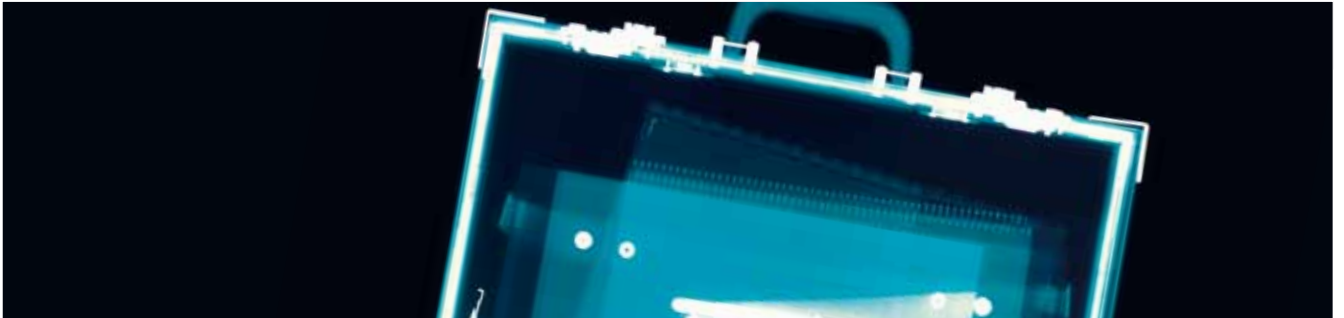


Standpunkt



CHEFINNEN IM MITTELSTAND: UNTERNEHMERISCHE TÄTIGKEIT VON FRAUEN

Nr. 8, Juni 2011

Herausgeber
KfW Bankengruppe
Palmengartenstraße 5-9
60325 Frankfurt am Main
Telefon 069 7431-0
Telefax 069 7431-2944
www.kfw.de

Redaktion
KfW Bankengruppe
Abteilung Volkswirtschaft
research@kfw.de

Dr. Margarita Tchouvakhina
Telefon 069 7431-8953

Ines Pelger
Ludwig-Maximilians-Universität München

Dr. Frank Reize
Telefon 069 7431-4971

ISSN 1869-5159

Frankfurt am Main, Juni 2011

CHEFINNEN IM MITTELSTAND: UNTERNEHMERISCHE TÄTIGKEIT VON FRAUEN

*Die aktuelle öffentliche Diskussion und die mediale Berichterstattung über Frauen an der Führungsspitze werden vorwiegend durch das Bild von Managerinnen in Großunternehmen bestimmt. Die deutsche Unternehmenslandschaft ist jedoch weit gehend mittelständisch geprägt. Der vorliegende Artikel bietet ein umfassendes Bild über den Umfang sowie die Charakteristika der unternehmerischen Teilhabe von Frauen im deutschen Mittelstand und soll dazu beitragen, die öffentliche Diskussion über den Frauenanteil in Führungspositionen um die Perspektive von kleinen und mittleren Unternehmen zu erweitern. Die Untersuchung wurde auf Basis der Datensätze des KfW-Mittelstandspanels durchgeführt. Im Jahr 2009 lag der Anteil an weiblichen Unternehmensinhabern in den etwa 3,7 Mio. mittelständischen Unternehmen hochgerechnet bei ca. 20 % und somit deutlich höher als der von Spitzenmanagerinnen in DAX-Unternehmen. Unternehmerinnen im Mittelstand finden sich eher in kleineren Unternehmenseinheiten und häufiger im Dienstleistungsgewerbe. Multivariate Regressionsanalysen mit dem KfW-Mittelstandspanel belegen für frauengeführte Unternehmen außerdem niedrigere Umsatzwachstumsraten sowie eine geringere Wahrscheinlichkeit zur Durchführung von Investitionen. Diese Differenzen lassen sich **nicht** durch strukturelle Unternehmensmerkmale wie Branche, Größe und Unternehmensalter oder den Cashflow erklären. Einen Erklärungshinweis für die niedrigeren Wachstumsraten von frauengeführten Unternehmen kann das geschlechterspezifische Investitionsverhalten geben: Bei kleinen Unternehmen reagieren weibliche Inhaber zwar schneller und stärker auf negative Konjunkturzeichen, zu Boomzeiten nutzen sie jedoch nur zögerlich die Wachstumsdynamik und verpassen dadurch möglicherweise Wachstumschancen. Eine empirische Auswertung zu den von Unternehmerinnen verfolgten Investitionszielen zeigt zudem deutliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern: Wachstumsorientierte Investitionsziele nehmen bei männergeführten Unternehmen einen höheren Stellenwert ein. Ein Hinweis dafür, warum Unternehmenschefinnen seltener als Unternehmenschefs wachstumsorientierte Ziele als Investitionsgrund angeben, finden sich in einigen der zitierten Studien: Frauen streben häufiger als Männer ein Gleichgewicht ihrer beruflichen und privaten Lebensbereiche an und sind im Durchschnitt weniger karriereorientiert.*

1. Einleitung

Derzeit wird in Deutschland intensiv über die Einführung einer gesetzlich geregelten Frauenquote für Vorstände und Aufsichtsräte debattiert. Dabei orientiert sich die Diskussion immer wieder sehr stark am Frauenanteil an der Führungsspitze von Großunternehmen. Der Frauenanteil an den Vorständen von DAX-Unternehmen ist verschwindend gering und liegt derzeit bei 3,2 %.¹ DAX-Unternehmen und weitere Großunternehmen stellen allerdings nur einen sehr kleinen Ausschnitt, und zwar weniger als 0,1 % des gesamten Unternehmensbestands dar. Die deutsche Wirtschaft ist in ihrer Struktur überwiegend durch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) geprägt. Mehr als 3,7 Millionen Unternehmen gehören zum Mittelstand. Ihr Beitrag zur Innovationskraft, Beschäftigung und Ausbildung von Fachkräften ist von großer Bedeutung für die Gesamtwirtschaft. Das Anliegen dieses Artikels ist es daher, den Umfang sowie die Charakteristika der unternehmerischen Teilhabe von Frauen in der mittelständischen Wirtschaft näher zu beleuchten und somit die öffentliche Diskussion über die enge Betrachtung von wenigen Großunternehmen hinaus zu erweitern. Hierbei wird sowohl auf Besonderheiten in den wichtigsten strukturellen Merkmalen wie Branche und Größe als auch auf unternehmerische Entwicklungen in Bezug auf das Umsatzwachstum und unternehmerische Entscheidungen im Bereich der Investitionstätigkeit eingegangen.

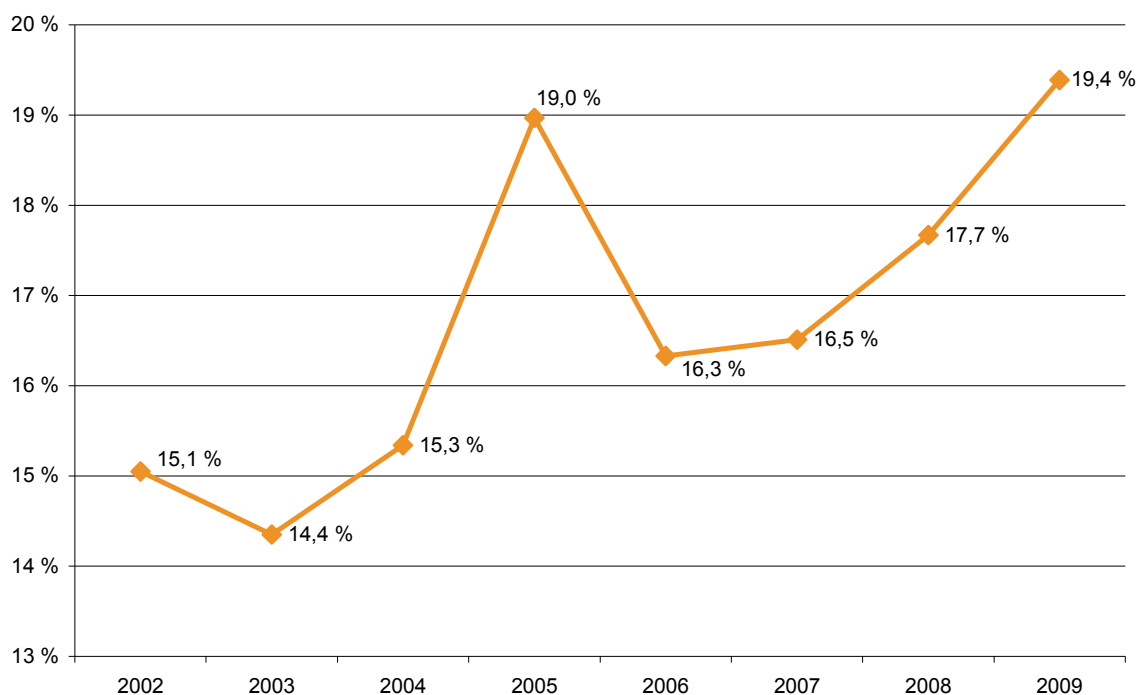
Die vorliegende Untersuchung wurde auf Basis der Datensätze des KfW-Mittelstandspanels durchgeführt. Das KfW-Mittelstandspanel stellt den ersten und bisher einzigen repräsentativen Längsschnittdatensatz für alle mittelständischen Unternehmen in Deutschland dar. Als eine der wenigen Unternehmensbefragungen enthält es auch Informationen über das Geschlecht des Unternehmensinhabers. Die Daten werden im Rahmen einer schriftlichen Wiederholungsbefragung bei Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 500 Mio. EUR pro Jahr gewonnen. Die Erstbefragung erfolgte im Frühjahr 2003 und seither wird sie im jährlichen Rhythmus bei denselben Unternehmen wiederholt. Zusätzlich wurden, um die Stichprobe der antwortenden Unternehmen annähernd konstant zu halten, in den Jahren 2005, 2007 und 2009 neue Unternehmen angeschrieben. Inzwischen liegen sieben Befragungswellen mit Stichprobengrößen von jeweils 9.000 bis 15.000 Unternehmen vor. Für die deskriptiven Auswertungen wurden die Daten der siebten Welle verwendet, während die ökonometrischen Analysen je nach Fragestellung auf den Wellen eins bis sieben bzw. vier bis sieben basieren. Das Geschlecht des Unternehmensinhabers wird einmalig nach Eintritt des Unternehmens in das Panel abgefragt. Bei Unternehmern mit mehreren Inhabern wird angenom-

¹ Vgl. Holst und Schimeta (2011).

men, dass sich das angegebene Geschlecht auf den wichtigsten Unternehmensinhaber bezieht.²

2. Frauen tendieren zu kleineren Dienstleistungsunternehmen

Laut Statistischem Bundesamt waren im Jahr 2009 unter den 4,2 Millionen Selbstständigen in Deutschland etwa 1,3 Millionen Frauen – dies ist etwa ein Drittel aller Selbstständigen. Der Frauenanteil bei den Selbstständigen stieg von 1970 bis 2009 um ca. 52 % während er im gleichen Zeitraum bei den Erwerbstätigen nur um etwa 26 % gewachsen ist. Diese Entwicklung deutet auf eine zunehmende Attraktivität der Selbstständigkeit für Frauen als Erwerbsform hin und kann als Indikator für die zunehmende unternehmerische Tätigkeit von Frauen gedeutet werden. In der amtlichen Statistik wird das Geschlecht des Unternehmensinhabers leider nicht erfasst. Der Frauenanteil unter den Unternehmensinhabern ist jedoch niedriger als unter Selbstständigen. Dies zeigt auch das KfW-Mittelstandspanel. Hier wird ausschließlich der Hauptinhaber bzw. die Hauptinhaberin eines Unternehmens erfasst.³



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003–2010.

Grafik 1: Frauenanteil bei den Unternehmensinhabern 2002–2009

² Eine ausführliche Beschreibung des KfW-Mittelstandspanels findet sich in Reize (2010a).

³ Der geringere Frauenanteil unter den Unternehmensinhabern deutet darauf hin, dass Frauen eher als Mitinhaberinnen auftreten bzw. im Vergleich zu selbstständig erwerbstätigen Männern seltener Alleininhaberinnen von Unternehmen sind. Fehrenbach (2002) errechnet mit den Daten des IAB-Betriebspanels für das Jahr 2000 einen Anteil reiner Frauenbetriebe in Deutschland von 17 %. Haunschild und Wolter (2010) beziffern den Anteil der frauengeführten Betriebe an den Familienunternehmen in Deutschland auf 19,5 % im Jahr 2006.

Der Frauenanteil an der Spitze kleiner und mittlerer Unternehmen betrug im Jahr 2009 19,4 %. Fast jedes fünfte Unternehmen im deutschen Mittelstand wird somit von einer Frau geführt. Dies sind bei 3,75 Mio. mittelständischen Unternehmen hochgerechnet rund 730.000 Unternehmen.⁴ Die frauengeführten Unternehmen tätigten ein Investitionsvolumen in Höhe von 16 Mrd. EUR (9 % der mittelständischen Investitionen) und zählten 3 Mio. FTE-Beschäftigte, dies sind etwa 13 % der FTE-Beschäftigten im deutschen Mittelstand.⁵ Unternehmerinnen engagieren sich außerdem häufiger als Unternehmer über die gesetzlichen Anforderungen hinaus in sozialen, kulturellen und anderen gesellschaftlichen Projekten und zeigen sich für das Thema Corporate Social Responsibility aufgeschlossener als ihre männlichen Kollegen (71 % Frauen vs. 58 % Männer).⁶

Der Anteil der Unternehmerinnen hat sich über die letzten acht Jahre hinweg erhöht, im Jahr 2002 lag er noch bei etwa 15 % (vgl. Grafik 1).⁷ Setzt sich diese Entwicklung in der Zukunft fort, so würde der Chefinnenanteil im Mittelstand im Jahr 2035 bei etwa 50 % liegen. Dieses simple Rechenbeispiel hat keinen Anspruch auf Prognose. Es soll lediglich verdeutlichen, dass die unternehmerische Teilhabe von Frauen zwar wächst, das Wachstumstempo jedoch sehr langsam ist. Entsprechend ist zu vermuten, dass über Jahrhunderte gewachsene Strukturen (z. B. Rollenstereotypen) sich auch durch gezielte Fördermaßnahmen nur bedingt beeinflussen lassen.⁸ Außerdem bleiben, zumindest bis jetzt, einige strukturelle Merkmale, die die unternehmerische Tätigkeit von Frauen charakterisieren, allen voran Unternehmensgröße und Branche, weitgehend konstant.

Unternehmerinnen sind zwar grundsätzlich in allen Branchen des Mittelstands vertreten, allerdings variiert der Anteil der Unternehmen, die von Frauen geführt werden, zwischen den

⁴ Die Zahl der Unternehmen und die Zahl der Selbstständigen müssen nicht deckungsgleich sein. So kann einerseits ein Selbstständiger mehrere Unternehmen besitzen und andererseits kann ein Unternehmen im Besitz von mehreren Selbstständigen sein. Der Umstand, dass die Zahl der mittelständischen Unternehmen unter der Zahl der Selbstständigen liegt, deutet darauf hin, dass im Schnitt mehrere Selbstständige an einem Unternehmen beteiligt sind (vgl. hierzu auch Fußnote 3). So erfolgt z. B. etwa jede siebte Gründung als Teamgründung (vgl. Hagen et al., 2011).

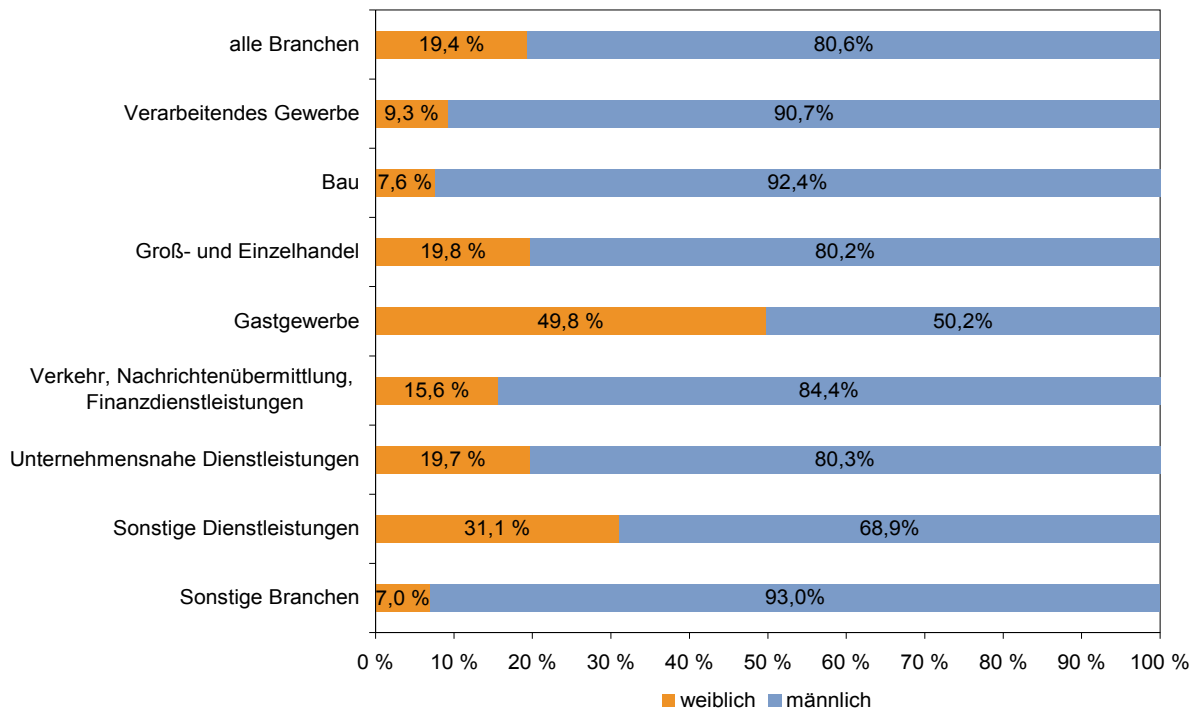
⁵ Die Unternehmensgröße wird hier über die Zahl der vollzeitäquivalent (Full-Time-Equivalent = FTE) Beschäftigten gemessen. Die Zahl der FTE-Beschäftigten berechnet sich aus der Zahl der Vollzeitbeschäftigten (inklusive Inhaber) zuzüglich der Zahl der Teilzeitbeschäftigten multipliziert mit dem Faktor 0,5. Auszubildende werden bei den FTE-Beschäftigten nicht berücksichtigt. Im Folgenden sind mit Beschäftigten immer FTE-Beschäftigte gemeint.

⁶ Sonderauswertung im Rahmen der Studie „Corporate Social Responsibility im deutschen Mittelstand: Umfang und Bereiche des gesellschaftlichen Engagements“, Standpunkt Nr. 7, Januar 2011.

⁷ Vgl. Wießner und Noll (2007): Das Jahr 2005 ist als Ausreißer zu betrachten, da sich hier der erhöhte Frauenanteil bei den Ich-AG Gründern im Anteil der Bestandsunternehmen niederschlägt.

⁸ Seit Ende der 90er-Jahre wurde frauenspezifische Existenzgründungsförderung mit dem Fokus auf Beratungs- und Qualifizierungsmaßnahmen stark ausgeweitet. Der Aufbau der bundesweiten Gründerinnenagentur durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung im Jahr 2004 bildete einen wichtigen Meilenstein in der Förderung der beruflichen Selbstständigkeit von Frauen (www.gruenderinnenagentur.de).

einzelnen Branchen stark (vgl. Grafik 2). Im Baugewerbe und im Verarbeitenden Gewerbe ist der Anteil der Unternehmerinnen mit 7,6 bzw. 9,3 % sehr gering.



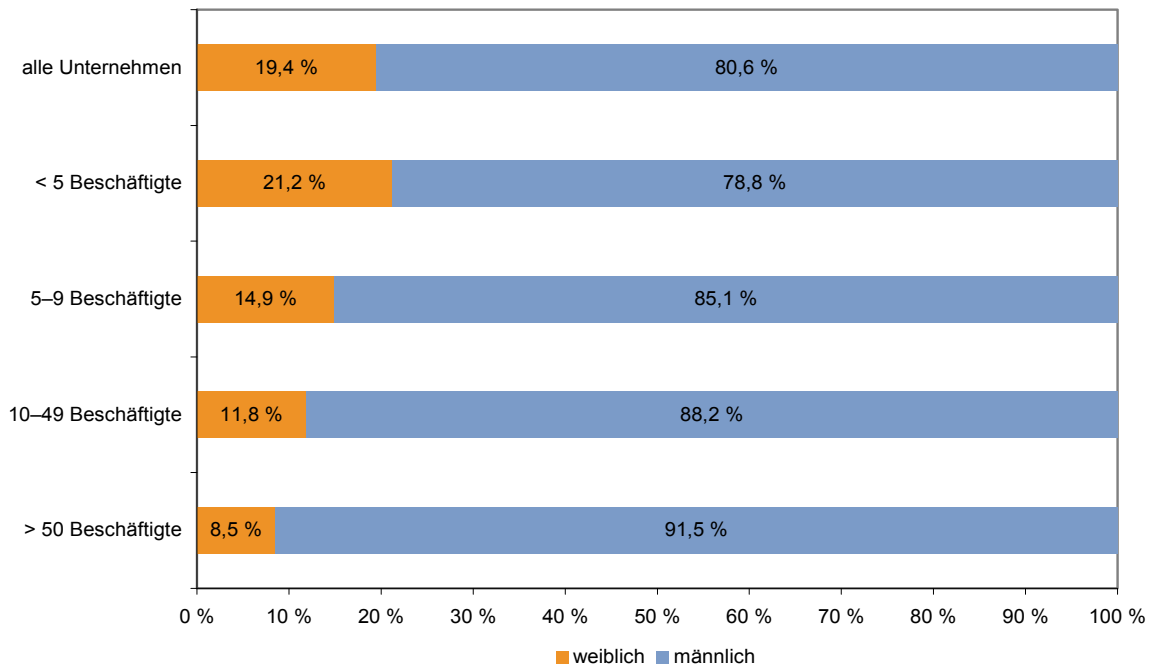
Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003–2010.

Grafik 2: Anteil Unternehmerinnen in Branchen

Weibliche Unternehmensinhaber sind in den Dienstleistungsbetrieben der Bereiche Verkehr, Nachrichtenübermittlung und Finanzdienstleistungen, bei den unternehmensnahen Dienstleistungen sowie im Groß- und Einzelhandel in etwa durchschnittlich repräsentiert. Der Frauenanteil bei den Sonstigen Dienstleistungen und insbesondere im Gastgewerbe liegt jedoch mit 31,1 bzw. 49,8 % deutlich über dem Durchschnitt.⁹ Diese Verteilung der Unternehmerinnen in bestimmte Branchen ist wenig überraschend, denn sie spiegelt die Präferenzen von Frauen für soziale, erzieherische und kaufmännische Bereiche bei der Berufs- und Studienwahl wider.¹⁰ Was die Unternehmensgröße angeht, so gilt: je größer das Unternehmen, desto seltener wird es von einer Frau geführt. Schaut man sich die Anteile von Frauenunternehmen in verschiedenen Unternehmensgrößenklassen an, so zeigt sich ein klarer Trend: mit zunehmender Unternehmensgröße nimmt der Frauenanteil bei den Inhabern ab. Während auf eine Unternehmerin mit weniger als 5 Beschäftigten etwa 4 Unternehmer kommen, liegt dieses Verhältnis in der Unternehmensgrößenklasse mit mehr als 50 Beschäftigten bei 1 zu 11 (vgl. Grafik 3).

⁹ Die Brancheneinteilung erfolgt nach der WZ 93-Systematik. In der Kategorie „Sonstige Dienstleistungen“ befinden sich Unternehmen aus den Branchen „Erziehung und Unterricht“, „Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen“, „Kultur, Sport und Unterhaltung“ sowie „Sonstiges“. Eine nähere Definition findet sich in Reize (2010b).

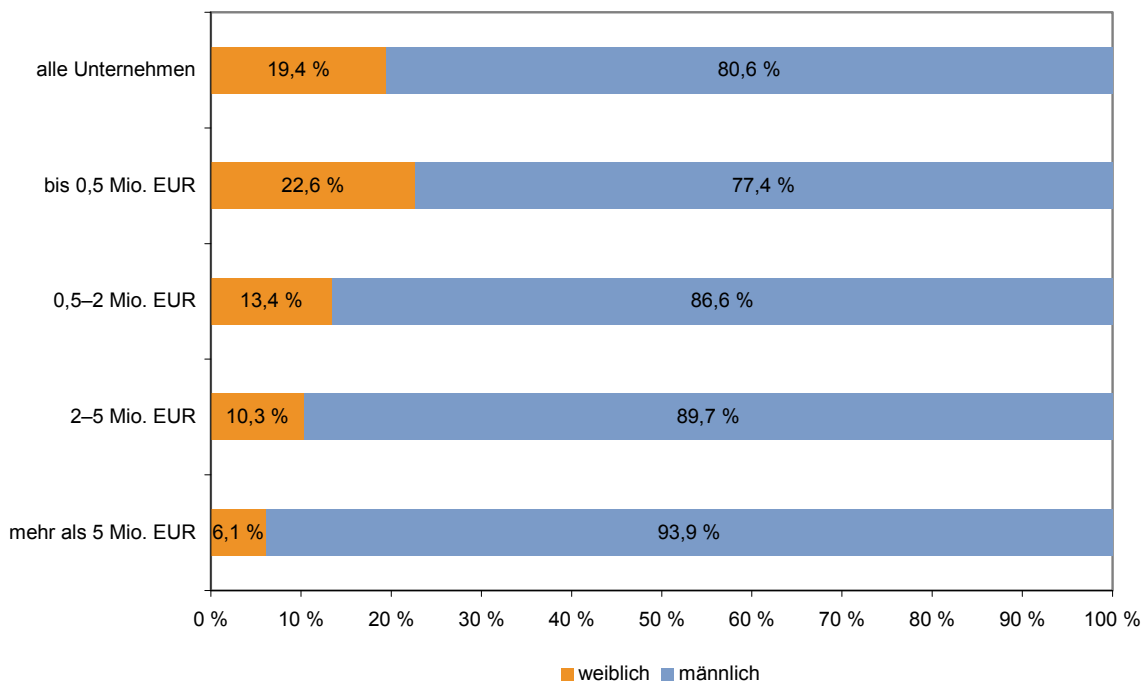
¹⁰ Vgl. Leicht et al. (2004).



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2010.

Grafik 3: Verteilung männer- und frauengeführte Unternehmen in Beschäftigtengrößenklassen

Die Verteilung nach Umsatzgröße der Unternehmen zeigt ein ebenso deutliches Bild (vgl. Grafik 4). Mit zunehmendem Umsatz geht der Anteil frauengeführter Unternehmen stark zurück.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2010.

Grafik 4: Verteilung männer- und frauengeführte Unternehmen in Umsatzgrößenklassen

Die Wahl des Wirtschaftssektors durch Frauen erklärt dabei nicht die Größenunterschiede. Wie oben gezeigt, sind Frauen häufiger in Dienstleistungsbranchen tätig, die sich durch eine

deutlich kleinere durchschnittliche Betriebsgröße auszeichnen als die Branchen des Verarbeitenden Gewerbes. Allerdings belegt Tabelle 1, dass frauengeführte Unternehmen in allen betrachteten Branchen eine unterdurchschnittliche Unternehmensgröße aufweisen.

Tabelle 1: Durchschnittliche Anzahl der FTE-Beschäftigten in einzelnen Branchen

	alle Unternehmen	Frauengeführte Unternehmen
Verarbeitendes Gewerbe	15,1	10,5
Bau	5,1	4,5
Groß- und Einzelhandel	5,2	3,1
Gastgewerbe	6,9	3,5
Verkehr, Nachrichtenübermittlung, Finanzdienstleistungen	6,5	4,2
Unternehmensnahe Dienstleistungen	4,8	3,2
Sonstige Dienstleistungen	6,4	3,5
Sonstige Branchen	2,7	2,0
alle Branchen	7,7	4,5

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2010.

Selbst in den Dienstleistungsbranchen, wo der Frauenanteil vergleichsweise hoch ist, sind Unternehmen von Frauen im Durchschnitt kleiner. Im Gastgewerbe und bei den Sonstigen Dienstleistungen sind die frauengeführten Unternehmen nur halb so groß wie der Branchendurchschnitt.

Ein weiterer Erklärungsansatz für die kleinere Größe von Frauenbetrieben wären Unterschiede im Unternehmensalter. Die unternehmerische Tätigkeit von Frauen ist ein weitgehend junges Phänomen, sodass sich das im Durchschnitt jüngere Alter von frauengeführten Unternehmen in kleineren Unternehmensgrößen niederschlagen könnte. Allerdings ist im deutschen Mittelstand bei einem durchschnittlichen Unternehmensalter von 15 Jahren bei frauengeführten und 18 Jahren bei männergeführten Unternehmen kein eklatanter Unterschied offensichtlich, der zur Erklärung dieser Größenunterschiede herangezogen werden könnte.

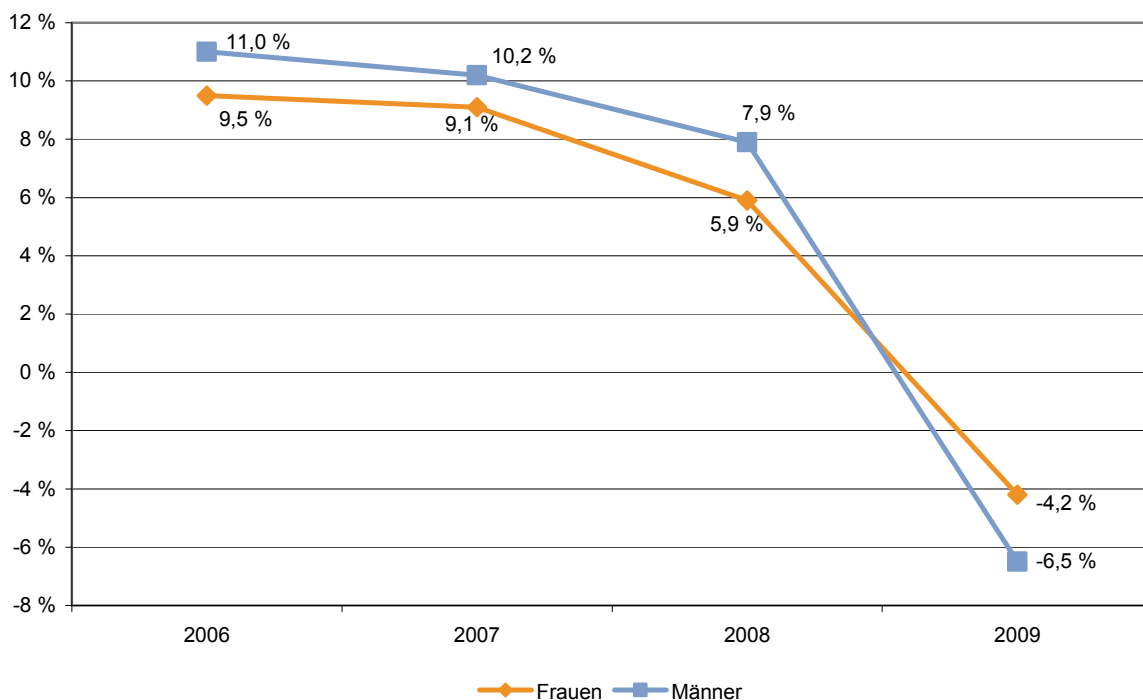
Warum tendieren Frauen eher zu kleineren Unternehmenseinheiten? Beruht dies auf wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umständen oder entscheiden sich Frauen bewusst hierfür? Im eigenen Unternehmen werden Frauen schließlich nicht durch eine „gläserne Decke“ gebremst. Selbstständige Frauen entscheiden ganz alleine (oder mit Geschäftspartnern) über den Umfang der unternehmerischen Verantwortung, den sie übernehmen möchten.

Einen möglichen Anhaltspunkt für die Ursachen des beobachteten Größenunterschieds bieten Analysen der Unternehmensentwicklung sowie der Investitionstätigkeit. Die Unterneh-

mententwicklung wird im Folgenden mithilfe der Umsatzwachstumsraten untersucht. Darüber hinaus werden in Kapitel 5 weitere sozioökonomische Erklärungsansätze diskutiert.

3. Unterschiede in der Unternehmensentwicklung: Umsatzwachstumsraten

Einen ersten Vergleich der durchschnittlichen Umsatzwachstumsraten von männer- und frauengeführten Unternehmen bietet Grafik 5. In den Jahren 2006 bis 2008 lagen die Wachstumsraten der Frauenunternehmen stets um ein bis zwei Prozentpunkte unter denen der Männerunternehmen. Im Krisenjahr 2009 hatten jedoch alle Unternehmen negative Wachstumsraten, wobei Frauenunternehmen einen im Durchschnitt deutlich geringeren Umsatzeinbruch zu verzeichnen hatten. Dies legt die Vermutung nahe, dass frauengeführte Unternehmen eine zwar langsamere, aber auch stetigere Unternehmensentwicklung aufweisen. In konjunkturell günstigen Zeiten wachsen Frauenunternehmen weniger stark, in Krisenzeiten brechen ihre Umsätze aber auch weniger stark ein. Dieser rein deskriptive Vergleich deckt sich weitgehend mit den Ergebnissen einer ökonometrischen Analyse des Umsatzwachstums (siehe Tabelle 2 im Anhang).



Anmerkung: Mit der Anzahl der Beschäftigten hochgerechnete Werte ohne Wachstumsraten unterhalb des 1 % und oberhalb des 99 %-Quantils.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2007, 2008, 2009 und 2010.

Grafik 5: Jährliche nominale Wachstumsrate des Umsatzes zwischen 2006 und 2009 in männer- und frauengeführten Unternehmen (in Prozent)

Hierbei wurde für jedes einzelne Jahr eine Regressionsanalyse durchgeführt, die neben den Strukturmerkmalen Größe, Branche und Unternehmensalter sowie weiteren Bestimmungsfaktoren auch das Geschlecht des Unternehmensinhabers kontrolliert. Es zeigt sich, dass der Geschlechterunterschied in den Wachstumsraten nicht vollständig durch Branchen- und

Größeneffekte sowie andere Faktoren zu erklären ist. In den drei wachstumsstarken Jahren 2006 bis 2008 haben Frauen signifikant geringere Umsatzsteigerungen zu verzeichnen: der Umsatz in frauengeführten Unternehmen ist im Durchschnitt um geschätzte 1,6 bis 3,2 Prozentpunkte weniger gewachsen als bei vergleichbaren Männerunternehmen.¹¹ Im Unterschied hierzu ergeben sich gemäß der ökonometrischen Analyse im Krisenjahr 2009 keine Differenzen in den Umsatzwachstumsraten zwischen den Geschlechtern.

Welche Faktoren sind für die divergierenden Wachstumsraten von frauen- und männergeführten Unternehmen in den Jahren 2006 bis 2008 bestimmend? Laut klassischer sowie endogener Wachstumstheorie sind Investitionen und der technische Fortschritt (im Sinne von Innovationen und FuE) die wichtigsten Einflussfaktoren für das Wachstum einer Volkswirtschaft.¹² Im nächsten Abschnitt wird daher auf das Investitionsverhalten in männer- und frauengeführten Unternehmen näher eingegangen.

4. Wachstumsfaktor Investitionen

Die Entwicklung eines Unternehmens wird maßgeblich durch die eingesetzten Produktionsfaktoren Arbeit und Kapital bestimmt. Beim Faktor Arbeit kommt hierbei nicht zuletzt auch der geleisteten Arbeitszeit des Inhabers sowie dem Humankapital von Inhaber und Beschäftigten eine hohe Bedeutung zu. Das KfW-Mittelstandspanel enthält keine Informationen über die Arbeitszeit, die ein Inhaber in sein Unternehmen investiert. In der Literatur finden sich jedoch Hinweise darauf, dass Frauen zeitlich eingeschränkter arbeiten und zudem häufiger als Männer im Nebenerwerb selbstständig sind.¹³ In verschiedenen Studien (vgl. z. B. Gottschalk und Niefert, 2011) wird zudem die Bedeutung der Humankapitalausstattung des Gründers bzw. der Gründerin für den Erfolg neuer Unternehmen hervorgehoben. So wird u. a. festgestellt, dass Gründungen von Frauen deshalb ein langsames Wachstum aufweisen, weil Gründerinnen im Durchschnitt über eine geringere Humankapitalausstattung (niedrigeres Bildungsniveau und geringere Berufserfahrungen) verfügen als ihre männlichen Pendanten.

In der hier vorliegenden Studie wurde ebenfalls der Effekt der Humankapitalausstattung (Bildungsniveau) des Inhabers auf das Umsatzwachstum analysiert. Allerdings konnte kein signifikanter Zusammenhang zwischen Umsatzwachstum und dem Bildungsniveau des Inhabers festgestellt werden. Eine mögliche Erklärung wäre, dass im Laufe der Zeit bei bestehenden Unternehmen die Bedeutung des Bildungsniveaus von Inhaberinnen und Inhabern

¹¹ Im Jahr 2007 ist diese Differenz in den geschätzten Wachstumsraten nur schwach signifikant (Signifikanzniveau 16 %).

¹² Vgl. Blanchard und Illing (2009).

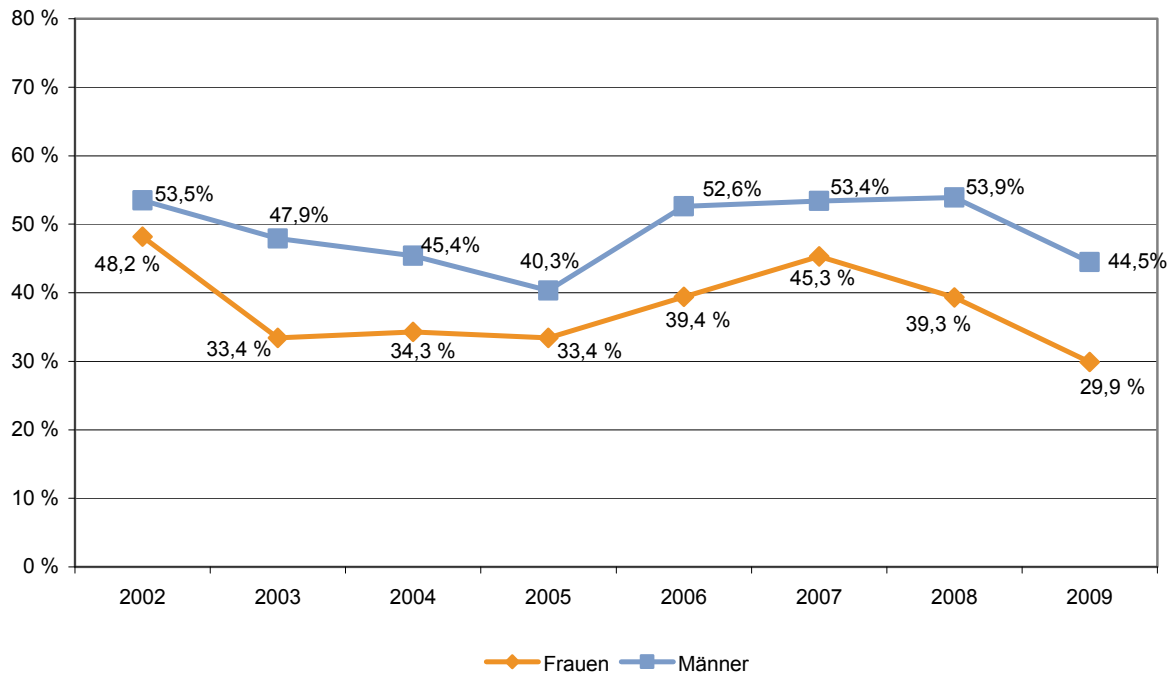
¹³ Vgl. Fryges (2009).

abnimmt und im Gegenzug die unternehmerische Erfahrung zunehmend wichtiger für den Unternehmenserfolg wird. Wenn man die Humankapitalausstattung des Unternehmens über den Anteil der hoch qualifizierten Mitarbeiter misst, ist deren Einfluss auf das Umsatzwachstum ebenfalls insignifikant. Ein möglicher Grund für dieses auf den ersten Blick kontraintuitive Ergebnis könnte in der hohen Korrelation von Humankapitalausstattung und den Unternehmensmerkmalen Innovation und Exportaktivität liegen. Entsprechend weisen Unternehmen mit einer höheren Humankapitalausstattung der Beschäftigten (gemessen am Anteil der hoch qualifizierten Mitarbeiter) häufiger Innovations- und Exportaktivitäten auf. Diese beiden Faktoren befördern allerdings auch das Unternehmenswachstum. Folglich dürfte Humankapital im Unternehmen zumindest indirekt über Innovation und Export positiv auf die Umsatzwachstumsrate wirken.

Investitionen in den Kapitalstock eines Unternehmens sind wesentliche Bausteine zur Sicherung des Fortbestands und zum Erhalt der Konkurrenzfähigkeit. Das KfW-Mittelstandspanel enthält umfangreiche Informationen zu den Unternehmensinvestitionen. Diese werden im Folgenden analysiert.

4.1 Geschlechtsunterschiede in der Investitionstätigkeit

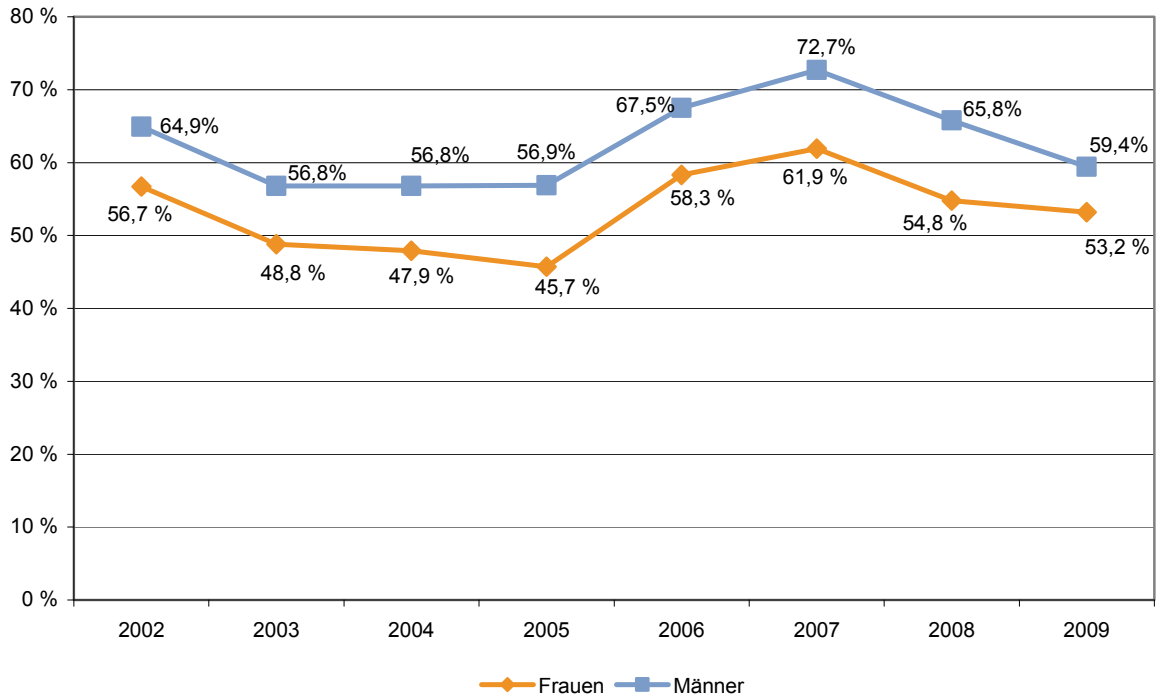
Im Jahr 2009 hat der deutsche Mittelstand gut 176 Mrd. EUR investiert, mit ca. 16 Mrd. EUR stammten lediglich 9 % dieser Summe aus frauengeführten Unternehmen. Betrachtet man das Investitionsverhalten von männlichen und weiblichen Unternehmern über die einzelnen Jahre hinweg, so lässt sich zum einen erkennen, dass der Anteil der investierenden Unternehmen bei den Frauen stets geringer ist als bei den Männern (vgl. Grafik 6). Zum anderen wird deutlich, dass die Differenz zwischen dem Anteil männlicher und weiblicher Investoren im Zeitablauf nicht konstant ist: sie schwankt zwischen etwa sieben Prozentpunkten in den Jahren 2002 und 2005 und 15 Prozentpunkten in den Jahren 2003 und 2008. Diese Unterschiede im Investitionsverhalten deuten auf verschiedene konjunkturelle Anpassungsmechanismen hin.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003–2010.

Grafik 6: Anteile der frauen- und männergeführten Unternehmen, die investiert haben (in Prozent)

Unternehmensinhaberinnen scheinen im Vergleich zu Unternehmensinhabern schneller auf die ersten Anzeichen der Rezession zu reagieren und zügiger ihre Investitionstätigkeit anzupassen. Unternehmensinhaber erkennen hingegen schneller die Zeichen des Aufschwungs und nutzen eine positive Konjunktur stärker für den Ausbau ihrer Investitionstätigkeit. Das ausgeprägte Reaktionsmuster von Frauen auf negative konjunkturelle Impulse kann in Phasen der Rezessionen vorteilhaft sein. Zu Boomzeiten jedoch werden durch diese zögerlicheren Reaktionen die Wachstumschancen nicht voll ausgeschöpft. Diese Unterschiede in den konjunkturellen Anpassungsmustern gelten jedoch nur für kleine Unternehmen. Betrachtet man ausschließlich größere Unternehmen mit mindestens 5 FTE-Beschäftigten (vgl. Grafik 7), relativieren sich die Unterschiede in den Reaktionen auf den Konjunkturverlauf, die Divergenzen in der Häufigkeit der Investitionsaktivität von männer- und frauengeführten Unternehmen bleiben jedoch bestehen.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003–2010.

Grafik 7: Anteile der frauen- und männergeführten Unternehmen mit mindestens 5 FTE-Beschäftigten, die investiert haben (in Prozent)

Eine ökonometrische Schätzung der Determinanten der Investitionstätigkeit für den Zeitraum 2003 bis 2009 bestätigt, dass Frauenunternehmen im Durchschnitt weniger investitionsaktiv sind und dass dies nicht alleine durch unterschiedliche Strukturmerkmale und unternehmerische Aktivitäten zu erklären ist (vgl. Tabelle 3 im Anhang). Selbst kontrolliert für Branche, Größe, Alter, Cashflow, Umsatzerwartungen sowie Innovations- und FuE-Aktivitäten bleibt noch ein signifikanter Unterschied in der Investitionstätigkeit bestehen. Die festgestellten Unterschiede in der Wahrscheinlichkeit Investitionen zu tätigen, könnten z. B. in Finanzierungsrestriktionen oder unterschiedlichen Zielen und Präferenzen begründet liegen. In den folgenden Abschnitten werden beide Erklärungsansätze diskutiert.

4.2 Finanzierungsrestriktionen

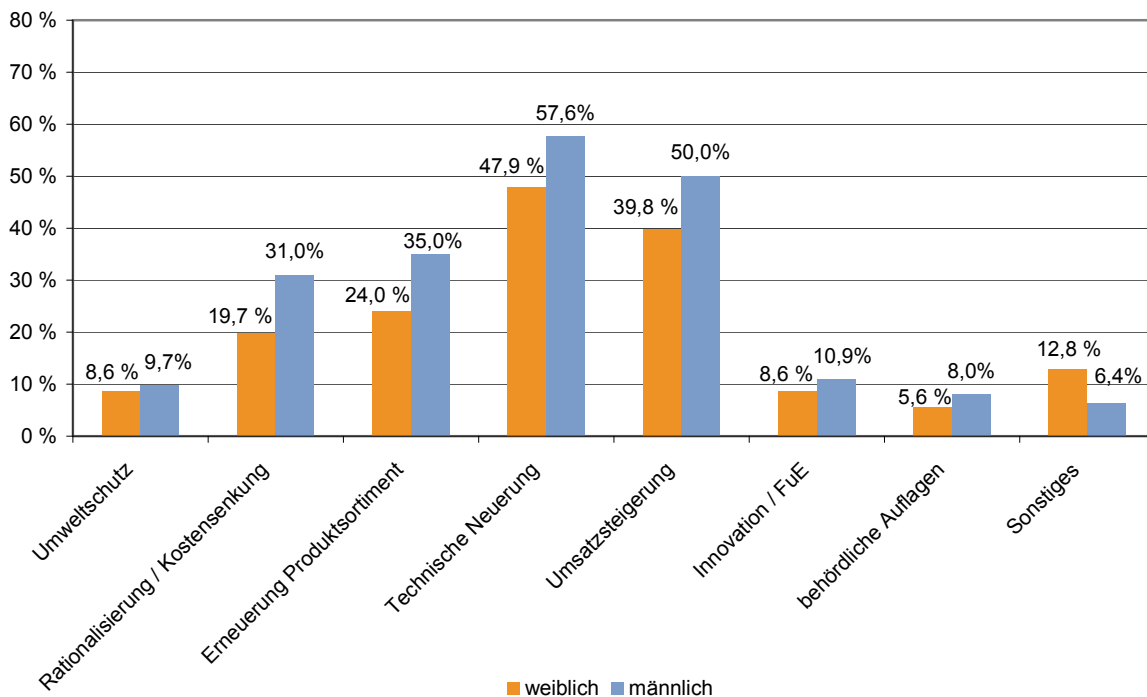
Bislang konnten in empirischen Untersuchungen keine Nachweise dafür erbracht werden, dass Frauen in Westeuropa und den USA beim Zugang zu Krediten größere Schwierigkeiten haben als Männer. Vermeintliche Gendereffekte konnten stets durch andere unternehmens- oder inhaberbezogene Merkmale erklärt werden.¹⁴ Auch ökonometrische Analysen auf Basis des KfW-Mittelstandspanels ergeben keinen signifikanten Zusammenhang zwischen gescheiterten Kreditverhandlungen und dem Geschlecht des Unternehmensinhabers. Es zeigt

¹⁴ Vgl. Muravyev et al. (2007), Cole und Mehran (2009).

sich jedoch, dass Frauen seltener Kreditbedarf anmelden und somit auch seltener als Männer Kreditverhandlungen führen.¹⁵ Weitere wissenschaftliche Untersuchungen bestätigen dieses Ergebnis: Frauen bekommen seltener Kredite, da sie im Vergleich zu Männern nicht so häufig Kredite beantragen.¹⁶ Diese Beobachtung deckt sich mit der in der Literatur weithin bestätigten These, dass Frauen im Durchschnitt eine höhere Risikoaversion aufweisen als Männer.¹⁷ Jedoch gibt es keine direkten Belege dafür, dass Frauen dadurch eine verstärkte Neigung hätten, sich gar nicht oder nur geringfügig zu verschulden. Schwierigkeiten beim Zugang zur Finanzierung sollten jedenfalls nicht ausschlaggebend für Unterschiede in der Investitionsaktivität sein, sondern eher eine geringere Bereitschaft externe Finanzierungsquellen in Anspruch zu nehmen.

4.3 Investitionsziele

Ein weiterer Anhaltspunkt der zum Verständnis des Investitionsverhaltens beiträgt, sind die im KfW-Mittelstandspanel gemachten Angaben der Unternehmen zu den Zielen, die mit der Investitionstätigkeit verfolgt werden.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2010.

Grafik 8: Investitionsziele der frauen- und männergeführten Unternehmen, die investiert haben (Angaben in Prozent der männer- bzw. frauengeführten Unternehmen)

¹⁵ Sonderauswertung im Rahmen der Studie „Gibt es eine Kreditklemme im Mittelstand?“, Standpunkt Nr. 2, Februar 2010.

¹⁶ Vgl. Cole und Mehran (2009), Coleman (2007).

¹⁷ Vgl. Croson und Gneezy (2009), Dohmen und Falk (n. d.).

Zu den geschlechterübergreifend am häufigsten genannten Zielen gehören neben „Umsatzsteigerung“ und „Technische Neuerung“ auch „Rationalisierung / Kostensenkung“ sowie „Erneuerung des Produktsortiments“ (vgl. Grafik 8). In diesen Kategorien sind auch die größten Unterschiede im Anteil der weiblichen und männlichen Inhaber, die das jeweilige Investitionsziel angeben, zu verzeichnen. Auffallend ist, dass von männergeführten Unternehmen alle Investitionsziele insgesamt häufiger genannt werden als von Frauen. Eine ökonometrische Analyse der Investitionsziele über die Jahre 2004 bis 2009 ergibt, dass diese Unterschiede auch nach Kontrolle für strukturelle Merkmale wie Branche, Firmengröße und -alter signifikant sind (vgl. Tabelle 4 im Anhang). Selbst bei Berücksichtigung anderer Einflussfaktoren wie der Umsatzerwartungen und des Cash-Flows ist die Wahrscheinlichkeit, dass Frauen als Investitionsziele „Erneuerung des Produktsortiments“, „Innovation und FuE“ oder „Umsatzsteigerung“ angeben, signifikant geringer als bei Männern. Gerade diese Investitionsziele deuten jedoch, im Gegensatz zu den Zielen „behördliche Auflagen“ oder „Umweltschutz“, auf eindeutige Wachstumsabsichten hin. Diese Ergebnisse lassen daher nicht nur auf unterschiedliche Ziele sondern auch auf unterschiedliche Wachstumsabsichten schließen. Frauen investieren seltener und wenn sie investieren, dann sind wachstums- und expansionsorientierte Ziele weniger ausschlaggebend für die Investitionstätigkeit.

Zahlreiche Hinweise in der Literatur zeigen, dass Frauen ihre Präferenzen im Leben anders definieren und diese möglicherweise einen Einfluss auf die Entwicklung der von Frauen geführten Unternehmen haben. Im nächsten Abschnitt werden diese Unterschiede näher erläutert.

5. Frauen unterscheiden sich in ihren Präferenzen von Männern

Die These, dass sich die Präferenzen der Frauen von denen der Männer unterscheiden, kann durch aktuelle Forschungsergebnisse untermauert werden. Bereits bei der Unternehmensgründung gibt es Unterschiede in der Motivation von Männern und Frauen. Der wichtigste Grund, sich im Vollerwerb selbstständig zu machen, ist für beide Geschlechter die Möglichkeit, eigene Ideen zu verwirklichen und der eigene Chef zu sein.¹⁸ Allerdings zeigt sich, dass für Frauen die Erzielung eines höheren Einkommens durch die Selbstständigkeit weniger wichtig erscheint, dass aber die zeitliche Flexibilität – vermutlich im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie – für Frauen einen wichtigeren Aspekt darstellt.¹⁹ In der Tat investieren Frauen weniger Zeit in ihre Unternehmen und geben häufiger an, sich aufgrund von familiären Verpflichtungen für die Selbstständigkeit entschieden zu haben.²⁰ Dies

¹⁸ Vgl. Tchouvakhina et al. (2006).

¹⁹ Vgl. Bruhm et al. (2005).

²⁰ Vgl. Fairlie und Robb (2009).

könnte Unternehmerinnen auch dazu anhalten, ihre Unternehmen kleiner und überschaubarer zu halten.

Eine weitere Erklärung für die tendenziell eher kleinere Unternehmensgröße ist, dass Frauen unternehmerischen Erfolg seltener über die eher männlich geprägten Erfolgsindikatoren Wachstum und Profit definieren, sondern vielmehr von ihrer Arbeitszufriedenheit, der Autonomie und vor allem von der Selbstverwirklichung abhängig machen. Aus der Perspektive von Frauen mag daher ein kleineres Unternehmen als erfolgreich bewertet werden, selbst wenn die „harten“ Faktoren wie Gewinn und Wachstum höher sein könnten.²¹ Zudem messen Frauen dem beruflichen Bereich traditionell eine geringere Bedeutung bei als Männer: Die Mehrheit der Männer, aber nur wenige Frauen sehen ihren Lebensmittelpunkt im Beruf.²² Trotz ähnlichem Ausbildungsstand und steigender Beteiligung am Erwerbsleben bevorzugen die meisten Frauen ein ausgeglichenes Verhältnis von Arbeit und Familie. Eine Untersuchung auf Basis des Sozio-ökonomischen Panels (SOEP) hat ergeben, dass die Lebenszufriedenheit von Frauen nicht so sehr wie bei Männern von der beruflichen Position abhängt, während Männer mit höherem beruflichem Status von einer zunehmenden Lebenszufriedenheit berichten.²³ Gleichzeitig wird aber auch festgehalten, dass Frauen in höheren Führungspositionen mit einer höheren Wahrscheinlichkeit unverheiratet und kinderlos bleiben. Besonders erfolgreichen Unternehmerinnen wird häufig auch ein negativer Einfluss ihrer unternehmerischen Tätigkeit auf das Privatleben attestiert.²⁴ Für Männer in Führungspositionen ist es einfacher, neben einem zeitlich anspruchsvollen Beruf auch eine Familie zu gründen, wohingegen Frauen sich vielfach vor die Entscheidung zwischen Beruf und Familie gestellt sehen. Hierbei spielen sowohl persönliche Ziele als auch soziokulturelle Einflüsse eine große Rolle, die vielfach unter dem Begriff „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ diskutiert werden.

Hingegen gelingt es Frauen eher, ein passendes Ausmaß für ihr berufliches Engagement zu finden. Denn berufstätige Frauen weisen eine höhere Zufriedenheit im beruflichen Umfeld auf. Laut der Accenture Frauen-Studie 2011 sagen deutlich mehr Frauen als Männer, sie seien zufrieden mit ihrem Arbeitsplatz (70 vs. 60 %) und mit ihrer Karrierestufe (80 vs. 65 %). Nur jede vierte berufstätige Frau möchte ihre Karriere vorantreiben (28 %), während fast jeder zweite Mann (47 %) an einem beruflichen Aufstieg interessiert ist. Allerdings sind Frauen selbstkritischer bzw. stellen an sich selbst höhere Anforderungen als Männer: 28 % der

²¹ Vgl. Anna et al. (2000), Orser and Hogarth-Scott (2002).

²² Vgl. Hakim (2002) unterscheidet zwischen drei verschiedenen Lebenseinstellungen, die sozialen Präferenzen zugeordnet werden: „home-centered“, „work-centered“ und „adaptive“.

²³ Vgl. Trzcinski (2010).

²⁴ Vgl. Welter et al. (2006) in Bundesweite Gründerinnenagentur (2007).

Frauen und 7 % der Männer gaben an, dass ihnen für den nächsten Karriereschritt gewisse Fertigkeiten und Wissen fehlten und auch bei den Selbstständigen scheinen Frauen leichter zu resignieren und sich selbst kritischer gegenüberzustehen.²⁵

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass die kleinere Unternehmensgröße vermutlich in drei Aspekten begründet liegt: Unternehmerinnen streben eher die Vereinbarkeit zwischen Familie und Beruf an, gleichzeitig haben Frauen eine selbstkritischere und vorsichtiger Haltung, die sie bei Wachstumsabsichten eventuell zurückhaltender sein lässt. Des Weiteren bevorzugen Frauen auch ganz bewusst eine moderatere Unternehmensgröße, da diese mit einer höheren Autonomie und Arbeitszufriedenheit einhergeht. Einige der hier zitierten Studien befassen sich zwar mit der Gruppe der Erwerbstätigen insgesamt und wurden nicht aus der Teilmenge der Unternehmerinnen gewonnen. Die oben aufgeführten Erkenntnisse liefern jedoch für die Gruppe der Unternehmerinnen wertvolle Hinweise dafür, dass eine kleiner dimensionierte Unternehmensgröße und ein langsames Wachstum von Unternehmerinnen bewusst angestrebt wird.

6. Fazit

Frauen in der Unternehmensführung sind im Mittelstand stärker vertreten als dies in der durch das Bild von Großunternehmen geprägten öffentlichen Diskussion derzeit vermittelt wird: Ein Fünftel – rund 730.000 der kleinen und mittleren Unternehmen – waren 2009 in Frauenhand. Die frauengeführten Unternehmen tätigten im Jahr 2009 Investitionen in Höhe von 16 Mrd. EUR und zählten 3 Mio. FTE-Beschäftigte. Sie leisteten somit einen wichtigen Beitrag zum Wohlstand und zur Beschäftigung in Deutschland. Der Anteil der Unternehmerinnen hat sich zwischen 2002 und 2009 aufgrund der zunehmenden Attraktivität der Selbstständigkeit als Erwerbsform für Frauen um vier Prozentpunkte erhöht. Diese positive Entwicklung vollzieht sich jedoch nur langsam. Auch der verstärkte Ausbau der Existenzgründungsförderung von Frauen in den vergangenen zehn Jahren kann wahrscheinlich nur bedingt den Anstieg der unternehmerischen Teilhabe von Frauen beeinflussen, da sich tradierte Strukturen (z. B. Rollenstereotypen) nur über einen längeren Zeitraum verändern. Er kann jedoch zur Qualität und Nachhaltigkeit der Gründungsprojekte beitragen.

Einige strukturelle Merkmale, die die unternehmerische Tätigkeit von Frauen charakterisieren, blieben über die Jahre hinweg weit gehend konstant. So sind Unternehmen von Frauen häufiger in der Dienstleistungsbranche angesiedelt und im Durchschnitt kleiner als männergeführte Unternehmen. Außerdem haben ökonometrische Analysen ergeben, dass Frauenunternehmen im Durchschnitt geringere Wachstumsraten aufweisen und seltener Investitio-

²⁵ Vgl. Accenture (2011) und Kieschke (2004).

nen tätigen. Weiterhin kann festgehalten werden, dass es eindeutige Geschlechtsunterschiede beim Investitionsverhalten, den Investitionszielen und somit auch bei den Wachstumsabsichten gibt, die sich nicht durch strukturelle oder andere unternehmensbezogene Merkmale erklären lassen. Inhaberinnen und Inhaber von kleinen Unternehmen passen ihre Investitionstätigkeit in Abhängigkeit von der Konjunktur unterschiedlich an. Unternehmensinhaberinnen scheinen im Vergleich zu Unternehmensinhabern schneller auf die ersten Anzeichen der Rezession zu reagieren. Unternehmensinhaber nutzen eine positive Konjunktur schneller für den stärkeren Ausbau ihrer Investitionstätigkeit. Das Reaktionsmuster von Frauen auf negative konjunkturelle Impulse kann in Phasen der Rezession vorteilhaft sein, um Verluste zu minimieren. Zu Boomzeiten jedoch werden Wachstumschancen durch die zögerlicheren Reaktionen nicht voll ausgeschöpft. Unternehmerinnen und Unternehmer weisen zudem Unterschiede in ihren Investitionszielen auf: Wachstumsorientierte Investitionsziele wie z. B. Umsatzsteigerung werden von Unternehmensinhabern häufiger genannt. Auch dieser Befund lässt sich nicht mit unternehmensbezogenen Merkmalen erklären, vielmehr sind Unterschiede zwischen den Geschlechtern in den Präferenzen und Lebenszielen zu vermuten. Jüngere Studien zeigen, dass Frauen im Vergleich zu Männern Erfolg weniger stark durch „harte“ Fakten wie sozialer Status und Einkommen definieren, sondern durch eine höhere Work-Life-Balance und die Gesamtzufriedenheit mit der Lebenssituation.

Die Entscheidung darüber, ob und wie schnell das eigene Unternehmen wachsen soll, ist gegebenenfalls mit einer größeren Verantwortung und mit höherem finanziellen Aufwand und Risiken verbunden. Männliche und weibliche Unternehmensinhaber zeigen hinsichtlich des Wachstums unterschiedliche Präferenzen, aufgrund dessen lassen Frauen quantitative Wachstumspotenziale häufiger unausgeschöpft. Diese Unterschiede im unternehmerischen Handeln sollten jedoch nicht ausschließlich mit der Maßgabe bewertet werden, nach der ein schnelles quantitatives Wachstum als erstrebenswert gilt. Vor dem Hintergrund einer gesellschaftlichen und politischen Diskussion über ein neues Wachstumsverständnis und den Grenzen des Wachstums auf Ebene der Gesamtwirtschaft scheint ein Paradigmenwechsel auch auf unternehmerischer Ebene angebracht zu sein.²⁶

²⁶ Der 17. Deutsche Bundestag hat im Januar 2011 eine Enquete-Kommission zum Thema „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität – Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft“ eingesetzt.

Literaturverzeichnis

Accenture (2011), Reinvent Opportunity: Looking Through a New Lens. International Women's Day 2011 Global Research Results.

Anna, A. et al. (2000), Women Business Owners in Traditional and Non-Traditional Industries. *Journal of Business Venturing* 15, 279–303.

Blanchard, O. und G. Illing (2009), *Makroökonomie*, 5. aktualisierte und erweiterte Auflage, Pearson Education.

Bundesweite Gründerinnenagentur (2007), Existenzgründung durch Frauen in Deutschland – Psychologische und soziale Aspekte der Gründungen durch Frauen – Daten und Fakten. bga-Publikation Nr. 09/2007.

Cole, R. und H. Mehran (2009), Gender and the Availability of Credit to Privately Held Firms: Evidence from the Surveys of Small Business Finances, Federal Reserve Bank of New York, Staff Report No. 383.

Coleman, S. (2007), The Role of Human and Financial Capital in the Profitability and Growth of Women-Owned Small Firms, *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303–319.

Croson, R. und U. Gneezy (2009), Gender Differences in Preferences, *Journal of Economic Literature*, 47(2), 448–474.

Dohmen, T. und A. Falk (2011), Performance Pay and Multidimensional Sorting: Productivity, Preferences, and Gender, *American Economic Review*, 101(2), 556–590.

Fairlie, R. W. und A. Robb (2009), Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey, *Small Business Economics*, 33, 375–395.

Fehrenbach, S. (2002), Strukturmerkmale der von Frauen geführten Betriebe in Deutschland, Forschungsprojekt „Gründerinnen in Deutschland“ gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Download-Paper Nr. 6, Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim.

Fryges, H.; Gottschalk, S.; Gude, H.; Kohn, K.; Müller, K.; Niefert, M. und K. Ullrich (2009), KfW/ZEW-Gründungspanel für Deutschland – Fahrt aufnehmen in stürmischen Gewässern – Chancen und Herausforderungen in der Entwicklung junger Unternehmen, *Creditreform*, KfW, ZEW (Hrsg.), Mannheim.

- Gottschalk, S. und M. Niefert (2011), Warum erzielen Unternehmensgründungen von Frauen eine schlechtere Performance?, ZEW Gründungsreport, Mannheim.
- Hagen, T.; Kohn, K. und K. Ullrich (2011), KfW-Gründungsmonitor 2009, Dynamisches Gründungsgeschehen im Konjunkturaufschwung, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Hakim, C. (2002), Lifestyle Preferences as Determinants of Women's Differentiated Labor Market Careers, *Work and Occupations* 29(4), 428–459.
- Haunschild, L. und H.-J. Wolter (2010), Volkswirtschaftliche Bedeutung von Familien- und Frauenunternehmen, in: Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.), IfM-Materialien Nr. 199, Bonn.
- Holst, E. und J. Schimeta (2011), 29 von 906: Weiterhin kaum Frauen in Top-Gremien großer Unternehmen, in: DIW-Wochenbericht 3/2011, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Berlin.
- Kieschke, U. (2004), Personale Merkmale unternehmerischer Tätigkeit im Geschlechtsvergleich. In: Chefinnensache, Frauen in der unternehmerischen Praxis. KfW Bankengruppe. Physica-Verlag.
- Leicht et al. (2004), Selbstständige Frauen in Deutschland: Umfang, Entwicklung und Profil. In: Chefinnensache, Frauen in der unternehmerischen Praxis. KfW Bankengruppe. Physica-Verlag.
- Muravyev, A.; Schäfer, D. und O. Talavera (2007), Bankkredite für Unternehmerinnen: Geringe Benachteiligung in entwickelten Finanzsystemen, in: DIW-Wochenbericht 34/2007, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Berlin.
- Orser, B. und S. Hogarth-Scott (2002), Opting for Growth: Gender Dimensions of Choosing Enterprise Development, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol. 19, 3, 284–300.
- Reize, F. (2010a), KfW-Mittelstandspanel 2010 – Mittelstand: Stabil in der Krise – auch in Zukunft leistungsstark durch Innovation, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Reize, F. (2010b), Gibt es eine Kreditklemme im Mittelstand?, Standpunkt Nr. 2, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.
- Tchouvakhina, M und P. Tilleßen (2006), Unternehmensgründungen von Frauen in Deutschland: Ergebnisse des KfW-Gründungsmonitors. In: *Finanz Betrieb* Nr. 2/2006.

Trzcinski, E. und E. Holst (2010), Gender Differences in Subjective Well-Being in and out of Management Positions, DIW Discussion Paper 998.

Zimmermann, V. und M. Tchouvakhina (2011), Corporate Social Responsibility im deutschen Mittelstand. Standpunkt Nr. 7, KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.

Wießner, F. und S. Noll (2007), Bitterer Honig. Warum hohe Überlebensraten Gründerinnen nicht immer glücklich machen, IAB-Forum 1/07, Nürnberg.

Anhang

Tabelle 2: Bestimmungsfaktoren der Umsatzwachstumsrate 2006 bis 2009

	2006	2007	2008	2009
Unternehmensinhaber weiblich	-0,032*** (0,009)	-0,016 (0,011)	-0,022*** (0,008)	0,000 (0,007)
unter 5 Beschäftigte	Referenzkategorie			
5 bis 9 Beschäftigte	-0,007 (0,009)	0,009 (0,011)	-0,020** (0,008)	-0,006 (0,007)
10 bis 49 Beschäftigte	-0,017** (0,008)	-0,032*** (0,010)	-0,023*** (0,008)	-0,018*** (0,007)
50 und mehr Beschäftigte	-0,030*** (0,010)	-0,058*** (0,013)	-0,040*** (0,010)	-0,038*** (0,008)
Verarbeitendes Gewerbe	Referenzkategorie			
Bau	0,031*** (0,009)	-0,035*** (0,012)	0,023** (0,009)	0,084*** (0,008)
Groß- und Einzelhandel	-0,013 (0,008)	-0,036*** (0,010)	-0,014* (0,008)	0,077*** (0,006)
Gastgewerbe	-0,008 (0,018)	0,003 (0,023)	-0,039** (0,017)	0,099*** (0,015)
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	-0,012 (0,016)	0,045** (0,019)	-0,001 (0,012)	0,042*** (0,010)
Finanzdienstleistungen	-0,009 (0,011)	0,011 (0,014)	-0,006 (0,010)	0,053*** (0,009)
Unternehmensnahe Dienstleistungen	-0,034*** (0,012)	-0,003 (0,015)	-0,017 (0,012)	0,094*** (0,009)
Sonstige Dienstleistungen	0,047* (0,025)	0,024 (0,030)	-0,004 (0,020)	0,108*** (0,016)
Sonstige Branchen	Referenzkategorie			
Unternehmensalter bis 5 Jahre	Referenzkategorie			
5–10 Jahre	-0,111*** (0,012)	-0,209*** (0,013)	-0,113*** (0,010)	-0,053*** (0,009)
10–20 Jahre	-0,164*** (0,011)	-0,257*** (0,011)	-0,147*** (0,008)	-0,080*** (0,008)
> 20 Jahre	-0,186*** (0,011)	-0,269*** (0,011)	-0,166*** (0,008)	-0,085*** (0,007)
Alte Bundesländer	0,011* (0,006)	0,019** (0,008)	0,009 (0,006)	-0,002 (0,005)
KfW-gefördert	-0,020*** (0,006)	-0,036*** (0,007)	0,016*** (0,005)	0,001 (0,005)
Investitionen getätigt	0,066*** (0,007)	0,085*** (0,008)	0,073*** (0,006)	0,071*** (0,005)
Innovator	0,017*** (0,006)	0,017* (0,009)	0,014** (0,006)	0,011** (0,005)
Keine FuE	Referenzkategorie			
Gelegentliche FuE	-0,007 (0,010)	0,036*** (0,013)	0,007 (0,009)	-0,020** (0,008)
Kontinuierliche FuE	0,010 (0,011)	0,054*** (0,014)	0,019* (0,010)	0,009 (0,008)
Auslandsumsätze	0,039*** (0,007)	0,036*** (0,009)	0,015** (0,006)	-0,046*** (0,005)
Konstante	0,216*** (0,016)	0,259*** (0,019)	0,162*** (0,0143)	-0,016 (0,012)
Anzahl Beobachtungen	7.566	7.979	9.984	9.200
Angepasstes R ²	0,0734	0,1332	0,0656	0,0875

Anmerkung: Geschätzte Koeffizienten auf Basis einer Kleinst-Quadrate-Regression, robuste Standardfehler in Klammern, *** signifikant auf dem 1 %-Niveau, ** signifikant auf dem 5 %-Niveau, * signifikant auf dem 10 %-Niveau.

Tabelle 3: Bestimmungsfaktoren der Investitionsentscheidung (investiert / nicht investiert)

	Koeffizient	Standardfehler	P-Wert
Unternehmensinhaber weiblich	-0,141*	0,075	0,061
FTE Beschäftigte (logarithmiert)	0,503***	0,044	0,000
Umsatz in t-1 (logarithmiert)	0,119***	0,036	0,001
Cashflow pro Einheit Umsatz	-0,002	0,008	0,799
Umsatzwachstumsrate in t-1	0,100**	0,049	0,041
Umsatzerwartungen neutral	0,313***	0,049	0,000
Umsatzerwartungen positiv	0,526***	0,060	0,000
Alte Bundesländer	-0,133**	0,055	0,016
KfW-gefördert	0,149***	0,054	0,006
Innovator	0,592***	0,047	0,000
Unternehmensalter bis 5 Jahre		Referenzkategorie	
5–10 Jahre	-0,204**	0,083	0,014
10–20 Jahre	-0,400***	0,084	0,000
> 20 Jahre	-0,247***	0,081	0,002
Keine FuE		Referenzkategorie	
Gelegentliche FuE	0,269***	0,088	0,002
Kontinuierliche FuE	0,304***	0,097	0,002
Einzelunternehmen		Referenzkategorie	
Personengesellschaft	-0,191**	0,098	0,051
GmbH und Co. KG	0,049	0,101	0,630
Kapitalgesellschaft	-0,109*	0,065	0,091
Verarbeitendes Gewerbe		Referenzkategorie	
Bau	0,079	0,079	0,319
Groß- und Einzelhandel	-0,235***	0,072	0,001
Gastgewerbe	0,322**	0,150	0,032
Verkehr, Nachrichtenübermittlung	0,420***	0,135	0,002
Finanzdienstleistungen			
Unternehmensnahe Dienstleistungen	0,320***	0,101	0,002
Sonstige Dienstleistungen	0,054	0,103	0,598
Sonstige Branchen	0,518**	0,228	0,023
Jahre 2003 und 2004		Referenzkategorie	
2005	-0,308***	0,066	0,000
2006	-0,334***	0,069	0,000
2007	-0,001	0,067	0,985
2008	0,399***	0,069	0,000
2009	0,108*	0,060	0,073
Konstante	-2,571***	0,421	0,000
Anzahl Beobachtungen		12.299	
Wald Test		$\chi^2(32) = 1373,16$	

Anmerkung: Geschätzte Koeffizienten auf Basis eines Pooled-Logitmodells, robuste, geclusterte Standardfehler, *** signifikant auf dem 1 %-Niveau, ** signifikant auf dem 5 %-Niveau, * signifikant auf dem 10 %-Niveau.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003–2010.

Tabelle 4: Bestimmungsfaktoren der Investitionsziele

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Unternehmensinhaber weiblich	-0,254 (0,161)	-0,016 (0,091)	-0,198** (0,100)	0,073 (0,086)	-0,525*** (0,192)	0,291* (0,153)	-0,168* (0,094)
unter 5 Beschäftigte	Referenzkategorie						
5 bis 9 Beschäftigte	-0,214 (0,179)	0,109 (0,101)	0,022 (0,111)	0,098 (0,097)	-0,272 (0,206)	-0,022 (0,198)	0,138 (0,105)
10 bis 49 Beschäftigte	-0,061 (0,190)	0,197* (0,109)	0,134 (0,120)	0,049 (0,109)	-0,219 (0,210)	0,064 (0,221)	0,413*** (0,114)
50 und mehr Beschäftigte	-0,142 (0,270)	0,656*** (0,151)	0,273* (0,163)	-0,073 (0,151)	-0,006 (0,257)	0,055 (0,307)	0,675*** (0,156)
Unternehmensalter bis 5 Jahre	Referenzkategorie						
5–10 Jahre	0,090 (0,172)	0,156 (0,098)	0,017 (0,107)	-0,040 (0,098)	0,093 (0,163)	0,087 (0,184)	-0,138 (0,101)
10–20 Jahre	0,048 (0,162)	0,120 (0,093)	-0,049 (0,100)	0,129 (0,092)	-0,213 (0,157)	-0,313* (0,180)	-0,246** (0,096)
> 20 Jahre	0,198 (0,154)	0,161* (0,090)	-0,274*** (0,099)	0,297*** (0,089)	-0,442*** (0,156)	0,023 (0,167)	-0,500*** (0,094)
Umsatz in t-1 (logarithmiert)	0,107* (0,059)	0,056* (0,034)	-0,048 (0,035)	0,078** (0,034)	0,141** (0,058)	0,060 (0,067)	-0,002 (0,035)
Umsatzwachstumsrate in t-1	0,248* (0,144)	0,089 (0,010)	-0,156 (0,110)	0,051 (0,099)	0,175 (0,168)	-0,015 (0,195)	0,664*** (0,104)
Cashflow pro Einheit	-0,012 (0,011)	0,006* (0,003)	0,001 (0,003)	-0,010** (0,005)	-0,002 (0,002)	0,006 (0,005)	0,000 (0,003)
Umsatz	-0,105 (0,091)	-0,003 (0,053)	0,187*** (0,057)	-0,219*** (0,053)	0,331*** (0,087)	0,001 (0,103)	0,662*** (0,053)
Einzelunternehmen	Referenzkategorie						
Personengesellschaft	-0,323 (0,213)	0,068 (0,118)	-0,044 (0,128)	0,055 (0,112)	0,029 (0,246)	0,057 (0,211)	-0,163 (0,122)
GmbH und Co. KG	0,091 (0,159)	-0,008 (0,103)	0,035 (0,109)	0,000 (0,102)	0,515*** (0,199)	-0,238 (0,194)	-0,116 (0,105)
Kapitalgesellschaft	-0,250** (0,124)	0,010 (0,073)	0,158** (0,079)	-0,064 (0,073)	0,806*** (0,153)	-0,314** (0,142)	-0,015 (0,077)
Verarbeitendes Gewerbe	Referenzkategorie						
Bau	0,173 (0,127)	-0,056 (0,083)	-0,609*** (0,088)	0,260*** (0,080)	-1,342*** (0,173)	-0,290* (0,166)	-0,581*** (0,086)
Groß- und Einzelhandel	-0,198 (0,125)	-0,677*** (0,076)	-0,454*** (0,078)	-0,026 (0,073)	-1,407*** (0,150)	-0,022 (0,142)	-0,004 (0,076)
Gastgewerbe	-0,231 (0,284)	-0,795*** (0,154)	-0,608*** (0,170)	0,065 (0,149)	-0,961*** (0,332)	0,338 (0,259)	-0,341** (0,159)
Verkehr, Nachrichtenüberm.	0,986*** (0,172)	-0,228* (0,136)	-0,707*** (0,149)	0,352*** (0,132)	-1,472*** (0,334)	0,275 (0,241)	-0,172 (0,133)
Finanzdienstleistungen	-0,827*** (0,230)	-0,606*** (0,102)	-0,647*** (0,116)	0,623*** (0,106)	-0,186 (0,160)	-0,862*** (0,265)	-0,557*** (0,103)
Unternehmensnahe Dienstleistungen	-0,366* (0,207)	-0,845*** (0,115)	-0,262** (0,113)	0,419*** (0,111)	-0,103 (0,177)	0,590*** (0,170)	-0,182 (0,115)
Sonstige Dienstleistungen	0,196 (0,334)	0,047 (0,218)	-0,472* (0,251)	-0,094 (0,216)	-0,762* (0,415)	0,510 (0,334)	-0,144 (0,235)
Sonstige Branchen							
Konstante	-3,156*** (0,752)	-0,865** (0,434)	0,211 (0,448)	-0,852** (0,433)	-3,820*** (0,747)	-2,959*** (0,855)	-0,188 (0,438)
Anzahl Beobachtungen	7.874	7.874	7.874	7.874	7.874	7.874	7.874
Wald-Test: $\chi^2(26) =$	171,28	342,01	174,67	125,68	292,46	93,07	493,16

Anmerkung: Investitionsziele: (1) Umweltschutz; (2) Rationalisierung; (3) Erneuerung Produktsortiment; (4) Technische Neuerung; (5) Innovation / FuE; (6) Behördl. Auflagen; (7) Umsatzsteigerung. Geschätzte Koeffizienten auf Basis eines Pooled-Logitmodells, robuste, geclusterte Standardfehler in Klammern; *** signifikant auf dem 1 %-Niveau, ** signifikant auf dem 5 %-Niveau, * signifikant auf dem 1 %-Niveau; Koeffizienten der Jahresdummies nicht ausgewiesen.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2003–2010.