

MACHER

Das regionale Wirtschaftsmagazin

Ausgabe 2
Jahrgang: 4
März
2,00 Euro



**Viel Eu-Eu:
Weniger Stress mit Linneweh**

**Eine Frau für schwere Lasten:
Birgit Steil ist eine „Macherin der Region“**

GEGEN DEN JUGENDWAHN

So profitieren Sie von „älteren“ Mitarbeitern



„Erfolgreich die eigene Chefin“

Akademikerinnen als Selbstständige in wissensintensiven Dienstleistungen

Sogenannte wissensintensive Dienstleistungen sind vor allem für Akademikerinnen ein chancenreicher Sektor. Das zeigt eine Studie des Instituts für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e. V., für die bundesweit mehr als 150 Frauen befragt wurden.

Das Forschungsvorhaben „Female Academic Entrepreneurs“ (FACE) des Instituts für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e. V. (Inmit), das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wurde, bringt es in einer kürzlich erschienenen Publikation an den Tag: Die sogenannten wissensintensiven Dienstleistungen sind ein immer wichtigerer Motor für die Wirtschaft und insbesondere für Akademikerinnen ein chancenreicher Sektor, um sich beruflich selbstständig zu machen und Arbeitsplätze zu schaffen. Mehr als 61 Prozent aller Beschäftigten in den wissensintensiven Dienstleistungen sind Frauen – während anderswo im Durchschnitt nur 45 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnisse von weiblichen Stelleninhabern besetzt sind.

Ökonomisch tragfähig

Das Inmit interviewte bundesweit mehr als 150 Akademikerinnen, die sich mit ihren Geschäftsideen in wissensintensiven Dienstleistungen beruflich selbstständig gemacht haben. Nicht nur Wirtschafts- oder Naturwissenschaftlerinnen und Ingenieurinnen sind hier zahlreich vertreten, auch die Vielfalt an Unternehmensgründungen von Geistes- und Sozialwissenschaftlerinnen zeigt, dass es sogar mit vermeintlichen „Orchideen-Fächern“ möglich ist, eine eigenständige und ökonomisch tragfähige Existenz aufzubauen. Beispiele im Kontext der Region Trier, die in ausführlichen Porträts vorgestellt werden, sind Hiltrud Zock mit dem Agenturhaus im Bereich Unternehmenskommunikation/Marketing und Bettina Buchler, die als Festivalmanagerin unter anderem für den Dauere-Erfolg des kulturellen Highlights „Tatort Eifel“ mitverantwortlich zeichnet. Die Forschungsergebnisse des Inmit lassen bei aller hohen Motivation der akademischen Unternehmensgründerinnen einige Schwachstellen im Vorfeld deutlich werden: Mehr als 63 Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich seitens ihrer Hochschulen nur



schlecht auf die berufliche Selbstständigkeit vorbereitet gefühlt haben.

Mehr Praxisnähe und Erfahrungsaustausch

Mehr als 57 Prozent fordern zur Behebung dieses Defizits Seminare und Vorträge speziell zu kaufmännischen und rechtlichen Fragen, beinahe 40 Prozent wünschen sich mehr Praxisnähe und Erfahrungsaustausch zwischen Wirtschaft und Hochschule. Immerhin noch mehr als 16 Prozent fordern eine gezielte Stärkung der unternehmerischen Persönlichkeitsmerkmale wie Durchsetzungsvermögen,

soziale Kompetenz oder Fähigkeit zur gekonnten Selbstdarstellung noch während des Studiums als Vorbereitung auf die spätere Laufbahn. Zu wenig kaufmännisches Wissen und zu geringe Kenntnis der Märkte stehen dann auch auf der Rangliste der Hindernisse direkt hinter der vor allem in der ersten Gründungsphase grassierenden Problematik, genügend Aufträge und Kunden zu akquirieren. An der fachlichen persönlichen Qualifikation jedenfalls liegt es nur in zwei Prozent der Fälle, wenn die Lage schwierig wird.

Wagnis lohnt sich

Das Wagnis, so die einhellige Meinung, lohne sich dennoch. Dabei ist es nicht einmal die bisweilen heikle Arbeitsmarktlage, die Akademikerinnen zur beruflichen Selbstständigkeit führt. Motive sind vor allem das eigenverantwortliche Arbeiten (ca. 90 Prozent), die zeitliche und räumliche Flexibilität (82 bis 85 Prozent), die bessere Realisierung eigener Fähigkeiten und Talente (72 bis 78 Prozent) und auch eine große Lust am Umgang mit Chancen und Risiken (ca. 68 Prozent), die letztlich den Ausschlag geben. Mehr als 40 Prozent schätzen die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die ein Unternehmerinnendasein im Vergleich zur Position einer Angestellten ermöglicht.

Bei allem beruflichen Engagement wird bei den porträtierten Unternehmerinnen deutlich, wie viel Wert auf eine intakte Balance zwischen Job und Privatsphäre gelegt wird – und damit zumeist auf Partner und Familien, die den Weg in die unternehmerische Selbstständigkeit mittragen. Doch beharrlicher Unternehmeregist, Problemlösungskompetenzen und fachliches Know-How auf höchstem konkurrenzfähigem Niveau haben einen mindestens ebenso wichtigen Stellenwert für die Generation der 30- bis 50-jährigen Akademikerinnen. ■

www.face.inmit.de

Medium: Macher

Erscheinungsdatum: März 2008