurch unterscheiden sich die jungen Unternehmen von Frauen und Männern?
- Wie erfolgreich sind die neuen Unternehmen von Frauen?
- Welches sind die Erfolgsfaktoren von Frauen und deren Unternehmen?

Immer mehr Frauen wagen den Schritt in die Selbständigkeit (Seiten 39+47)

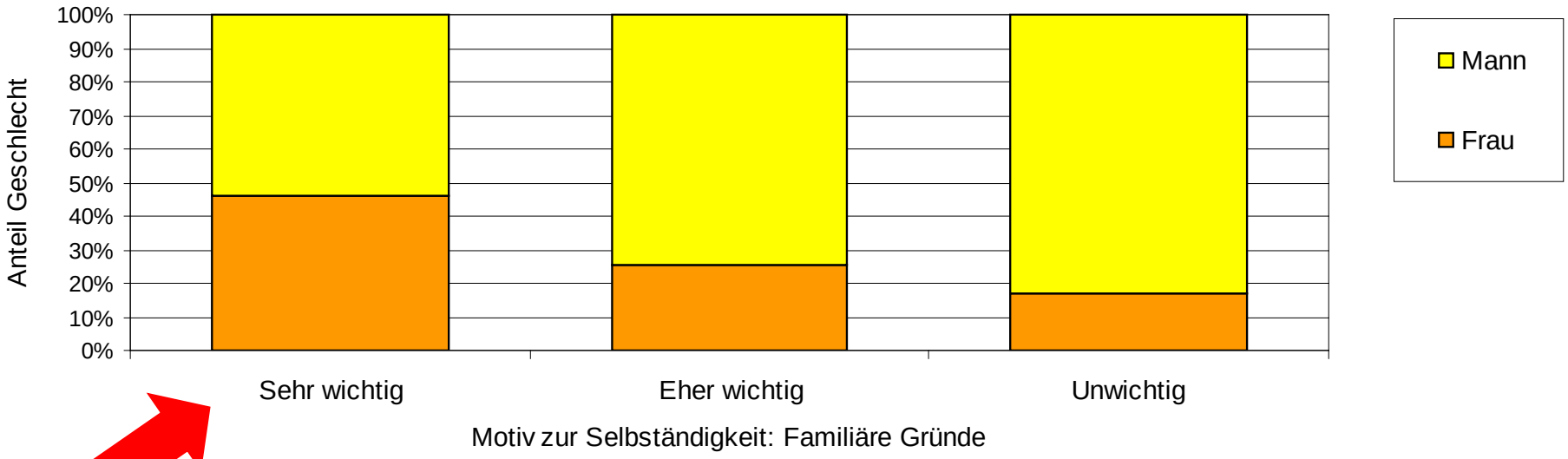


- Der Anteil der Frauen hat deutlich zugenommen und liegt heute **bei gut 20%.**
- Zunahme gegenüber dem Jahre 1999 von beachtlichen 32% oder von 5 Prozentpunkten.

Frauen sind die erfolgreicheren Unternehmer (Seite 64)

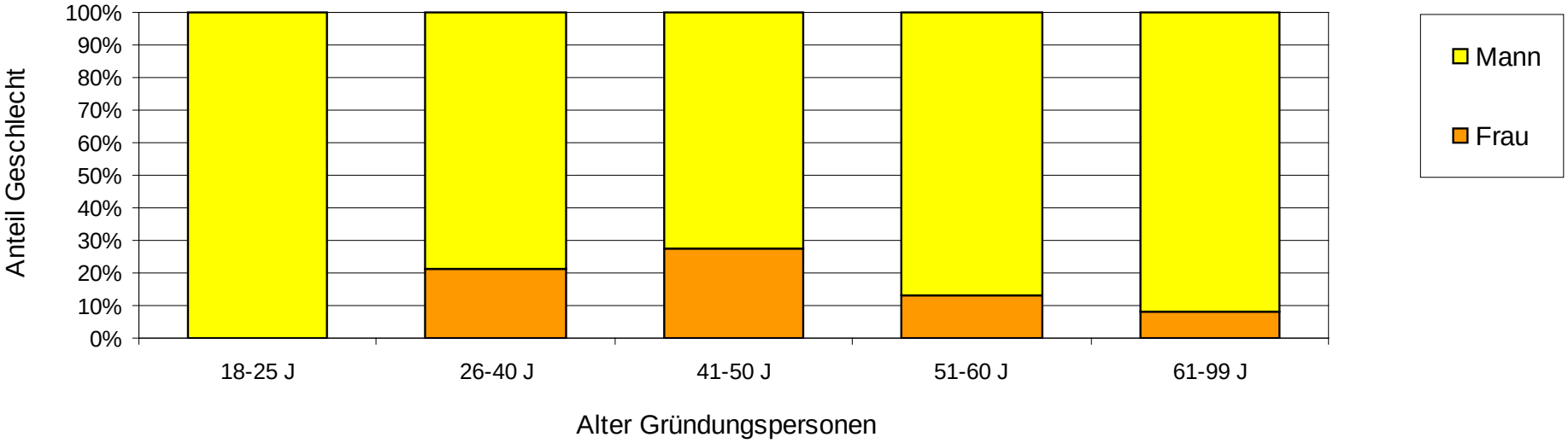
- zumindest wenn man die Überlebenswahrscheinlichkeit anschaut.
- Firmen, die von Frauen gegründet wurden, haben eine deutlich grössere Chance, die ersten fünf Jahre zu überleben als durch Männer gegründete Unternehmen.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein zentrales Thema (Seite 48)



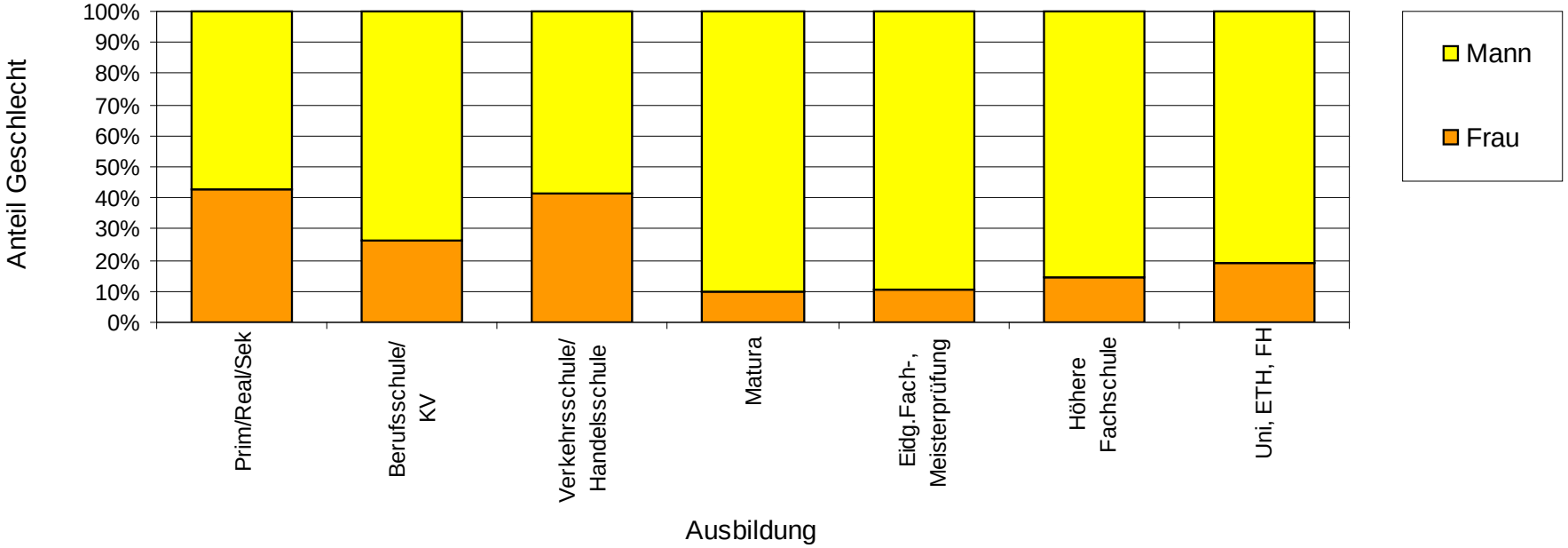
- Motiv familiäre Gründe haben in den letzen 10 Jahren stark zugenommen.
- Frauen streben häufig ein Teilzeitpensum an und behalten es auch nach mehreren Jahren bei.

Firmengründerinnen sind jünger als Firmengründer (Seite 47)



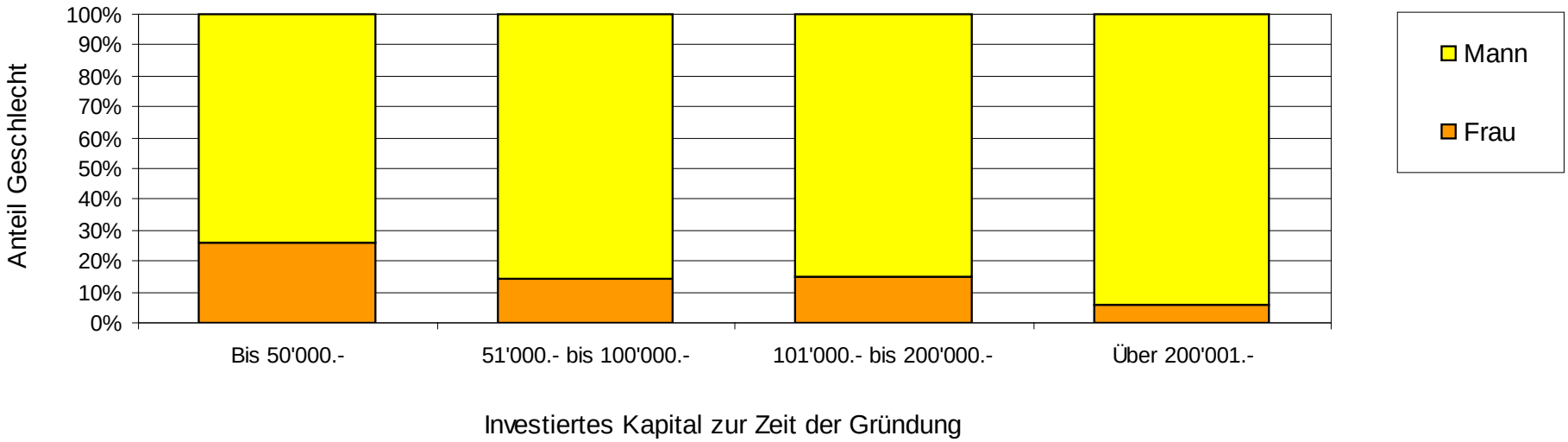
- Gründerinnen sind im Durchschnitt 39 Jahre alt – ihre männlichen Kollegen 41 Jahre alt.
- Die Gründerinnen und Gründer werden älter.

Firmengründerinnen sind tendenziell schlechter ausgebildet (Seite 49)



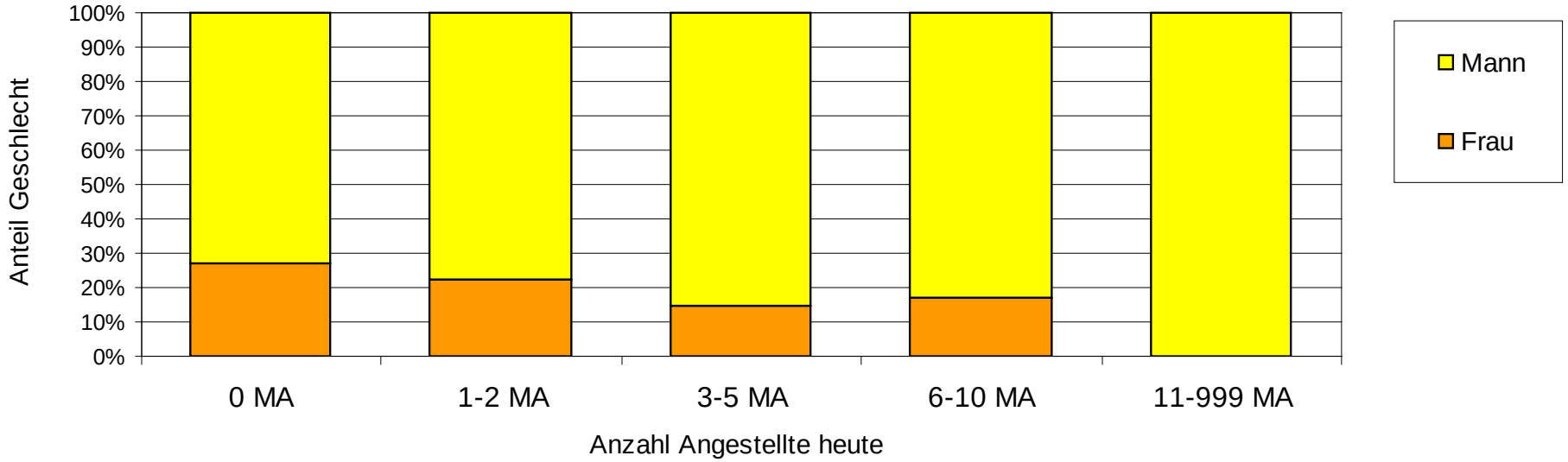
- Gründerinnen mit einer Matura, eidg. Fachprüfung oder einem Abschluss einer Höheren Fachschule HF sind deutlich unterüberdurchschnittlich vertreten.

Klein ist Trumpf (Seite 53)



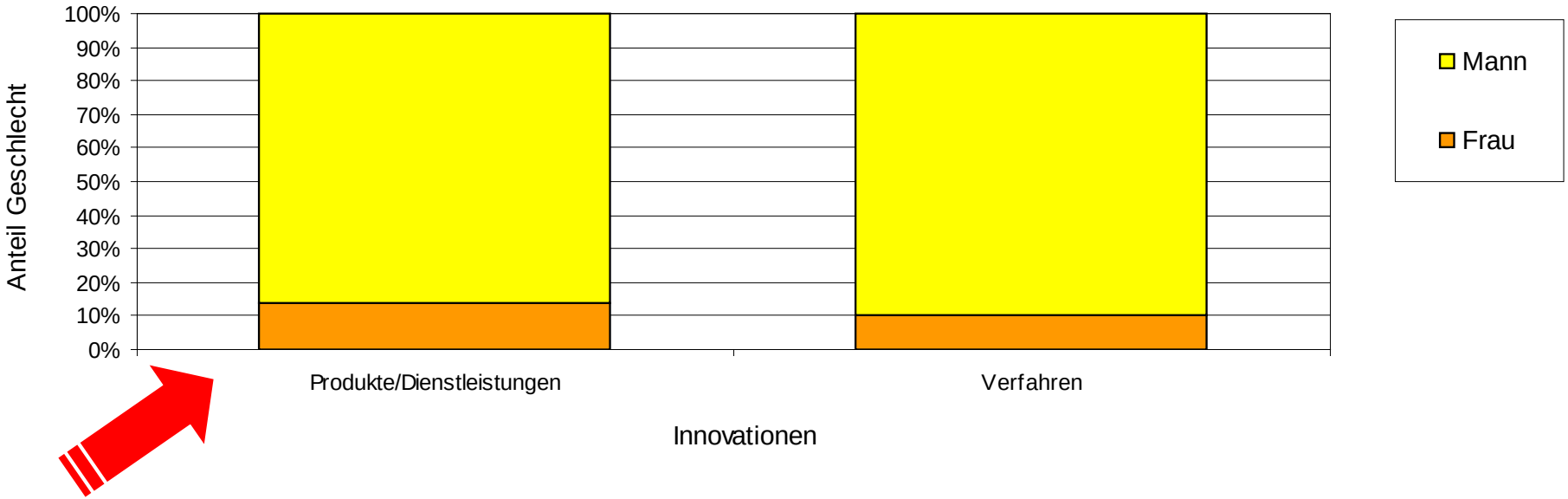
- Die jungen Unternehmen der Gründerinnen sind zwar etwas grösser als noch vor zehn Jahren, jedoch immer noch deutlich kleiner als jene der männlichen Gründungspersonen.
- Gründerinnen haben seltener Mitarbeitende und wenn doch, dann tendenziell weniger als Gründer.
- Zudem investieren sie durchschnittlich deutlich weniger Kapital.

Klein ist Trumpf (Seite 53)



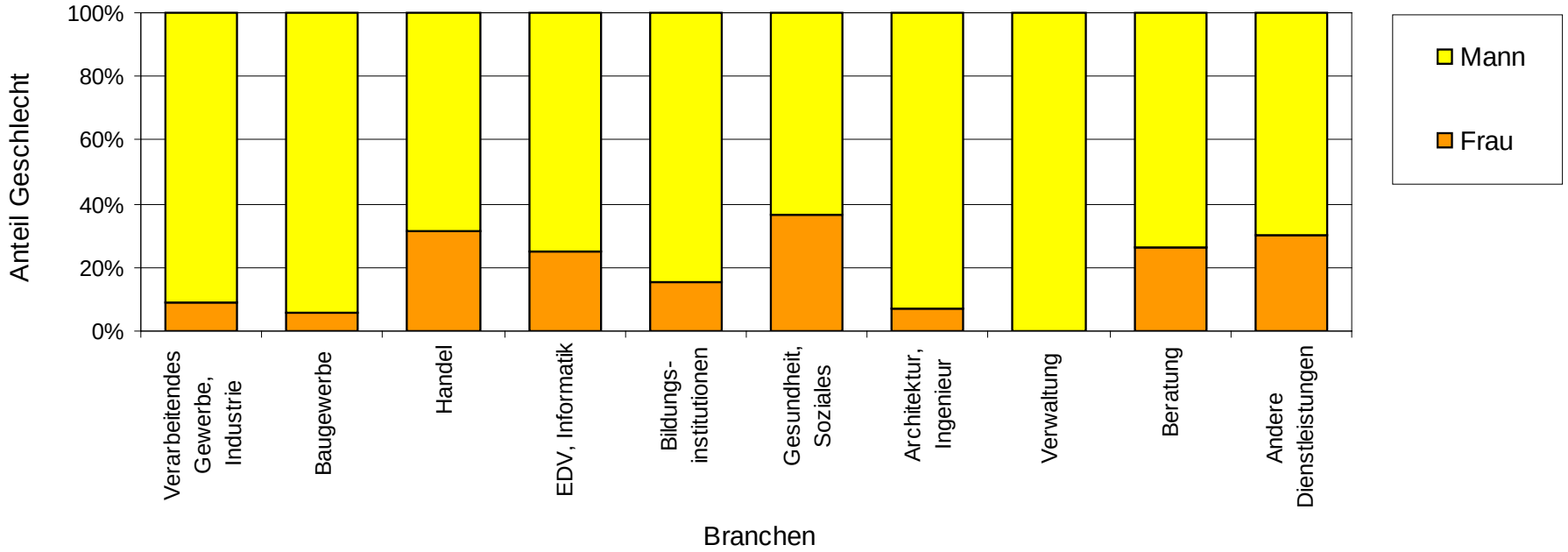
- Die jungen Unternehmen der Gründerinnen sind zwar etwas grösser als noch vor zehn Jahren, jedoch immer noch deutlich kleiner als jene der männlichen Gründungspersonen.
- Gründerinnen haben seltener Mitarbeitende und wenn doch, dann tendenziell weniger als Gründer.
- Zudem investieren sie durchschnittlich deutlich weniger Kapital.

Innovation ist Männersache (Seite 55)



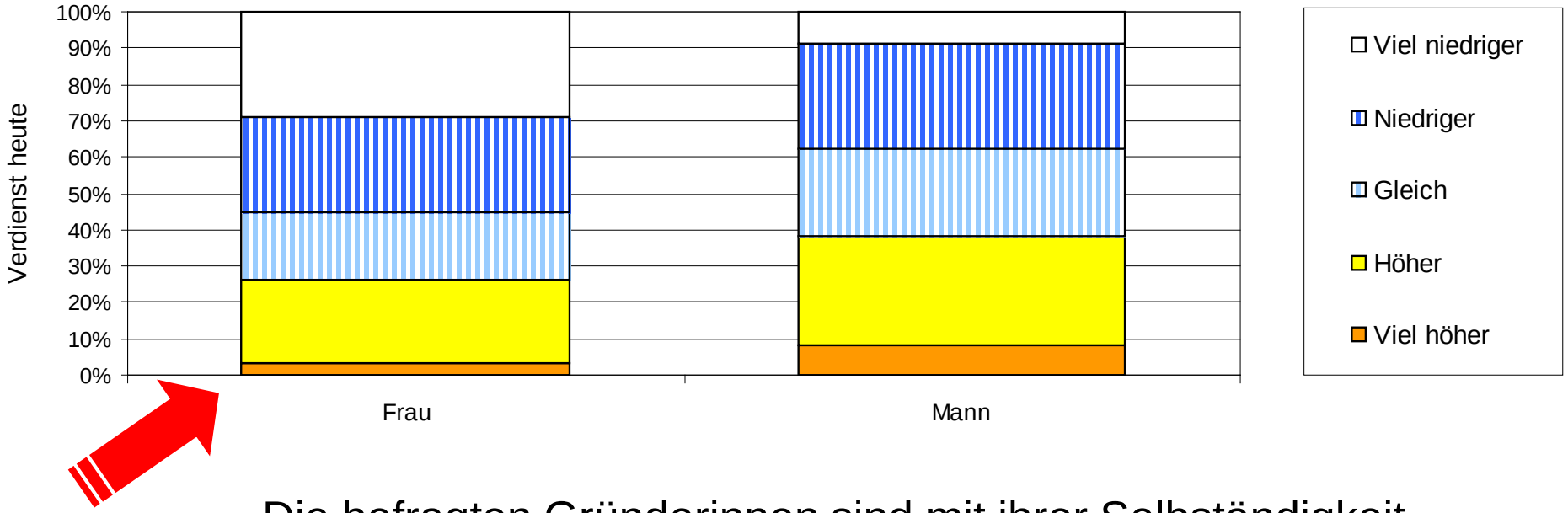
- Nur gerade 15% aller neuen Unternehmen, die von Frauen gegründet wurden, kamen mit Produktinnovationen auf den Markt.

Frauen wählen Branchen im sozialen Bereich (Seite 58)



- Frauen gründeten vor allem in den Branchen Unterrichtswesen, Gesundheits- und Sozialwesen und sonstigen öffentlichen und persönlichen Dienstleistungen.

Bescheidene Einkommenswünsche (Seite 61)



- Die befragten Gründerinnen sind mit ihrer Selbständigkeit grossmehrheitlich zufrieden oder sehr zufrieden - ähnlich wie ihre männlichen Kollegen.
- Allerdings verdienen Frauen mit dem Schritt in die Selbständigkeit tendenziell weniger als zuvor. Bei den Männern ist dies genau umgekehrt: Sie verdienen tendenziell etwas mehr als zuvor.

6. Was ist zu tun?
Handlungsempfehlungen für Gründerinnen (Seite 71)

1. Die Ergebnisse sollten allen Frauen **Mut machen** ➔ die den Schritt in die Selbständigkeit erwägen.
2. Die Selbständigkeit bietet eine gute Möglichkeit, **Beruf und Familie zu vereinbaren**. ➔ Es gilt dabei jedoch eine Geschäftstätigkeit zu finden, welche die nötige zeitliche und örtliche Flexibilität ermöglicht.
3. Erheblicher Arbeitsaufwand, oft kombiniert mit Einbussen beim Einkommen.

   ➔ Konsequentes **Zeitmanagement** für genügend Erholungs- und Familienzeit.
4. Gründerinnen sind unterdurchschnittlich oft **innovativ**. ➔ Deshalb sollten sich alle Gründerinnen bereits vor der eigentlichen Gründung fragen, welche neuen oder stark verbesserten Produkte oder Dienstleistungen sie entwickeln und anbieten können. Dabei ist immer von den anvisierten Kundinnen und Kunden und ihren Bedürfnissen aus zu denken und zu entwickeln.
5. Gründerinnen versuchen die auftretenden Probleme deutlich seltener mit geschäftlichen Kooperationen zu lösen. ➔ Gründerinnen sollten sich aktiv ums geschäftliche Beziehungsnetz kümmern und gezielt **Kooperationen** eingehen.

Was ist zu tun?
Handlungsempfehlungen für das Umfeld (Seite 72+73)

1. Erhöhung des Frauenanteils ➔ Lehrmittel- und Medienpräsenz, spezielle Sensibilisierungsveranstaltungen, Vorbereitungsangebote an Hochschulen und der beruflichen Weiterbildung sowie Weiterbildungsangebote an die Bedürfnisse der Frauen anpassen.
2. Forderung, dass sich Unternehmerinnen gleich expansiv orientieren wie Männer ➔ Entlastung der Familienarbeit durch die Einführung von Tagesschulen, Kinderkrippen oder anderen Betreuungsmöglichkeiten, Mitarbeit der Lebenspartner in der Kindererziehung und im Haushalt, Förderung von flexibler Arbeitszeit und Teilzeitarbeit sowie private und staatliche Unterstützungsprogramme für Gründerinnen.
3. Förderung der Innovationskraft von Gründerinnen ➔ Private und staatliche Unterstützungsprogramme wie Förderprogramme oder Technoparks sollten Gründerinnen explizit im Bereich des Innovationsmanagements unterstützen.

Studienergebnisse

Ein elektronisches Vorabexemplar für die Presse ist erhältlich unter: adrian.sidler@fhnw.ch

Download der Kurzfassungen, der Referate und der Studie "Die neuen Selbständigen 2009" unter: http://www.fhnw.ch/wirtschaft/ifu/forschung-und-entwicklung/ppt-projekte/neuen-selbstaendigen-2009?unitid=W47

Folgende Studien können über den regulären Buchhandel bezogen werden (Edition Gesowip).

- Meyer, Sidler, Verkuil (2010): Die Rolle des Betrieblichen Gesundheitsmanagements bei Jungunternehmerinnen und Jungunternehmern (ISBN: 978-3-906129-55-6)
- Meyer und Sidler (2010): Erfolgsfaktoren junger Unternehmen (ISBN: 978-3-906129-58-7)
- Meyer und Sidler (2010): Frauen-Power unter der Lupe (ISBN: 978-3-906129-60-0)

7. Fragen / Diskussion

GEBERT RÜF STIFTUNG

Herzlichen Dank

Rolf Meyer
Adrian Urs Sidler
Institut für Unternehmensführung

ofwi Orell Füssli Wirtschaftsinformationen

forum bgm

AARGAU SERVICES STANDORTMARKETING

nefu SCHWEIZ