

Arndt Werner, Peter Kranzusch, Rosemarie Kay

# **Unternehmerbild und Gründungsentscheidung**

Genderspezifische Analyse

Deutscher Universitäts-Verlag

## Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	IX
Verzeichnis der Tabellen	XI
1. Einleitung	1
2. Unternehmerbild und Gründungsneigung: Herleitung eines möglichen Zusammenhangs	5
2.1 Ursachen der geringeren Gründungsneigung von Frauen	5
2.1.1 Allgemeine Einflussfaktoren auf die Gründungsneigung	7
2.1.1.1 Human- und Finanzkapital als Ressourcen	7
2.1.1.2 Einstellungs- und Persönlichkeitsfaktoren	9
2.1.2 Das Geschlecht als Einflussfaktor	11
2.2 Das Unternehmerbild	17
2.2.1 Der Unternehmer in den Wirtschaftswissenschaften	17
2.2.1.1 Funktionsorientierte Ansätze	18
2.2.1.2 Psychologisch-soziologische Ansätze	21
2.2.2 Das Anforderungsprofil des Unternehmers	22
2.2.3 Das Unternehmerbild im Spiegel von Bevölkerungsbefragungen	23
2.2.4 Die Unternehmerin als Sonderfall des gesellschaftlichen Unternehmerbildes	29
2.3 Die Bedeutung des Unternehmerbildes für die Entscheidung zur Selbständigkeit	32
3. Unternehmerbild und Gründungsneigung: eine empirische Analyse	39
3.1 Die Datenbasis	39
3.1.1 Die Messebefragungen	39
3.1.1.1 Ersterhebung auf Gründungsmessen	39
3.1.1.2 Folgebefragung nicht selbständiger Messebesucher	42
3.1.2 Das Sozio-oekonomische Panel des DIW (SOEP)	43
3.1.3 Vergleich der Messebesucher mit der gründungsinteressierten Bevölkerung	44
3.1.3.1 Regionale und nationale Herkunft	44
3.1.3.2 Geschlecht, Alter und Familienstand	46
3.1.3.3 Erwerbsstatus und Bildungsniveau	48
3.1.3.4 Abschließende Bewertung der Eignung des Messesamples als Datengrundlage für den Untersuchungsgegenstand	51

3.2	Deskriptiver Vergleich von potenziellen Gründerinnen und Gründern	53
3.2.1	In der Person liegende Merkmale	53
3.2.1.1	Soziodemografische Merkmale	53
3.2.1.2	Gründungsmotive und Einstellungen	56
3.2.2	Reife- und Konkretisierungsgrad der Vorhaben	60
3.2.3	Merkmale der Umsetzungsphase	61
3.3	Multivariate Analysen: Einflussfaktoren auf die Gründungsneigung und den tatsächlichen Gründungsvollzug	64
3.3.1	Definitionen von Gründungsneigung bzw. Gründungsvollzug	65
3.3.2	Begründung der Modellwahl und Beschreibung der einbezogenen Merkmale	67
3.3.3	Ergebnisse der Regressionsschätzungen zur Gründungsneigung	70
3.3.3.1	Allgemeiner Einfluss der Gründungs-determinanten	70
3.3.3.2	Geschlechtsspezifischer Einfluss der Gründungsdeterminanten	74
3.3.4	Ergebnisse der Regressionsschätzungen zum tatsächlichen Gründungsvollzug	79
3.3.4.1	Allgemeiner Einfluss der Gründungs-determinanten	79
3.3.4.2	Geschlechtsspezifischer Einfluss der Gründungsdeterminanten	83
3.4	Zusammenfassung und Bewertung der zentralen empirischen Befunde	83
4.	Maßnahmen zur Veränderung des Bildes von Unternehmern und Unternehmerinnen	87
4.1	Das Unternehmerbild als Leitbild bei der Gründungsvorbereitung	87
4.2.	Das Unternehmerbild als gestaltbarer motivierender Faktor	92
4.2.1	Die Erlernbarkeit der Unternehmerrolle	92
4.2.2	Möglichkeiten zur Beeinflussung des Unternehmerbilds	93
4.2.2.1	Maßnahmen auf der Ebene der Bildungspolitik	93
4.2.2.2	Öffentlichkeitsarbeit zur Beeinflussung des Unternehmerbilds	96
	Anhang	98
	Literatur	105