



Deutsches Gründerinnen Forum e.V. (DGF)

Gründerinnen und Mikrokredite – ein Ländervergleich Polen, Italien- Deutschland

Studie im Rahmen des Programms CoPIE –Community of practice on inclusive entrepreneurship

Jutta Dehoff-Zuch, Diplom Sozialwirtin – Vorstand DGF

Kontakt: jutta.dehoff-zuch@dgfev.de

April 2012

„Und all diese ... bringen nur *eine* Tatsache zum Ausdruck, *ein* soziales System, *eine* bestimmte Mentalität: daß nämlich alles - ...- Gegenstand der Übergabe und der Rückgabe ist. Alles kommt und geht, als gäbe es einen immerwährenden Austausch einer Sachen und Menschen umfassenden geistigen Materie ...“

Marcel Mauss, französischer Ethnologe in Die Gabe – Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften (1925)

Einleitung

Der deutsche Mikrofinanz-Sektor steht derzeit vor der Herausforderung, das Angebot der Mikrokredite bekannter zu machen. Hierbei spielt die Zielgruppe der Frauen, die aktuell ein Drittel der Kreditnehmerinnen ausmachen, eine zentrale Rolle. Zum einen gelten Gründerinnen und Unternehmerinnen nach wie vor als risikobewusst und sicherheitsorientiert, zum anderen sind sie vorwiegend in Branchen tätig, in denen kein hoher Kapitalbedarf vorliegt.

Durch die seit Dezember 2011 geltende Einschränkung der Gründungsförderung der Bundesagentur für Arbeit (Gründungszuschuss) werden Gründerinnen und Gründer stärker gefordert, die Finanzierung der Geschäftsidee adäquat zu regeln. Gleichzeitig fällt die Bewerbung von (Mikro-) Krediten in eine Zeit erhöhter Skepsis von Verbraucher/inne/n gegenüber den Finanz- und Kreditinstituten. Dies wirkt sich auch auf den Mikrofinanz-Sektor aus, da Mikrokredite nicht mehr allein über gemeinnützig orientierte Einrichtungen, sondern über Finanzdienstleister vergeben werden. Somit geht es um eine Image-Kampagne für Mikrokredite, basierend auf verlässlichen Informationen und Sensibilität für die jeweilige Zielgruppe.

Das vorliegende CoPIE (Community of practice on inclusive entrepreneurship) -Projekt des Deutschen Gründerinnen Forums e.V. untersucht den Zugang und die Einstellung von Frauen zum Thema "Geld" am Beispiel der Aufnahme von Krediten in einem exemplarischen internationalen Vergleich (Deutschland/ Mitteleuropa; Italien/Südeuropa und Polen/Osteuropa). Ziel ist es, die konkreten Angebote der Mikrofinanzierungen, deren Inanspruchnahme durch Frauen und die Erfahrungen mit den Kreditnehmerinnen vor dem Hintergrund kulturspezifischer Prägungen gegenüberzustellen. Konkret sollen Erfolgsbedingungen und Gestaltungsparameter für frauenspezifische Mikrokreditangebote herausgearbeitet werden.

Das Projekt basiert auf eigenen Recherchen einer Studienreise nach Polen, zusammen mit einer Scout-Visit Gruppe des Deutschen Mikrofinanzinstitutes (DMI), sowie einem weiteren Aufenthalt in Italien, um gezielt Mikrofinanzinstitute zu besuchen. Die Auswahl der Interviewpartner/innen erfolgte zum einen über das DMI zum anderen durch die Kontaktpersonen vor Ort. Mit den erhaltenen Informationen kann kein Anspruch auf repräsentative Ergebnisse und Einschätzungen erhoben werden, in Kombination mit den auf europäischer Ebene aggregierten Daten für die drei Länder, kann jedoch ein guter Einblick in die aktuelle Situation gegeben werden, der Basis und Ausblick bietet für weiteres Vorgehen.

1. Ländervergleich

Es wurden für den Vergleich drei Länder ausgewählt, die sich sowohl von ihrer **Wirtschaftslage** her als auch von ihrer Tradition unterscheiden. Deutschland und Italien gehören zu den Gründungsmitgliedern der europäischen Union und haben eine soziale Marktwirtschaft. Durch die Deutsche Wiedervereinigung wurde in Deutschland die ehemalige DDR von der Planwirtschaft in marktwirtschaftliche Strukturen überführt. Mit der Gründung der Treuhandanstalt 1990 sollten volkseigene Betriebe in Kapitalgesellschaften umstrukturiert werden. In Polen begannen 1988 die ersten Reformen, um das sozialistische Wirtschaftssystem - die polnische Zentralwirtschaft - in eine Marktwirtschaft zu verwandeln. 2004 wurde der Beitritt Polens zur Europäischen Union rechtskräftig. Während aktuell Deutschland durch seine starken Außenhandelsaktivitäten und internationalen Verflechtungen die Folgen der Wirtschaftskrise gut meistert, droht Italien eine Rezession und in Polen muss die Einführung des Euro weiter verschoben werden. Im Anhang werden in Tabelle 1 einige Vergleichsparameter zur Wirtschaftslage zusammenfassend gegenübergestellt.

Kleine und Mittlere Unternehmen (**KMU**) werden als Rückgrat der Wirtschaft bezeichnet, von denen Beschäftigungsfähigkeit und Wirtschaftswachstum ausgeht. Von den 20,8 Millionen Unternehmen im EU27 Raum sind 99,8% KMUs. Sie erwirtschaften 57,4% des Umsatzes (18,8 % Mikro, 18,7 Kleine, 19,9 % Mittlere). Während in Polen und Italien der Anteil der Mikrounternehmen mit 95,4% bzw. 94,5% leicht über dem Durchschnitt liegt, hat Deutschland lediglich 82,8% Mikro- dafür allerdings 14,1% Kleinunternehmen (siehe Anhang Tab. 2). In Bezug auf den **Zugang zu Kapital** zeigt sich, dass die Wirtschaftskrise kleinen und mittleren Unternehmen den Zugang zu Bankkrediten erschwert hat. Der Anteil erfolgloser Kreditanträge erhöhte sich zwischen 2007 und 2010 in 19 der 20 Mitgliedstaaten. Im Jahr 2010 gehören Polen (4%) sowie Italien (5%) zu den Ländern mit den niedrigsten Anteilen an erfolglosen Kreditanträgen (zum Vergleich: Bulgarien (36%), Irland (27%), den Niederlanden (23%), Vereinigtes Königreich (21%)). In Deutschland liegt dieser Anteil bei 8,2%, wobei die erfolgreichen Kreditanträge im Vergleichszeitraum um 10 Prozent abgenommen haben und sich der Abstand zu Italien und Polen vergrößert hat (siehe Anhang Tabelle 3).

Auch in Bezug auf die **Sozialversicherungsleistungen** – im Anhang in Übersicht 1 verkürzt dargestellt an den Leistungen bei Arbeitslosenversicherung sowie für Familie und bei Mutterschaft – gibt es Unterschiede in den drei untersuchten Ländern, was Umfang, Höhe und Dauer der Leistungen betrifft.

Die **Niederlassungsfreiheit innerhalb der Europäischen Union** stellt sicher, dass jede/r EU-Bürger/in ein Unternehmen und jedes Unternehmen aus einem EU-Mitgliedsland eine Betriebsstätte im Land seiner Wahl innerhalb der Europäischen Union gründen kann. Seit dem 1. Mai 2011 gilt dies auch für Personen mit polnischer Staatsbürgerschaft. Nationale gewerberechtliche Voraussetzungen einer Betriebsgründung sind jedoch auch von Ausländer/innen zu erfüllen, damit Inländer/innen nicht strengeren Regeln unterworfen werden als Ausländer/innen. In Deutschland ist z.B. bei handwerklichen Tätigkeiten von der Handwerkskammer zu prüfen, ob die angestrebte Tätigkeit in die so genannte Handwerksrolle einzutragen ist und ob hierzu die erforderlichen Voraussetzungen vorliegen. Leider sind Daten für freiberuflich Selbstständige nicht umfassend und länderübergreifend erfasst, so dass nur ein Teil (der gewerbliche) der Unternehmenstätigkeit darstellbar ist.

Auf dem Arbeitsmarkt bestehen große **Unterschiede zwischen Männern und Frauen**, so liegt nach Daten der Eurostat 2011 die Erwerbsquote von Frauen in Deutschland mit 69% um 14 % niedriger als die der Männer (Italien 68% und 18% niedriger, Polen keine Daten).

Die Beschäftigungsquoten für Frauen und Männer variieren in verschiedener Weise, je nachdem ob sie Kinder haben oder nicht. Die Beschäftigungsquote für Frauen zwischen 25 und 54 Jahren sinkt mit steigender Kinderzahl, während dieses Muster für Männer derselben Altersgruppe nahezu umgekehrt ist. Diese Tendenz bildet sich auch in den drei untersuchten Ländern ab, in Polen allerdings nicht in so starkem Maße. In Polen gibt es zudem elfmal mehr alleinstehende Mütter als alleinstehende Väter (Deutschland: neunmal mal mehr alleinstehende Mütter und Italien sowie EU 27 Durchschnitt siebenmal mehr weibliche Alleinerziehende).¹

In Deutschland und Italien überwiegt das männliche Ernährermodell (Ehemann ist Vollzeit erwerbstätig, Ehefrau betreut die Kinder und den Haushalt), das in der Regel über Teilzeitarbeit funktioniert. In Osteuropa dominiert das Zweiverdienermodell (Frau und Mann arbeiten beide Vollzeit, die Betreuungsarbeit übernimmt vor allem die Frau).²

In der EU27 lebten 20% der Frauen und 32% der Männer im Alter von 25 bis 34 Jahren im Jahr 2008 mit mindestens einem ihrer Elternteile zusammen. In dieser Hinsicht ist der Unterschied zwischen den drei Ländern frappierend: während in Deutschland lediglich 9% der Frauen und 19% der Männer in dieser Altersgruppe zuhause leben, sind es in Polen 30% bzw. 44% und in Italien 33% bzw. 48%.³

In Italien ist diese Wohnform junger erwachsener Männer unter dem Begriff „mammoni“ (Muttersöhnchen) immer wieder in Diskussion. „Laut Soziologen erschwert der starke Zusammenhalt in italienischen Großfamilien den Auszug von Kindern bzw. macht ihn lange ökonomisch unnötig. Andererseits erlaubt die schlechte Wirtschaftslage es Jungen immer seltener, eigene Haushalte zu führen.“⁴

Erwerbstätige Frauen tendieren in der EU mehr als Männer dazu, sich auf wenige Tätigkeitsbereiche zu konzentrieren. Diese Konzentration scheint zudem eher zu- als abzunehmen. „In den EU-25 waren 2005 etwa 61 % der beschäftigten Frauen in nur sechs (von insgesamt 62) ...Wirtschaftszweigen tätig.... All diese Bereiche standen mit Dienstleistungen in Verbindung. Dazu gehörten Gesundheits- und Sozialwesen (17 % aller Frauen waren in diesem Bereich beschäftigt), Einzelhandel (12,5 %), Bildungswesen (11,5 %), öffentliche Verwaltung (7 %), Geschäftsaktivitäten (7 %) sowie Hotel- und Gastgewerbe (5 %). In diesen sechs Sektoren waren jedoch lediglich 31 % der beschäftigten Männer tätig.“⁵

„Jestem kobieta pracujaca zadnej pracy sie nie boje“

Ich bin eine berufstätige Frau und habe keine Angst vor irgendeiner Arbeit.

Irena Kwiatkowska,
als Schauspielerin in ihrer Rolle in einer sehr populären Fernsehserie. Als arbeitende Frau war sie in jedem Teil der Serie in einem anderen Beruf zu sehen.

„La famiglia fa sempre più le veci di un moderno stato assistenziale“

Die Familie ersetzt in Italien noch immer einen modernen Wohlfahrtsstaat.

Chiara Saraceno,
eine der wichtigsten Familiensoziologinnen Europas, Armuts- und Sozialstaatsexpertin

„EU-weit führen weit mehr Männer als Frauen ihr eigenes Geschäft. Auch gibt es viel mehr Männer als Frauen, die Geschäfte leiten, unabhängig davon ob es ihre eigenen sind oder nicht. In beiden Fällen gab es in den letzten Jahren wenige Hinweise für eine Verringerung dieser Unterschiede. 2005 machten in der EU insgesamt selbstständige Frauen in branchen- und marktbestimmten Dienstleistungen 11,5 % des Gesamtanteils der in diesen Bereichen tätigen Frauen aus, weit weniger als der Anteil bei den selbstständigen Männern (18,7 %)“⁶

Laut den Ergebnissen des GEM (Global Entrepreneurship Monitor)-Länderbericht Deutschland 2010 gründen in Deutschland – im Vergleich zu den Vorjahren Frauen wieder statistisch seltener als Männer. Auf eine Gründerin kommen zwei Gründer. Dies entspricht zwar dem Durchschnitt der anderen innovationsbasierten Ländern, wird aber als Rückschritt gewertet. In Italien ist dieses Verhältnis ausgeglichener, jedoch ist die Gründungsaktivität beider Geschlechter im Vergleich eher gering. (Für Polen liegen keine Daten vor).⁷

Frauen haben die Familie im Nacken, Männer haben die Familie im Rücken.

Gerne zitiert, wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf geht.

2. Interviewergebnisse der Studienaufenthalte in Polen und Italien

Im Rahmen von zwei Studienaufenthalten wurden sowohl in Polen als auch in Italien verschiedene Einrichtungen und deren Repräsentant/inn/en besucht. Unter den Interviewpartner/innen/n (siehe Anhang Übersicht 2) befanden sich Vertreter/innen von (Mikro-) Finanzinstituten, Wissenschaftlerinnen und Berater/innen, sowie Netzwerker/innen. Die Interviews ließen den Personen zum einen den Freiraum, ihre Einrichtung und ihren Ansatz darzustellen, zum anderen wurden Aussagen zu drei Themenkomplexen gesammelt. Die Ergebnisse sind im Folgenden zusammenfassend dargestellt, ohne sie durch wörtliche Zitate einzelnen Personen zuzuordnen. Die individuellen Aussagen und Einschätzungen wurden nicht überprüft.

Weiterhin wurde ein Test zur Analyse der affektiven Bedeutung von Wörtern (mit Hilfe der Methode des Semantischen Differentials) durchgeführt und die Frage nach der grundsätzlichen Wertschätzung von Selbstständigkeit gestellt. Die Auswertung dieser Ergebnisse ist im Anhang in Übersicht 3 aufgeführt.

2.1. Polen - Zusammenfassung der wesentlichen Aussagen

Frauen als Unternehmerinnen / Existenzgründerinnen:

Derzeit gelten die Ergebnisse der 2011 veröffentlichten PARP Studie „Women Entrepreneurship in Poland“⁸ als wegweisend. Fast alle Interviewpartnerinnen nehmen Bezug darauf. Sie ist das erste Projekt über weibliches Unternehmertum in Polen, die erste Studie, die den Anspruch auf konkrete Politikberatung hat und ins Englische übersetzt wurde. Das Hauptergebnis - wonach in den meisten Punkten keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen bestehen - war sehr überraschend. Allerdings sind Frauen besser ausgebildet und besser organisiert. In technischen Ausbildungen gibt es mehr Männer, Frauen haben „weichere Profile“ und werden nicht auf gleiche Art und Weise vom Finanzsystem wahrgenommen. Ergebnisse einer anderen Studie sind: In Lohnverhandlungen sind Frauen weniger fordernd und werden daher auch zu niedrigeren Löhnen eingestellt. Insofern muss

die PARP Studie auch mit Ergebnissen anderer Studien in Bezug gesetzt werden. Bei einem Computerspiel mit Student/inn/en wurde eine Marktsituation simuliert („Würden sie während einer Krise gründen oder nicht“). Forschungsobjekt war die Entscheidungsfindung. Obwohl in dem Spiel Ergebnisse gleich waren (alle wollten gründen), gab es unterschiedliche Motivationen (Männer: Prestige, Image / Frauen: eigene Interessen verfolgen, warmen Platz haben).

Eine Kreditgeberin berichtet aus ihrer Praxis, dass der Anteil der Frauen bei Verbraucherkrediten (40%) größer ist als bei Geschäftskrediten (5%). Bevorzugte Branchen sind Dienstleistungen, Spa/Wellness, Immobilien, Mode, Kosmetik, Geschäfte, und aktuell Kindergärten, sowie Pflege von Älteren. Frauen sind disziplinierter, verantwortungsbewusster und analysieren das Risiko und die Begleitumstände. Neu ist, dass auch Männer Elternzeit nehmen können. Frauen werden (dadurch) flexibler und erreichen eher Führungspositionen.

Die Stärken von Frauen werden in ihrem Ehrgeiz gesehen. Sie können managen und sie erreichen Ziele (Nachteil: sie haben weniger Zeit für Familie und Ehepartner). Wie kann man den Anteil von Frauen erhöhen? Die wirtschaftliche Situation in Polen ist hart. Besonders Frauen haben Angst, Risiken einzugehen und daher verschieben sie eine Kreditaufnahme. Polen brauche mehr Zeit und auch mehr Bildung. Männer denken groß und deshalb verlieren sie viel – Frauen denken mehr an ihre Familien. Eine typische junge polnische Unternehmerin ist modern, gut ausgebildet und bereit, Risiken zu übernehmen. 36% der Unternehmer in Polen sind weiblich, davon 77 % in größeren Städten. 90% der Unternehmerinnen haben Kinder, 90 % haben das Unternehmen selbst gegründet und nur 5 % haben es gekauft

GENERALLY SPEAKING, ... there is no such a term as „female” and „male” entrepreneurship. ... There is still one, although very crucial, factor worsening the position of women running their own company towards men – children, especially the young ones.

Women Entrepreneurship in Poland –
Research Report
Polish Agency for Enterprise Development (PARP),
Warsaw 2011

Frauen kommunizieren besser, sollten allerdings aufpassen, da „nett sein“ oft mit „schwach sein“ gleichgesetzt wird. Sie müssen sich gegen Sexismus und auch Mobbing von Männern wehren – dafür braucht es Training (z.B. zum Dress Code). Im Geschäftsleben seien Frauen stärker international orientiert und auch kundenorientierter. Der Unterschied liegt im Selbstbewusstsein der Frauen! Unternehmerinnen bringen auch mehr Zeit zusätzlich für Haushalt und Familie auf, während Angestellte weniger Zeit einsetzen. Die Doppelbelastung ist in Polen aufgrund der traditionellen Strukturen sehr groß. Unterschiede werden in psychologischen Faktoren gesehen (Entscheidungsfindung, Selbstbewusstsein, nicht an den Erfolg glauben, Zweifel haben). Zudem steht Unternehmertum für männliches Verhalten. Wenn das Unternehmen läuft sind die Probleme die gleichen wie bei Männern. Um Frauen stärker zu fördern, braucht es „Women Resources Center“ wie in Schweden, um zu ermutigen, Unternehmergeist zu fördern, den Zugang zu Beratung und Finanzen zu ermöglichen.

Besonders in der ersten wirtschaftlichen Umwandlungsphase war Polen sehr unternehmerisch (vorher war Ökonomie in der polnischen Geschichte nicht wichtig). Schon 1988 gab es

eine Gesetzesänderung, die es erleichterte, ein Unternehmen zu gründen, meistens für den Handel. Es gab viele Importe und große Konkurrenz. Der Aufstieg von Unternehmertum war dieser Freiheit, aber auch der Entlassung vieler staatlicher Bediensteter geschuldet. Interessant ist, dass Unternehmen, die nach der wirtschaftlichen Transformation gegründet wurden, erfolgreicher waren als diejenigen, die davor gegründet und weitergeführt wurden. Denn die alten Unternehmen galten als „verdorben“. Es gab keine Konkurrenz, der Absatz war sicher, aber es wurden Steuern erhoben. Unternehmen standen unter politischer Beobachtung, d.h. bei mehr Gewinn stiegen auch die Steuern, so dass kaum Anreize zur Profitorientierung vorlagen. In Enklaven (z.B. Bäckereien) gab es bereits kleines Unternehmertum neben staatlichen Betrieben. Übrigens sieht sich die polnische Bevölkerung selbst nicht als in „Osteuropa“ lebend, sondern in Zentral- bzw. Mitteleuropa!

Zugang zu Finanzierung

Viele Mikrofinanzinstitute (MFI) haben als reine Frauenorganisationen angefangen, sich dann aber ausgeweitet, da „die Männer wichtig sind“ und die Entscheidung über eine Kreditaufnahme immer auch eine Familienentscheidung ist. Eine Besonderheit in Polen ist sicherlich, dass die Kreditvergabe nicht an Lizenzen, Genehmigungen etc. gebunden ist. Konsumentenkredite sind sehr weit verbreitet und gut erreichbar, aber Kredite für Unternehmen (auch für etablierte) und kleinere Selbstständige sind schwer zu erhalten.

Als Reaktion auf die Krise sind die Frauen noch vorsichtiger mit Krediten /Finanzierung. Es gibt noch immer viele familienfinanzierte Gründungen. Dass Frauen von vornherein vertrauenswürdiger sind und sich dadurch besser als Werbefiguren für Kredite eignen, kann nicht gesagt werden. Für einen konkreten MFI-Film wurden Frauen ausgewählt, da sie sich besser ausdrücken konnten und besser ausgebildet waren als die Männer. Keine Unterschiede werden bei Krediten gemacht: die Durchschnittssumme liegt bei 1500 Euro, bei einem Zinssatz von 12-13% (20% Geschäftskredite, 80% Konsumentenkredite). Kredite erhalten vorrangig bereits bestehende Unternehmen. Für Gründungen werden sie i.d.R. nicht vergeben. Diese müssen durch „Love-Money“ über Verwandte und Freunde finanziert werden. Wichtig sind neben dem Zugang zu Finanzierung auch andere Finanzhilfen wie Steuererleichterungen, Rentenansprüche für Unternehmerinnen, Bereitstellung von Kinderbetreuung. Es gilt Unterschiede von Frauen als Vorteile zu nutzen – z.B. muss Extraarbeit für Familie anerkannt werden. Kleine Firmen sollten in Zukunft als Innovation im ökonomischen System Wert geschätzt und gefördert werden.

Mehr Information ist notwendig: Unternehmen verlassen sich meist nur auf eigene Kenntnisse und auf eigenes Geld. In Polen gibt es eine neue Stufe der Entwicklung, es ist viel zu lernen, z.B. über Innovation und internationale Ausrichtung. Unternehmen denken nur an sich nicht an die regionale Ebene. Es gibt zwar zahlreiche Berater, Informationen kommen bei den Unternehmen allerdings nicht immer an. Wirtschaftskammern sind nicht eingerichtet, zumindest nicht obligatorisch. „Networking“ ist noch ein sehr neuer Gedanke, es entstehen allerdings „Clubs“. Für die Teilnahme an deren Veranstaltungen nehmen Unternehmen weite Anreisen in Kauf.

Ökonomische Bildung

An Kursen nehmen 40% Frauen und 60% Männer teil. Die gebührenpflichtigen Beratungen zur Erstellung von Businessplänen aber auch Schuldnerberatungen nehmen meist ganze Familien in Anspruch, wobei die Frauen treibende Kraft sind.

Einfache und gut verständliche Unterlagen der MFI werden gelobt. Insgesamt sei aber nicht das Papier, sondern die Berater-Kunden-Beziehung wichtig. Schulen und Universitäten bieten Kurse für Fragen des Unternehmertums an. Nach Jahren gesetzlich geregelter Gleichheit von Frauen und Männern sollte man nun auch Unterschiede erkennen und existierende Institutionen für Frauen öffnen. Gerade vor der Gründung besteht oft ein Wissensdefizit – Männer wie Frauen haben Angst vor Verpflichtungen. Allerdings gibt es auch die Beobachtung, dass alles als zu kompliziert angesehen wird. Als erster Mangel würde Finanzierung angegeben, dabei haben sich die Gründungspersonen weder darum bemüht noch irgendwelche Informationsquellen genutzt.

2.2. Italien - Zusammenfassung der wesentlichen Aussagen

Frauen als Unternehmerinnen / Existenzgründerinnen:

Sowohl bei Schulungen als auch bei der Nachfrage nach Finanzierungen für Gründungs- bzw. Unternehmenskredite liegt der Anteil der Frauen bei über 40 Prozent. Unterschiede werden im Verhalten gesehen, wobei neben dem Geschlecht die ethnische Herkunft als wichtiger Faktor gesehen wird. Frauen erscheinen verantwortungsvoller, sie zahlen tendenziell zuverlässiger zurück. Männer denken eher an das Geld, um sich sicher zu fühlen, Frauen wollen Informationen. Für den nachhaltigen Erfolg einer Gründung gäbe es Wichtigeres als Geld. Unterschiede gibt es in den Gründungsideen. Frauen sollten Männer nicht kopieren, weil sie sich unterscheiden, die Realität anders wahrnehmen. Frauen sind bei Ideen konkreter, Männer abstrakter. Symbolisch gesehen sind Frauen „mütterlicher“ in ihren Ideen und in ihrem Vorgehen. Eine Herausforderung ist es, familiäre (unbezahlte) Dienstleistungen zu kommerzialisieren. Die Situation der Frauen innerhalb der letzten Jahre hat sich sehr verändert – der Feminismus hat Frauen viel gebracht – allerdings arbeiten laut einer aktuellen Arbeitsstatistik italienische Frauen am meisten aufgrund der Mehrfachbelastung „Arbeit, Familie, Pflege“ und müssen daher lernen, zu delegieren.

Aus dem italienischen Netzwerk API hat sich 1999 die Untergruppe APID mit D für „Donne“ (Frauen) gegründet. Ihr gehören 22% der Mitglieder an und sie verfolgen viele Projekte, besonders in Bezug auf die große Herausforderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Warum wird eine spezielle Unterstützung von Frauen angeboten? Zur psychologischen Unterstützung, Vernetzung mit anderen Geschäftsfrauen, für Tutorinnen für Start-ups. Es werden auch kurze und fokussierte Trainings angeboten (kostenlos zu Finanzthemen, Marketing, Englisch – die Dachorganisation bietet gebührenpflichtige Kurse an) und wichtig ist eine B2B Veranstaltung, die im Mai zum dritten Mal stattfinden wird - bewusst auch mit den Männern des Netzwerkes.

Zugang zu Finanzierung

Um den finanziellen Ausschluss zu bekämpfen, wird der Fokus auf Familienkredite für Häuser/Einrichtungen Renovierungen, Bildung, Gesundheit (die Familienkredite gehen auch hauptsächlich an Frauen: 58%) und nicht auf Gründungskredite gelegt. 80 % der Kredite

gehen an Ausländer/innen. Die italienischen Interessierten an Mikrokrediten gelten meist als nicht bankfähig, denn normalerweise erhalten Einheimische Kredite von den gängigen Banken. Ausländer/innen sind eigenständiger, eher bereit, sich einen Job zu suchen oder auch zu gründen. Einheimische wollen Gehalt und soziale Absicherung.

Etwa ein Viertel bis zu einem Drittel der Kredite werden an kleine Unternehmen vergeben, hierunter wiederum ca. 40% für Existenzgründungen. Westeuropa ist kein großer Markt für Gründungskredite, da eine Selbstständigkeit zu risikoreich und zu teuer ist. Zudem ist der Erfolg einer Geschäftsidee von Faktoren abhängig, die die Gründungsperson nicht selbst kontrollieren kann. Dies ist anders in den Ursprungsländern der Mikrokredite (z.B. Bangladesch), da dort allein Produktionsfaktoren einen Marktvorteil verschafften, unabhängig von Marketing etc. Auch die Betreuung von Gründungen (BDS – Business Development Services) ist sehr zeitaufwändig, kostspielig und risikoreich. Circa ein Viertel der jungen Unternehmen gibt nach einem Jahr auf. Für arme Leute ist die Selbstständigkeit keine Lösung ihrer Probleme.

Die Kredite werden hauptsächlich von Einzelpersonen beantragt –es gibt kein Interesse an Gruppenkrediten. Die Individuen benötigen jedoch Referenzen der ethnischen Community, Kirchengemeinde, Freunden, Familie etc. Das Ausfallrisiko bei Familienkrediten ist nur ein Drittel so hoch wie bei Geschäftskrediten.

Es gibt regionale Fonds für Kredite z.B. in Piemont für Familien / Frauen und Jugendliche bis zu 40.000 Euro und regionale Mikrokredite bis max. 25.000 Euro, aber man benötigt eine Bank bzw. eine Mikrofinanzinstitut (MFI) um Kredite zu beantragen. Der Zugang zu Finanzen ist für Frauen und Jugendliche schwieriger, da sie keine Garantien haben, keine Sicherheiten, kein Eigenkapital. Bei der befragten MFI Permico bekommt man sehr schnell einen Kredit (max 1 Monat), der regionale Fonds dauert bis zu 6 Monaten. Geschäftsgründungen erhalten je nach MFI 1.500 bis 26.000 Euro bei 0% bis zu 12% Zinsen. Bei der Vergabe und Abwicklung eines Kredites ist es wichtig, eine Beziehung aufzubauen und Vertrauen zu schaffen. Banken vertrauen in der Regel dem Urteil der MFI und zahlen ihnen zum Teil auch Provisionen.

Die Mikrofinanzinstitute stehen selbst unter dem Druck der Wirtschaftlichkeit: Permico will die Anzahl der Kredite von 700 auf 1500 pro Jahr zu erhöhen (aktuell: ca. 100 Kredite p.m.). Um profitabel zu sein, müssten 5000 Kredite vergeben werden. Permico ist an dem ganzen Prozess beteiligt – von Beratung über Vergabe bis zum Eintreiben der Raten (von allen Anfragen zur Geschäftsfinanzierung werden 54% persönlich beraten und 11% letztendlich gefördert – bei Familienkrediten 66% beraten und 27% gefördert). Die Angestellten brauchen fachliche Fähigkeiten ebenso wie soziale. Mikrofinanzierung ist eine profitorientierte, kommerzielle Tätigkeit, aber mit einer sozialen Mission. Aus der Statistik von Fincalabria ergibt sich Folgendes: von November 2010 bis Mitte März 2012 wurden 997 Kredite vergeben, davon 41% an Frauen. Allerdings wurden 24% der Anträge im ersten Monat gestellt, danach durchschnittlich 50 Anfragen pro Monat. Einzelfirmen überwiegen mit 81% und italienische Staatsbürger/innen mit 92%, die 82 „Nicht Italiener“ stammen zu 40% aus der EU. Bezogen auf die Branchen überwiegen Handel (52%) und Dienstleistungen (42%).

Ökonomische Bildung

Die Beratung zu Businessplänen wird im Auftrag der Regionalregierung auch von privaten Beratungsfirmen übernommen, die sich regelmäßig auf Ausschreibungen bewerben. Neu ist

die Ausweitung von gewerblichen auf freiberufliche Gründungen. Aufgrund der steigenden Arbeitslosigkeit wird hier ein höherer Bedarf gesehen, allerdings erhalten diese nach der Gründung keine Betreuung mehr. Den vorgestellten Gründungsvorhaben stehen 9% Gründungen gegenüber. Es gibt in diesem Beratungsprojekt gleich viele Frauen und Männer, aber keine Differenzierung nach Geschlecht bei anderen Indikatoren. 86% der Teilnehmer/innen haben vor der Beratung keine Kenntnisse über berufliche Selbstständigkeit. Frauen gründen kleine Geschäfte, auch Kindergärten, meist nach der Familienphase, denn Kinderbetreuung ist in Italien sehr teuer. Es müssten mehr Informationen vergeben, mehr Vernetzung gefördert und auch die bürokratischen Hürden sollten abgebaut werden. Ein Viertel der Unternehmen wird von Frauen geführt und Frauengründungen nehmen zu (Männergründungen nehmen ab). Anlass ist zunehmend die Arbeitslosigkeit. Der Schock nach der Krise traf die Männer mehr als die Frauen, da Frauen schon immer Probleme hatten z.B. Familie und Karriere zu vereinen. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Gründungsmotiv wird kritisch und schwer umsetzbar eingeschätzt.

Frauenförderung ist wichtig, da sonst Humanressourcen verschwendet werden, ebenso wie auch bei Jugendarbeitslosigkeit. Daher ist es wichtig, im Sinne von Change Management Frauen zu fördern. Veränderung ruft jedoch meist Gegenwehr hervor, daher müssten auch Männer diesen Prozess unterstützen. Bei dem „Gammadonna Wettbewerb“ werden innovative Managerinnen für die Organisation von Unternehmen sowie erfolgreiche Unternehmen ausgezeichnet, und dabei nicht mit Geld sondern dem Symbol der „goldenen Biene“ geehrt und mit Werbung belohnt. Der Wettbewerb mit hochkarätiger Jury ist ein großer Event, der in verschiedenen Regionen stattfinden soll. Gammadonna versteht sich nicht als Expertentum, sondern als Scouts und Vernetzungsplattform, insbesondere um verschiedene Initiativen, die an einem ähnlichen Thema arbeiteten (z.B. Frauen-Quote oder Forderungen von jungen Professionellen) an einen Tisch zu bringen und den Minimum Konsens zu formulieren, um diesen mit einer Stimme vorzutragen. Vernetzung ist äußerst wichtig!

Das MFI MAG möchte das Verhältnis zu Geld überdenken nach dem Motto „work well think well earn well „– was man tut soll nachhaltig sein. Als Wunsch für die nächsten 20 Jahre wird formuliert: eine andere Art des Wirtschaftens („Mutualism“- gemeinschaftliches Wirtschaften) einführen – also eine „New Economy“ und ein Wechsel des kapitalistischen Systems.

2.3. Deutschland – kurzer Überblick

In Deutschland haben die Bundesministerien für Arbeit und Soziales sowie Wirtschaft und Technologie einen „Mikrokreditfonds“ aufgelegt, mit dessen Umsetzung die GLS Bank beauftragt ist. Mikrokredite werden über Mikrofinanzinstitute vergeben, deren Akkreditierung durch das Deutsche Mikrofinanz Institut e.V., der Dachorganisation der Mikrofinanzinstitute in der BRD, erfolgt. So ist z.B. der Verein Goldrausch auf die Vergabe von Krediten an Frauen spezialisiert. Er hat – parallel zur vorliegenden Untersuchung - im Rahmen des CoPIE Programms eine Studie zur konkreten Gestaltung von Mikrokrediten für Frauen durchgeführt.

3. Erfolgsfaktoren und Gestaltungsparameter

Als Erfolgsfaktor sehen wir eine Bedingung an, die die berufliche Selbstständigkeit der Zielgruppe „Frauen“ fördert und ihnen den Zugang zu finanziellen Ressourcen ermöglicht. Bezogen auf die Mikrofinanzierung soll eine Gewinn erwirtschaftende Unternehmensentwicklung begünstigt werden, gleichzeitig aber auch eine Rückzahlung des Kredites möglich sein. Unter Gestaltungsparameter verstehen wir konkret umsetzbare Handlungsempfehlungen.

3.1. Rahmenbedingungen – Die Logik der Systeme

Die Vergabe von Mikrokrediten hat ihren Ursprung in der Verwirklichung einer sozialen Idee und soll doch zunehmend dem Anspruch der Wirtschaftlichkeit, in einigen Fällen auch der Profitorientierung, genügen. In Deutschland zeigt sich diese Entwicklung in der Zusammensetzung der akkreditierten Mikrofinanzinstitute (MFI) unter dem Dach des Deutschen Mikrofinanzinstitutes (DMI), wo sich kommerzielle, gewinnorientierte und (teilweise öffentlich geförderte) nicht gewinnorientierte MFI treffen.

Sowohl in Polen (Fundusz Mikro) als auch in Italien (permicro) stehen MFI unter dem Druck, eine kritische Anzahl von Krediten zu vergeben, um sich selbst wirtschaftlich abzusichern.

In dem Mikrofinanzsystem trifft die Logik zweier unterschiedlicher Systeme aufeinander: (1) die Logik des Finanzsystems, die in erster Linie am Profit orientiert ist und daher Mikrofinanzierungen in der Regel nicht als aussichtsreichen Bankservice versteht und (2) die Logik des Europäischen Sozialfonds, der Zuschüsse für Integrationsförderung und Beschäftigung durch Existenzgründung und Mikrofinanzierung bereit stellt.⁹

Durch die Vergabe von Geld – sei es als Kredit oder Zuschuss - wird eine Beziehung definiert, die aufgrund der quantitativen Größe „Geld“ für alle Beteiligten messbar ist. „Somebody has got to pay for it“ – und wenn es die Steuerzahler sind!¹⁰ Daher sollte in jedem Fall transparent sein, unter welchen Voraussetzungen ein MFI tätig wird und was als Gegenleistung erwartet wird. Die „Rückzahlung“ der gewährten Leistungen kann auch in nicht monetären Größen definiert sein (Return of social investment).

Erfolgsfaktor: (a) Klare Positionierung der Mikrofinanzinstitute in ihrer Gewinnorientierung im jeweiligen Leitbild und Leistungsangebot / Leistungsversprechen für Kund/inn/en im Sinne des Verbraucherschutzes.

(b) Rückzahlung des Kredites bzw. „Return of social investment“

Gestaltungsparameter: (a) Klärung der Rollen der MFI-Mitarbeiter/innen als neutrale Beratungsfachkraft und/oder Kreditsacharbeiter/in mit Nachweis der entsprechenden Qualifikation und Prozesskompetenz (z.B. durch erweiterte Kompetenz im Nachweis der DGF-Zertifizierung für die zielgruppen- und genderorientierte Gründungsberatung).

(b) MFI als Dienstleister / Kooperationspartner für Banken, was durch Provisionszahlungen für Beratungsleistungen vergütet wird.

(c) Definition des „Return of social investment“, z.B. als Rollenvorbilder, als Mitglieder einer Fördergemeinschaft (z.B. genossenschaftlich organisiert)

3.2. Frauen als wirtschaftlich handelnde Subjekte fördern

Auch bei Familienkrediten – wie sie in Polen und Italien vorrangig vergeben werden - ist wirtschaftliches Handeln und unternehmerisches Denken gefragt. Frauen spielen hier eine zentrale Rolle und übernehmen große Verantwortung. Im Sinne von Empowerment und Qualifizierung kann eine Erweiterung dieser Kompetenzen auf den professionellen Bereich stattfinden. Somit geht es nicht nur um das Geld, den Kredit als solchen, sondern um den Umgang mit Geld bzw. Krediten!

Bei der Beratung zu Mikrokrediten für Gründungsvorhaben werden Frauen für Bankgespräche und für die (professionelle) Vereinbarung von Privatdarlehen bzw. Nutzung von privatem Kapital qualifiziert. Auch wenn dies nicht zur Vergabe eines Kredites durch das MFI führt, ist hierin ein wichtiger Beitrag zur Stärkung von Gründerinnen / Unternehmerinnen zu sehen. Dies betrifft nicht nur den Gründungsbereich, sondern setzt sich in der Begleitung von Unternehmerinnen in Bezug auf Wachstumsprozesse ihres Unternehmens fort.

Weiterhin verhalten sich Frauen meist als Teil ihres sozialen Systems. Dies ist dann der Fall, wenn die Verantwortungsbereiche Beruf und Familie (Kinder, ältere Angehörige) in Einklang zu bringen sind. Die Vereinbarkeit dieser beiden - vor dem Hintergrund des demografischen Wandels - gesellschaftlich höchst relevanten Bereiche, gilt es zu ermöglichen.

Erfolgsfaktor: (a) Stärkung von Frauen und Abschöpfung ihres unternehmerischen Potenzials aber auch generell gesellschaftliche Anerkennung von Unternehmertum / Selfemployment.

(b) „Selbstständigkeit“ darf nicht allein als Beruf, sondern sollte auch als Qualifikation verstanden und gefördert werden.

Gestaltungsparameter: (a) Beratung zu Fragen des Umgangs mit Geld und der Finanzierung sollte gefördert, kostenpflichtig oder über Bankprovision finanziert sein.

(b) Entwicklung spezieller (Finanz-)Lehrgänge für Frauen, nicht nur bei Gründungsvorhaben, sondern auch für die Unternehmensentwicklung bzw. das Unternehmenswachstum.

(c) Der Erfahrungsaustausch und die Vernetzung von Expertinnen auf internationaler Ebene würde eine breitere Datenbasis und konkretere Empfehlungen ermöglichen.

3.3. Kreditvergabe, Kreditbewerbung und Kreditkonditionen

Vor dem Hintergrund des Gleichheitsgrundsatzes ist es naheliegend, die Konditionen (Zinshöhe, Tilgung etc.) für Kredite nicht orientiert am Geschlecht zu unterscheiden („One fits it all“). Dennoch bietet es sich an, die Mikrofinanzprodukte unterschiedlich für verschiedene Zielgruppen zu bewerben und gegebenenfalls auch unterschiedlich auszurichten. Diese Variationen (z.B. in Bezug auf Laufzeit, Unterbrechungen) können sich an Branchen, familiärer Verpflichtung, Größe des Unternehmens festmachen und damit strukturellen Unterschieden zwischen den Geschlechtern gerecht werden.

Die Kreditabwicklung sollte nach dem Prinzip „keep it small and simple“ organisiert sein und für beide Parteien (Kreditgeber/in und Kreditnehmer/in) größtmögliche Transparenz und Rollenklarheit ermöglichen. Bürgschaften und Gemeinschaftskredite als Absicherungsform für Mikrokredite werden zumindest von deutschen Kundinnen kaum angenommen. Um dennoch

den Zugang zur Finanzierung gerade für das Risiko einer Neugründung (im Gegensatz zur Zwischenfinanzierung von z.B. Betriebsmitteln für laufende Vorhaben) zu gewährleisten, bietet sich die Einrichtung zusätzlicher Fonds an (im Gegensatz zu „Love-Money“): im Sinne eines Gründungswettbewerbs kann die Mitgliedschaft (z.B. in genossenschaftlichem System) und Finanzierung beantragt werden, gleichzeitig aber auch die Verpflichtung zur Rückzahlung als Geldgeberin für spätere Gründerinnen geschlossen werden.

Zu beobachten bleibt die Entwicklung des seit 2011 in Deutschland stattfindenden „Crowd-Funding“ („Schwarmfinanzierung“ durch Kapitalbeschaffung über Internetplattformen mit einer Vielzahl von Geldgebern), das bislang meist für Projekte im künstlerischen Bereich angewandt wurde, sich inzwischen als „Crowdinvesting“, aber auch als Form der Mittelbeschaffung für kapitalintensive Start-ups entwickelt. Spannend wird neben der Gewährleistung des Anlegerschutzes auch hier die Untersuchung der genderspezifischen Unterschiede sein!

Erfolgsfaktor: (a) Zinslose Kredite, ohne Bürgschaften und Sicherheiten und ohne weitere Verpflichtungen würden die Inanspruchnahme sicherlich erhöhen – dies ist in einem System als Zuschuss bzw. „Gewinn“ im Rahmen eines Wettbewerbs möglich.

(b) Fokussierung des Zieles (wofür nehme ich den Kredit auf) in der Beratung und Darstellung von Krisenszenarien und des Umgangs damit.

Gestaltungsparameter: (a) „Keep it small and simple“ – Beantragung und Abwicklung formal so einfach wie möglich gestalten, schneller Geldfluss bei Ausgabe aber auch bei (Teil-) Rückzahlung.

(b) Bewerbung von Mikrokrediten orientiert an für bestimmte Branchen (z.B. Gesundheit und Soziales, Kunst-Kreativwirtschaft) / für bestimmte Anschaffungen (für Kommunikation, Mobilität) / für bestimmte Lebenssituationen (Teilzeit mit Kleinkind / mit Pflegebedürftigem – z.B. auch für Betreuungskosten).

4. Fazit

Unterschiedlich und doch ähnlich

So unterschiedlich die Wirtschaftslage und auch die soziale Absicherung in den untersuchten Ländern sind, so ähnlich gestaltet sich die Situation von Frauen, insbesondere wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und die Teilhabe am wirtschaftlichen Leben geht.

Gleich und doch nicht gleich

Bei der Kreditvergabe werden die Gelder für Männer wie Frauen zu den gleichen Bedingungen vergeben, dennoch nehmen Frauen das Geld weniger häufig in Anspruch. Bei Bewerbung und Vergabe lohnt sich hier ein zielgruppenspezifisches Vorgehen, um die Zugangschancen und die Nutzung anzugleichen.

Verschiedenartig aber gleichwertig

Die wirtschaftliche Etablierung ist in der Regel Ziel jedes Gründungsvorhabens. Der Weg in die Selbstständigkeit, Dauer und Prozess einer Gründung, Rahmenbedingungen und Form wie Umfang der Finanzierung mögen gerade in der Anfangsphase verschieden sein, sagen jedoch nichts über die Wertigkeit der unternehmerischen Fähigkeiten und das grundsätzliche Entwicklungspotenzial aus.

5. Quellenverzeichnis:

¹ Eurostat Pressemitteilung 36/2011

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/1-04032011-AP/DE/1-04032011-AP-DE.PDF

² Fuchs, Gesine – Gleichstellung auf dem Arbeitsmarkt – ein europäischer Vergleich – , Bundeszentrale für politische Bildung, 26.1.2011

http://www.bpb.de/themen/AVISSS,0,0,Gleichstellung_auf_dem_Arbeitsmarkt.html

³ Eurostat Pressemitteilung 149/2010

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/3-08102010-AP/DE/3-08102010-AP-DE.PDF

⁴ Dörfler, Kordula – Mammoni – Muttersöhnchen fürs halbe Leben, Die Presse, 7.5.2011

http://diepresse.com/home/panorama/welt/660182/Mammoni_Muttersoehnchen-fuers-halbe-Leben/

⁵ Eurostat, Das Leben von Frauen und Männern in Europa: ein statistisches Porträt, Ausgabe 2008, Seite 55

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-80-07-135/DE/KS-80-07-135-DE.PDF

⁶ Eurostat, Das Leben von Frauen und Männern in Europa: ein statistisches Porträt, Ausgabe 2008, Seite 62

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-80-07-135/DE/KS-80-07-135-DE.PDF

⁷ Sternberg et al, Global Entrepreneurship Monitor, Länderbericht Deutschland, 2010, S.13

http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2010/gem2010.pdf

⁸ Polish Agency for Enterprise Development (Hrsg.), Women Entrepreneurship in Poland, Warschau 2011, www.parp.gov.pl

⁹ Statement von Gerhard Bräunling, EU Koordinator, auf dem CoPIE Policy Forum April 2012

¹⁰ Statement von Elzbieta B. Dec, Gründerin von Fundusz Mikro, Polen



Information zum Deutschen Gründerinnen Forum e.V.

Im Deutschen Gründerinnen Forum (DGF) e.V. haben sich seit 1997 bundesweit Organisationen und Expertinnen zusammengeschlossen, um gemeinsam durch innovative Modellprojekte, Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit sowie durch die Entwicklung von Qualitätsstandards für Qualifizierung und Beratung die Rahmenbedingungen für Gründerinnen und Unternehmerinnen zu verbessern. Vereinsziel ist die Schaffung eines positiven Klimas für Unternehmensgründungen von Frauen. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit bemüht sich das bundesweite Kompetenznetzwerk um die Vermittlung eines realitätsgerechten und zukunftsorientierten Unternehmerinnenbildes. Neben konkreten Projekt-Vorhaben sind die Politikberatung zur Weiterentwicklung der Förderprogramme und -instrumente sowie Realisierung adäquater Rahmenbedingungen ebenfalls wichtige Arbeitsschwerpunkte des Expertinnennetzwerks.

Weitere Informationen www.dgfev.de

ANHANG

Tabelle 1: Wirtschaftslage

	Deutschland	Italien	Polen
Bevölkerungsdichte	229 Einw./qkm	195 Einw./qkm	122,2 Einw./qkm
Bevölkerungswachstum	-0,2% (2009/2008)	1% (2010/2009)	0,1%
BIP Pro Einwohner	30.295 Euro	25.629 Euro	9.735 Euro (Ländeswährung Polen:Zloty)
Arbeitslosigkeit 2010	6,7% (5,7% Feb.2012)	8,5 % (Prognose) / (9,3% Feb. 2012)	12,3 % (10,2% Feb. 2012)
BIP	Für 2012 wird ein moderates Wachstum von 1,0% erwartet.	Mitte 2011 hat in Italien der Abschwung eingesetzt. 2012 steht dem hochverschuldeten Land eine Rezession bevor.	Polens Wirtschaft könnte 2012 nur noch um 2 bis 3,5% wachsen; Dämpfer bei allen Nachfrageaggregaten möglich
Investitionen	Investitionen (Anlage-, Ausrüstungs- und Bauinvestitionen) legen 2011 stark zu, schwächen sich aber Anfang 2012 vermutlich deutlich ab.	Banken kürzen die Kreditvergabe an Unternehmen, die Investitionen gehen zurück. Infrastrukturinvestitionen möglich.	2011 über 12 Mrd. Euro ausländische Direktinvestitionen erwartet; im Vordergrund stehen Technologieprojekte.
Privater Konsum	Der private Konsum setzt seinen Aufwärtstrend fort und trägt die Konjunktur voraussichtlich auch in 2012.	Verfügbare Einkommen 2012 rückläufig, staatlicher Konsum bricht ein, privater Konsum geht zurück.	Triebkraft hat gegenüber den Vor-Krisen-Jahren leicht eingebüßt; 2012 voraussichtlich noch geringere Impulse.

Datenquellen:
Germany Trade & Invest www.gtai.com – Stand November 2011
und für Arbeitslosigkeit Februar 2012: Pressemitteilung Eurostat 52/2012
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

Tabelle 2:
Kleine und Mittlere Unternehmen

	Anzahl der Unternehmen	Mikro	Klein	Mittlere	Große
EU 27	20,8 Mio	92,2%	6,5%	1,1%	0,2%
Deutschland	2,0 Mio	82,8%	14,1%	2,6%	0,5%
Italien	3,8 Mio	94,5%	4,9%	0,5%	0,1%
Polen	1,4 Mio	95,4%	3,3%	1,1%	0,2%

Datenquelle: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Small_and_medium-sized_enterprises / Stand 2009

Tabelle 3:
Kleine und mittlere Unternehmen (Anm.1) und deren Ergebnisse von Kreditanträgen (Anm.2) (in % aller Kreditanträge)

	2007			2010		
	Erfolgreich	Teilweise erfolgreich	Erfolglos	Erfolgreich	Teilweise erfolgreich	Erfolglos
Deutschland	85,3	8,0	6,7	75,9	15,9	8,2
Italien	86,6	12,2	1,2	78,4	16,7	4,9
Polen	91,9	4,3	3,7	85,4	10,3	4,3

1. Unternehmen in Nicht-Finanzbereichen, die im Jahr 2005 zwischen 10 und 249 Personen beschäftigten und im Jahr der Erhebung weiterhin mindestens 10 Personen beschäftigten.
2. Ein Kredit ist der Geldbetrag, den eine Partei einer anderen Partei für eine bestimmte Zeitspanne zur Verfügung stellt. Der Geldbetrag wird nach den von beiden Parteien vereinbarten Bedingungen zurückgezahlt, einschließlich besonderer Zinssätze und innerhalb der Zeitspanne, die für die Rückzahlung vereinbart wurde. Es werden nur Banken berücksichtigt, jedoch keine anderen Kreditinstitute. Bei KMU, die mehrere Kredite abgeschlossen haben, wird nur der wichtigste Kredit miteinbezogen.

Ein **erfolgreicher** Kreditantrag: der Kredit wird von der Bank gewährt.

Ein **teilweise erfolgreicher** Kreditantrag: der Kredit wird von der Bank gewährt, jedoch unter weniger günstigen Bedingungen als gewünscht.

Ein **erfolgloser** Kreditantrag: der Kredit wird von der Bank nicht gewährt.

Die Summe addiert sich möglicherweise nicht zu 100% auf, auf Grund von Rundung.

Datenquelle: Eurostat Pressemitteilung 144/2011 http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-03102011-AP/DE/4-03102011-AP-DE.PDF

Übersicht 1 Sozialversicherungsleistungen

Auch in Bezug auf die **Sozialversicherungsleistungen** – hier verkürzt dargestellt an den Leistungen bei Arbeitslosenversicherung sowie für Familie und bei Mutterschaft – gibt es Unterschiede in den drei untersuchten Ländern, was Umfang, Höhe und Dauer der Leistungen betrifft.

In Deutschland beträgt das Arbeitslosengeld in der Regel 60 Prozent des pauschalierten Nettoentgelts der vorherigen Beschäftigung für 12 Monate. Danach ist eine staatliche Existenzsicherung möglich (Arbeitslosengeld II). Bei Familie und Mutterschaft haben beide Eltern gegenüber dem Arbeitgeber Anspruch auf Elternzeit bis zu drei Jahren. Elterngeld wird an Vater und Mutter für maximal 14 Monate gezahlt. Ersetzt werden 67 Prozent des wegfallenden Einkommens, maximal 1800 Euro im Monat. Das Mindestelterngeld beträgt 300 Euro. Ein Elternteil kann höchstens zwölf Monate allein in Anspruch nehmen, zwei weitere Monate sind als Option für den jeweils anderen Partner reserviert. Kindergeld gibt es für alle Kinder bis zum 18. Lebensjahr für das erste und zweite Kind monatlich 184 €, für das dritte 190 € für vierte und jedes weitere Kind monatlich 215 €. Für Kinder in Ausbildung verlängert sich der Bezug von Kindergeld bis zum 25. Lebensjahr, für Kinder ohne Arbeitsplatz bis zum 21. Lebensjahr.

In Italien orientiert sich das Arbeitslosengeld am gesetzlich festgelegten monatlichen Bruttohöchstbetrag ca. 886 EUR/ max ca. 1065 EUR. Es wird für acht Monate gezahlt. Familiengeld wird abhängig vom Familieneinkommen bezahlt. Eine sogenannte Unterstützungszulage gibt es für Familien mit mindestens drei minderjährigen Kindern: in Höhe von monatlich ca. 125 EUR für dreizehn Monate. Weitere Familienbeihilfen werden auf Antrag auch z.Bsp. auch für: selbständige Erwerbstätige gewährt.

In Polen beträgt die Höhe des Arbeitslosengeldes ca. 170 Euro in den ersten drei Monaten des Anspruchs und ca. 135 in den folgenden Monaten des Anspruchs (je nach Region 6-12. Monate Höchstdauer). Familienleistungen sind die einkommensabhängige Familienzulage nach dem Alter des Kindes (zurzeit von ca. 16 – 23 EUR monatlich). Für Kindesbetreuung während des Erziehungsurlaubs wird eine Familienzulage in Höhe von ca 95 EUR monatlich gewährt. Diese Zulage kann für die Dauer von 24 Monaten gezahlt werden. Bei der Geburt eines Kindes gibt es eine einmalige Leistung. Das Mutterschaftsgeld wird während des gesamten Mutterschaftsurlaubs gezahlt – für die Dauer von 20 Wochen in Höhe von 100 % der Vergütung, welche die Bemessungsgrundlage für die Unterstützung bildet. Seit 2010 hat auch der Vater des Kindes Anspruch auf bezahlten Vaterschaftsurlaub.

Quelle: <http://ec.europa.eu/eures> :

Übersicht 2

Interviewpartner/innen:

Aufgeteilt nach Ländern

Polen

Joanna Wysocka-Turek	Kasa Polska –Vorsitzende des Aufsichtsrates
Elzbieta B. Dec –	Fundusz Mikro - Gründerin und externe Beraterin
Maria Anna Knothe –	Politikerin und Gründerin / Präsidentin des Center for the Advancement of Women Foundation (CAW) (im Ruhestand),
Ewa Rumińska-Zimny –	Institute of International Economic Relations at the Warsaw School of Economics
Ewa Lisowska	Institute of International Management and Marketing at the Warsaw School of Economics
Anna Tarnawa	Polish Agency for Enterprise Development (PARP)
Ewa Balcerowicz	CASE – Center for Social and Economic Research

Italien

Loredana Aldegheri	Gründerin MAG – Societa Mutua per l'Autogestione, Verona
Gemma Albanese	Beraterin MAG – Societa Mutua per l'Autogestione, Verona
Corrado Ferretti	Präsident PerMicro – Turin
Monica Bertola	Produktmanagerin PerMicro Turin
Ljijana Janjic	APID – Netzwerk für Unternehmerinnen – Mitglied und Unternehmensberaterin
Laura Carletti	Beraterin – CODEX societa cooperativa
Mario Parenti	Repräsentant und Organisator der Initiative Gammadonna
Bruno Palvetta	Repräsentant Fincalabra SpA - Società Finanziaria Regionale per lo Sviluppo Economico della Calabria
Aurelio Amedeo Longo	Berater- Fincalabra SpA -
Marcella Corsi,	Solvay Brussels School of Economics and Management und Fondazione Risorsa Donna, Rom

Aufgeteilt nach Funktionen

Vertreter/innen von Mikro-Finanzinstituten

Joanna Wysocka-Turek, Elzbieta B. Dec, Loredana Aldegheri, Gemma Albanese, Corrado Ferretti, Monica Bertola, Bruno Palvetta, Aurelio Amedeo Longo

Wissenschaftlerinnen

Ewa Rumińska-Zimny, Ewa Lisowska, Anna Tarnawa, Ewa Balcerowicz, Marcella Corsi

Berater/innen / Netzwerker/innen

Maria Anna Knothe, Ljijana Janjic, Laura Carletti, Mario Parenti

Dank an die Mitglieder der Scout-Visit-Gruppe des DMI und Kolleginnen von Gründerinnen Consult/ Hannover, sowie die Teilnehmer/innen des CoPIE Policy Forums April /2012

Übersicht 3 Auswertung des Semantischen Differentials und der Skalafrage

Um herauszufinden, welche Einstellungen die Interviewpartner/innen mit bestimmten Begriffen verbinden, wurde ihnen ein Fragebogen mit einem „Semantischen Differential“ in der jeweiligen Landessprache vorgelegt. Ein „Semantisches Differential“ ist ein Verfahren zur quantitativen **Analyse der affektiven Bedeutung von Wörtern**, das von Charles E. Osgood 1957 entwickelt wurde. Die bisherige Forschung hat gezeigt, dass kulturübergreifend drei Faktoren ausreichend sind, um den affektiven Teil der Wortbedeutung zu beschreiben: Valenz, Aktivierung und Potenz. Diese drei Dimensionen scheinen eine Art ‚sozio-emotionale Grundausstattung‘ des Menschen zu bilden, unabhängig von seiner Sprache und Kultur.

Es wurden 23 Personen befragt, darunter 18 Frauen (polnische Teilnehmerinnen nur Frauen), davon waren 39% in der Beratung tätig und 30% waren Vertreter/innen einer Organisation.

Auszug Fragebogen (deutsche Version):

GELD

	4	3	2	1	1	2	3	4	
erfreulich									ärgerlich
langsam									eilig
stark									schwach
pessimistisch									optimistisch
erregt									ruhig
unterlegen									überlegen
wohltuend									verletzend
träge									rasend
einflussreich									einflusslos
entgegenkommend									abweisend
beweglich									starr
eingezwängt									frei
herzlich									kühl
fortschrittlich									veraltet
fügsam									mächtig
schlecht									gut
abgeschlafft									hektisch
hart									weich

Insgesamt werden in allen drei Sprachen ähnliche Antworten gegeben. Dem Begriff „Geld“ wird in Polen auf allen drei Dimensionen ein höherer Wert gegeben als in Italien und Deutschland insbesondere im Hinblick auf Valenz und Potenz. Der Begriff „Frau“ wird in der Valenzdimension in Polen und Italien höher bewertet als in Deutschland. Bei den polnischen Antworten fällt auf, dass bei dem Begriff „Frau“ die Valenz 1,9 Punkte höher liegt als die Potenz.

Messung der affektiven Wortbedeutung

Mittelwert der drei Dimensionen

	GELD			FRAU		
	Deutsch	Polnisch	Italienisch	Deutsch	Polnisch	Italienisch
Valenz	5,4	6,5	5,3	5,6	6,8	6,6
Aktivierung	5,5	5,8	5,5	5,6	5,7	5,5
Potenz	5,2	6,9	5,6	4,7	4,9	5,1

Bei den deutschen und polnischen Antworten wird „Geld“ und „Frau“ in der Valenzdimension gleich bewertet, bei den italienischen liegt der Wert für „Frau“ um 1,3 höher als „Geld“. In der Dimension „Aktivierung“ ähneln sich die Antworten am meisten. In der Potenzdimension finden sich die auffälligsten Unterschiede, sowohl innerhalb einer Sprache (Differenz von 0,5 zwischen „Geld“ und „Frau“ in Deutsch und Italienisch) aber auch zwischen den Sprachen: die polnischen Teilnehmerinnen geben dem Begriff „Frau“ zwei Potenzpunkte weniger als dem Begriff „Geld“.

Polen: „Frau“ ist wertvoll aber nicht mächtig und wesentlich weniger mächtig als „Geld“!

Italien: „Frau“ sind wertvoller als „Geld“!

Deutschland: „Frau“ und „Geld“ werden ähnlich gesehen!

Weiterhin wurde den Interviewpartner/inne/n die folgende Frage gestellt: „Auf einer Skala von 1 – 10: wie hoch ist die **Wertschätzung von Unternehmertum** in ihrem Land?“

Die italienischen Antworten liegen im Durchschnitt bei 6 (von 3 bis 6) mit den folgenden Begründungen: die Wertschätzung habe zwar in den letzten Jahren zugenommen, allerdings würden traditionelle Unternehmen mit Nähe zur Finanzwirtschaft negativ gesehen. Selbstständigen haftet das Vorurteil an, dass sie keine/ nicht ausreichend Steuern bezahlen würden. Zwar würden Start-ups als positiv, da mutig und risikofreudig, eingeschätzt, zumal sie etwas Neues versuchen. Konservative, ältere Menschen bevorzugen jedoch die Investition in Immobilien und Sachwerte weniger in Bildung und Ideen. Dennoch wird eine Gründung als risikoreich eingeschätzt und einige Selbstmorde in Italien (vgl. Die Zeit, 4.4.2012 – Macht die Krise Italien depressiv?) unterstreichen die schwierige wirtschaftliche Situation.

Die polnischen Antworten liegen im Durchschnitt bei 7 (von 1-10) mit den folgenden Begründungen: Unternehmer arbeiten hart und das wird - immer mehr -gewürdigt, allerdings nicht bei allen Formen von Selbstständigkeit in der gleicher Form: ein Cafe ist ok nicht aber eine selbstständige Putzfrau. Während der Transformationsphase haben in Polen die Unternehmer eine führende Rolle eingenommen, allerdings machen Lohnkosten, Steuern und wechselnde Bestimmungen das Unternehmertum generell schwierig. In den Städten sei die Anerkennung wesentlich höher als auf dem Land. In vielen Fällen gelten Unternehmer noch als gierig und betrügerisch. Während der kommunistischen Zeit waren private Firmen erlaubt mußten aber viel tricksen. Daher ist ein neues – positives – Image nötig!