

Dokumentation zu den Fachtagungen:



# Frauen und Erwerbsbeteiligung

Dresden am 13. April 2013

# Frauen im ländlichen Raum – Chancen durch Selbstständigkeit

Frankenberg am 19. Oktober 2013



Landesfrauenrat Sachsen e.V.





Dokumentation zu den Fachtagungen:

# Frauen und Erwerbsbeteiligung

Dresden am 13. April 2013

# Frauen im ländlichen Raum – Chancen durch Selbstständigkeit

Frankenberg am 19. Oktober 2013



Herausgegeben vom Landesfrauenrat Sachsen e.V.

Gefördert durch das Sächsische Staatsministerium  
für Soziales und Verbraucherschutz

# Inhaltsverzeichnis

Fachtagung „Frauen und Erwerbsbeteiligung“ am 13. April 2013 in Dresden

## 1. Begrüßung und thematische Einführung

Prof. Dr. Irene Schneider-Böttcher, Vorsitzende des Landesfrauenrates Sachsen e.V. 6

## 2. Weibliches Arbeitskräftepotential in Sachsen

Mirko Wesling, Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung,  
IAB-regional Sachsen, Chemnitz 11

## 3. Alleinerziehende Frauen und Erwerbsbeteiligung: Situation, Chancen und Risiken

Karla Helmsdorf, Leiterin Stab Chancengleichheit am Arbeitsmarkt,  
Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Sachsen 16

## 4. Ursachen der Unterrepräsentanz von Frauen im mittleren feuerwehrtechnischen Dienst, dargestellt am Beispiel der Berufsfeuerwehr Dresden

Kristina Winkler, Bildungsbüro der Landeshauptstadt Dresden 24

## 5. Ausgewählte Instrumente zur Stärkung der Kompetenzen von Frauen: Ansatzpunkte und Wirksamkeit

Prof. Dr. Florian Steger, Direktor des Instituts für Geschichte und Ethik der Medizin,  
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg 28

## 6. Frauen in Führungspositionen in Sachsen – Entwicklung eines Vorgehensmodells

Linda Müller, bfg GmbH Bildungsforschung (Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen  
Wirtschaft) in Zusammenarbeit mit bsw GmbH (Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft) 32

## 7. Vorstellung der Ergebnisse aus dem „Feenland“ mit Handlungsempfehlungen für Politik/Wirtschaft/Frauen

40

## 8. Ableitung von frauenpolitischen Handlungsfeldern für den Landesfrauenrat Sachsen e.V.

42



**Fachtagung „Frauen im ländlichen Raum – Chancen durch Selbstständigkeit“  
am 19. Oktober 2013 in Frankenberg**

**1. Praxisbezogener Erfahrungsbericht**

Dr. Sylva-Michéle Sternkopf/Unternehmerin 46

**2. Rahmenbedingungen bei der Existenzgründung  
Was ist beim Schritt in die Selbstständigkeit zu beachten?**

Jenny Göhler/IHK Chemnitz, Region Mittelsachsen 63

**3. Existenzgründung rund um das Bankgespräch  
Kreditierung**

Roman Wolff/Sparkasse Mittelsachsen 73

**4. World Cafe – Situation und Handlungsbedarf**

4.1 Wie können Frauen ermutigt werden zum Schritt in die Selbstständigkeit? 80

4.2 Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um in die Selbstständigkeit zu gehen? 80

4.3 Welcher Bereich eignet sich für die Selbstständigkeit? 81



## **Impressum**

### **Herausgeber**

Landesfrauenrat Sachsen e.V.

Strehleener Str. 14

01069 Dresden

Telefon: 0351 4721062

Fax: 0351 4721061

E-Mail: [landesfrauenrat-sachsen@gmx.de](mailto:landesfrauenrat-sachsen@gmx.de)

Internet: [www.landesfrauenrat-sachsen.de](http://www.landesfrauenrat-sachsen.de)

**Redaktion:** Andrea Pankau, Kristin Kreißer

**Layout:** Werbeagentur Haas

**Auflage:** 250 Exemplare

**Erscheinungsdatum:** Dezember 2013

**Gefördert durch das Sächsische Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz**



# Fachtagung „Frauen und Erwerbsbeteiligung“ am 13. April 2013 in Dresden

## 1. Begrüßung und thematische Einführung

Prof. Dr. Irene Schneider-Böttcher, Vorsitzende des Landesfrauenrates Sachsen e.V.

## 2. Weibliches Arbeitskräftepotential in Sachsen

Mirko Wesling, Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung,  
IAB-regional Sachsen, Chemnitz

## 3. Alleinerziehende Frauen und Erwerbsbeteiligung: Situation, Chancen und Risiken

Karla Helmsdorf, Leiterin Stab Chancengleichheit am Arbeitsmarkt,  
Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Sachsen

## 4. Ursachen der Unterrepräsentanz von Frauen im mittleren feuerwehrtechnischen Dienst, dargestellt am Beispiel der Berufsfeuerwehr Dresden

Kristina Winkler, Bildungsbüro der Landeshauptstadt Dresden

## 5. Ausgewählte Instrumente zur Stärkung der Kompetenzen von Frauen: Ansatzpunkte und Wirksamkeit

Prof. Dr. Florian Steger, Direktor des Instituts für Geschichte und Ethik der Medizin,  
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

## 6. Frauen in Führungspositionen in Sachsen – Entwicklung eines Vorgehensmodells

Linda Müller, bfz gGmbH Bildungsforschung (Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen  
Wirtschaft) in Zusammenarbeit mit bsw gGmbH (Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft)

## 7. Vorstellung der Ergebnisse aus dem „Feenland“ mit Handlungsempfehlungen für Politik/Wirtschaft/Frauen

## 8. Ableitung von frauenpolitischen Handlungsfeldern für den Landesfrauenrat Sachsen e.V.



# 1. Begrüßung und thematische Einführung



**Prof. Dr. Irene Schneider-Böttcher,**

Vorsitzende des Landesfrauenrates Sachsen e.V.

## Ausgangssituation

Die hohe Qualität der Mitarbeiter, ihr Engagement und ihre Leistungsbereitschaft sind ein wichtiger Garant für die positive Entwicklung der sächsischen Wirtschaft. Kein Wunder, dass die Sorge um einen möglichen Fachkräftemangel zunehmend die sächsischen Unternehmen beunruhigt. Wir wissen aus demografischen Prognosen, dass das Erwerbstätigenpotenzial insgesamt abnimmt und wir mit einer zunehmenden durchschnittlichen Alterung der Erwerbstätigen rechnen müssen. Das Schlagwort „war of talents“ deutet die erwarteten Handlungsfelder an.

Nach einer Studie von Ernst Young kostet bereits derzeit der Fachkräftemangel den deutschen Mittelstand jährlich rund 33 Milliarden Euro. Hinzu kommt die Sorge der sächsischen Unternehmen, inwieweit das nach wie vor bestehende unterschiedliche Lohnniveau die Wettbewerbssituation unserer Unternehmen auf der Suche nach guten Mitarbeitern weiter beeinträchtigt.

„Mittelständische Unternehmen werden noch härter vom demografischen Wandel getroffen als die großen Konzerne, da sie über weniger finanzielle und personelle Ressourcen verfügen, mit denen sie Gegenmaßnahmen in die

Wege leiten können“, so Jens Maßmann bei der Vorstellung der Studie.

Die Frage des zukünftigen Fachkräftebedarfs ist zwar branchen- und regionalabhängig unterschiedlich zu beantworten, aber letztlich sind erhebliche Auswirkungen auf die mittelständisch geprägte sächsische Wirtschaft zu erwarten.

Erkennbar ist jedoch auch, dass (im Mittel) für die Bundesrepublik Deutschland „keine Indizien für eine deutliche Knappheit an Arbeitskräften“<sup>1</sup> vorliegen. Auch wenn dies für einzelne Regionen Ostdeutschlands und bei der betrieblichen Berufsausbildung schon ein Problem darstellt bzw. verstärkt darstellen wird.

Für politisches Handeln ergeben sich drei Handlungsstränge<sup>1</sup>:

- Verbesserung der Rahmenbedingungen, „um die Teilnahme am Erwerbsleben zu erhöhen – das gilt insbesondere für Ältere, Frauen und für junge Menschen“
- Verringerung der „massenhaften“ Fehlqualifikation – vor allem bei der betrieblichen Ausbildung
- Zuwanderung

Nach den Analysen des DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung) dürfte sich



– aufgrund gleichgelagerter Probleme in nahezu allen Industrieländern und auch manchen Schwellenländern – die Absicherung des Fachkräftebedarfs durch Zuwanderung in Grenzen halten.

Eine sinnvolle Strategie, dem drohenden Fachkräftemangel entgegen zu wirken, ist die bessere Nutzung des vorhandenen Potenzials an gut ausgebildeten Fach- und Führungskräften. In Deutschland ist derzeit knapp 20 Prozent des Arbeitskräftepotenzials ungenutzt. Übrigens: In unseren Nachbarländern zeigt sich schon heute ein anderes Bild: So werden z.B. in den Niederlanden nur 8,1 und in Tschechien 8,9 Prozent des Potenzials nicht genutzt.

Im Jahresdurchschnitt 2011 waren in Deutschland 2,976 Millionen Menschen arbeitslos gemeldet. Daneben wurden 1,176 Millionen Menschen in der Unterbeschäftigung, nicht aber als arbeitslos erfasst, weil sie beispielsweise am zweiten Arbeitsmarkt beschäftigt waren oder an einer Weiterbildungsmaßnahme teilnahmen. (Bundesagentur für Arbeit, 2012/03 Arbeitsmarkt in Deutschland – Arbeitslosigkeit und Unterbeschäftigung. Publikation vom 2.8.2012)

Die Unterbeschäftigungsquote ist bei Ost-Frauen mit mehr als 16 Prozent am höchsten.

Daraus ergeben sich spannende Fragen: „Wie hoch ist der Anteil der unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten unter den Unterbeschäftigten und in welchen Wirtschaftszweigen arbeiten sie? Welche berufliche Ausbildung haben sie? Wie hoch ist die sogenannte ‚Stille Reserve‘? Aus welchen Gründen sind diese Personen nicht aktiv auf dem Arbeitsmarkt?“ (M. Renger, Statistisches Bundesamt)

<sup>1</sup> Brenke, K., DIW Berlin. Fachkräftemangel. Ein neues, demografisch bedingtes Phänomen? In: Deutsche Gesellschaft für Demografie (Hrsg.). Demografie DGD, Mitteilungen, Jahrgang 11, Ausgabe Nr. 14 (Juli 2012), S. 20



## Brachliegende Potenziale nutzen

Mit Blick auf die demografische Entwicklung und den zunehmenden Fachkräftebedarf gehört es für die Zukunftsfähigkeit des deutschen Arbeitsmarktes zu den wichtigsten Aufgaben, das brachliegende Potenzial arbeitsmarktferner Personengruppen zu aktivieren. Das bedeutet, dass gerade für Frauen, Ältere und Personen mit Migrationshintergrund neue beschäftigungspolitische Perspektiven geschaffen werden müssen.

*Dem Landesfrauenrat Sachsen e.V. ist es dabei ein zentrales Anliegen, Beschäftigungsperspektiven für Frauen zu schaffen bzw. zu verbessern.*

## Frauenpotenziale erschließen

Erwerbspersonenpotenzial in Sachsen geht deutlich zurück!

Demografische Entwicklung eröffnet neue Perspektiven für Frauen!

Fachkräfte finden und binden!

Sie können einen guten Schulabschluss und eine solide Ausbildung vorweisen. Sie sind zuverlässig, engagiert und fit in Planung, Organisation und Zeitmanagement. Viele Frauen haben ein Bewerberprofil, wie Arbeitgeber es sich wünschen. Aber: Viele dieser Frauen sind

nicht im Job und bringen ihre Fähigkeiten nicht bzw. nicht angemessen – aus welchen Gründen auch immer – in den Arbeitsmarkt ein.

Angesichts rückläufiger Bevölkerungszahlen und stabiler Konjunktur wird es auch in Sachsen zunehmend wichtiger, diese Potenziale zu nutzen und Chancen zu erkennen, denn schon jetzt ist es für viele Branchen schwierig, qualifiziertes Personal zu finden. Die zentralen Fragen lauten: Wie können wir das Angebot an Erwerbspersonen erhöhen? Wer beteiligt sich in welcher Form am Arbeitsmarkt?

Das größte Potenzial aber sind die Frauen.

Im Jahresdurchschnitt 2010 waren landesweit 17.259 Frauen arbeitslos gemeldet. Zwei Drittel davon waren im Alter zwischen 25 und 50 Jahren. Knapp die Hälfte bringt eine gute Qualifikation mit: 40,7 Prozent haben eine abgeschlossene Berufsausbildung; 3,5 Prozent sogar einen akademischen Abschluss.

Die Zahl der Frauen, die (wieder) im Berufsleben Fuß fassen könnten, liegt weit über der weiblichen Arbeitslosen. Tausende sind nicht gemeldet. Das liegt zum Teil daran, dass sie sich keine Chancen ausrechnen, zu einem großen Teil aber auch, weil



sie Kinder betreuen oder Angehörige pflegen. Nach Schätzungen des IAB regional auf der Basis der Daten des Statistischen Landesamtes (Basis Mikrozensus 2010 und IAB) zählen zur sogenannten „Stillen Reserve“ mit Erwerbswunsch im Alter zwischen 25 und 65 Jahren rund 13.000 Frauen. Das Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung geht davon aus, dass bundesweit rund 28 Prozent aller Frauen zwischen 25 und 59 Jahren nicht erwerbstätig sind.

„Viele dieser Frauen können motiviert werden, in den Arbeitsmarkt einzusteigen, wenn sich Beruf und Familie besser miteinander vereinbaren lassen. Natürlich sind die Betreuungsstrukturen in dieser Frage wichtig, aber hier sind auch die Unternehmen in ihrem eigenen Interesse gefragt. Wer ein familienfreundliches Umfeld schafft, bietet Anreize für Frauen und Männer und hat es leichter, Fachkräfte zu finden bzw. zu halten.“ Auch die Arbeitsagenturen leisten ihren Beitrag. Die Arbeitgeberservices (AGS) und die Beauftragten für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt (BCA) informieren darüber und sensibilisieren für eine familienorientierte Personalpolitik. Sie zeichnet sich aus durch flexible Arbeitszeitmodelle, Telearbeit, Kinderbetreuung im Alltag und in den Ferien, Kontakt

und Projektteilnahme während der Elternzeit oder Ausbildung in Teilzeit.

Beschäftigte, die solche Angebote nutzen können, arbeiten nachweislich stressfreier und engagierter. Und Betriebe, die diesen Weg gehen, sammeln viele positive Erfahrungen – besonders mit Frauen, die nach der „Familienpause“ erneut einen Job aufnehmen. „Wiedereinsteigerinnen sind ein wichtiges Arbeitskräftepotenzial. Unternehmen können es sich nicht leisten, auf gut ausgebildete Mitarbeiterinnen zu verzichten. Jeder Betrieb ist in der Lage, passgenaue Strategien zu entwickeln, damit die Beschäftigten Familie und Beruf besser unter einen Hut bekommen.“



## Forderungen des Landesfrauenrates

### Wirtschaft

- Demografiesensible Personalpolitik und Unternehmenskultur
- Berücksichtigung der individuellen Lebenssituation durch neue Karrierepfade und durchlässige Strukturen
- Angebote zur Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf
- Entwicklung innovativer Einstellungsmodelle (Schwerpunkt KMU)

### Netzwerke

- Netzwerkarbeit für KMU in Sachsen
- Netzwerkarbeit für Frauen zur Aktivierung arbeitsmarktferner Gruppen (Koordinierungsstelle der Initiative für Beschäftigung (IfB))
- Entwicklung und Umsetzung landesweiter Strategien

### Politik

- Rahmenbedingungen für stärkere Lebensphasenorientierung schaffen
- Anreizsysteme für Unternehmen
- Anreizsysteme für Frauen (zur Förderung der Veränderungsbereitschaft und des lebenslangen Lernens)
- Beschäftigungspotentiale für Frauen am Arbeitsmarkt erschließen
- Flexible Erwerbsverläufe fördern



## 2. Weibliches Arbeitskräftepotenzial in Sachsen

### **Mirko Wesling,**

Institut für Arbeitsmarkt  
und Berufsforschung,  
IAB-regional Sachsen,  
Chemnitz

Das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) stützt seine wissenschaftliche Politikberatung auf hochwertige und international anerkannte Forschungsleistungen. Damit schlägt das IAB eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis und macht seine Forschungsergebnisse in vielfältiger Art und Weise der Öffentlichkeit zugänglich.

Aufgabe des IAB ist es, kontinuierliche und langfristige Forschung zur Entwicklung der Beschäftigung und des Arbeitsmarktes unter Berücksichtigung regionaler Differenzierungen und der Wirkungen der aktiven Arbeitsförderung sowie Forschungen zu den Wirkungen der Leistungen der Eingliederung und der Leistungen zur Sicherung des Lebensunterhalts durchzuführen. Die Ergebnisse dieser Forschungen werden zum ei-

nen in wissenschaftlichen Fachzeitschriften platziert und zum anderen Entscheidungsträgern aus Politik und Praxis in Form wissenschaftlicher Politikberatung sowie der Öffentlichkeit und Fachöffentlichkeit in Form geeigneter Publikationen zur Verfügung gestellt.



## Weibliches Arbeitskräftepotential in Sachsen (Ein Vermessungsversuch)

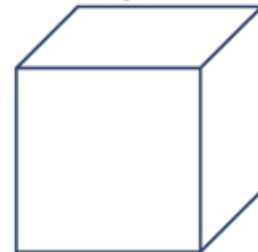
Fachtagung  
„Frauen und Erwerbsbeteiligung“

Landesfrauenrat Sachsen  
13.04.2013

Mirko Wesling  
IAB Regional Sachsen

### „Vermessung“ des weibl. Arbeitskräftepotentials

$$V = L * B * H$$



- L=Länge: (Lebens)Arbeitszeit
- B=Breite: Beschäftigungsbereiche
- H=Höhe: Arbeitseinkommen

## Länge: (Lebens)Arbeitszeit

weibliche SVB in Sachsen	Jun 2005	Jun 2011
<b>Insgesamt</b>	<b>660.149</b>	<b>702.873</b>
Davon: Vollzeit	479.958	462.113
Teilzeit	180.191	240.760
Teilzeitquote	21,8 %	34,3 %
Jahres-Ø tats. Wochen-AZ*	31,1	29,6

- Ausweitung des Arbeitsvolumens durch Reduktion unfreiwilliger Teilzeit
- Erhöhung der Erwerbstätigenzahl durch längere Erwerbsspartizipation (insbes. 60+)

Beschäftigtenquote Frauen in Sachsen 2011

	SVB-Quote
15 bis 67	53,7%
55 bis 59	58,4%
60 bis 67	17,6%

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

3

## Breite: Beschäftigungsbereiche

TOP-10 Berufe der weiblichen Beschäftigten in Sachsen

	SVB Jun 12	Anteil an Gesamt
781 Bürofachkräfte	123.925	17,4%
682 Verkäuferinnen	66.018	9,3%
853 Krankenschwestern, Hebammen	37.106	5,2%
861 Sozialarbeiterinnen, -pflegerinnen	32.448	4,5%
864 Kindergärtnerinnen, -pflegerinnen	29.360	4,1%
856 Sprechstundenhelferinnen	24.942	3,5%
873 Real-, Volks-, Sonderschullehrerinnen	23.639	3,3%
933 Raum-, Hausratreinigerinnen	16.889	2,4%
411 Köchinnen	15.145	2,1%
691 Bankfachleute	13.127	1,8%
TOP-10	382.599	53,6%
<b>Gesamt</b>	<b>713.456</b>	<b>100,0%</b>

- Sicherung zukünftiger Arbeitsmarktbedarfe durch breitere Orientierung bei Berufs- und Studienwahl

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen

4



## Höhe: Arbeitseinkommen

Ø-Bruttostundenlohn Arbeitnehmerinnen 2012

	Vollzeit
<b>Deutschland Insg.</b>	<b>18,86</b>
ABL (inkl. B)	19,50
Baden-Württemberg	19,45
Bayern	19,41
Berlin	19,10
Bremen	18,95
Hamburg	21,43
Hessen	21,09
Niedersachsen	18,06
Nordrhein-Westfalen	19,89
Rheinland-Pfalz	18,72
Saarland	18,07
Schleswig-Holstein	17,59
NBL (ohne B.)	15,85
Brandenburg	16,68
Mecklenburg-Vorpommern	15,41
<b>Sachsen</b>	<b>15,62</b>
Sachsen-Anhalt	16,23
Thüringen	15,43

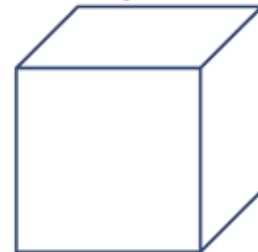
Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Darstellung

- Angleichung der Arbeitsentgelte führt zu:
  - höherer Erwerbspartizipation
  - positivem Mobilitätssaldo

5

## „Vermessung“ des weibl. Arbeitskräftepotentials

$$V = L * B * H$$



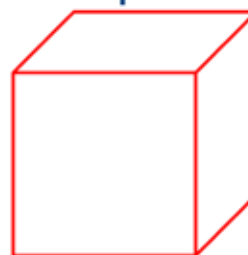
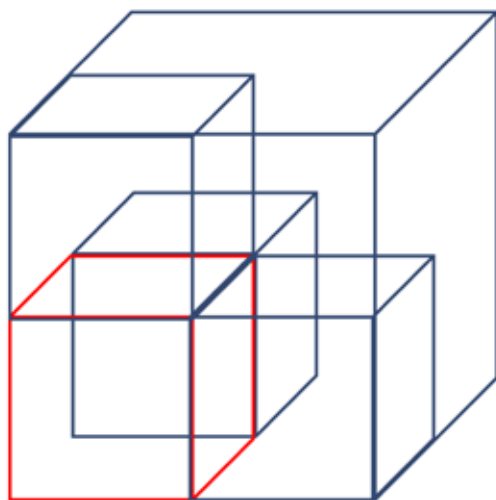
- L=Länge: (Lebens)Arbeitszeit  
Teilzeit reduzieren; Erwerbsleben verlängern
- B=Breite: Beschäftigungsbereiche  
„untypische“ Berufe stärker ins Blickfeld rücken
- H=Höhe: Arbeitseinkommen  
Niveauangleichungen (SN-D) forcieren

6



## „Vermessung“ des weibl. Arbeitskräftepotentials

$$V = L * B * H$$



Herzlichen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit

Kontakt:

[mirko.wesling@iab.de](mailto:mirko.wesling@iab.de)

weitere Informationen:

<http://www.iab.de/389/section.aspx/Publikation/k121217n09>

### 3. Alleinerziehende Frauen und Erwerbsbeteiligung: Situation, Chancen und Risiken

#### **Karla Helmsdorf,**

Leiterin Stab Chancengleichheit am Arbeitsmarkt, Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Sachsen

Die Förderung der Chancengleichheit von Frauen und Männern am Arbeitsmarkt ist Leitlinie der Geschäftspolitik der Bundesagentur für Arbeit. Frauen müssen auch in Sachsen die gleichen Ausbildungs- und Karrierechancen offen stehen wie ihren männlichen Kollegen.

Bei der Umsetzung des gesetzlichen und geschäftspolitischen Auftrages verfolgt die Bundesagentur für Arbeit eine Doppelstrategie zur Förderung der Chancengleichheit. Zum einen

ist sie Querschnittsaufgabe, zum anderen gibt es aber auch eigenständige Ziele und Maßnahmen zum Abbau von Benachteiligungen von Frauen am Ausbildungs- und Arbeitsmarkt.

#### **Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“**

13. April 2013; Karla Helmsdorf

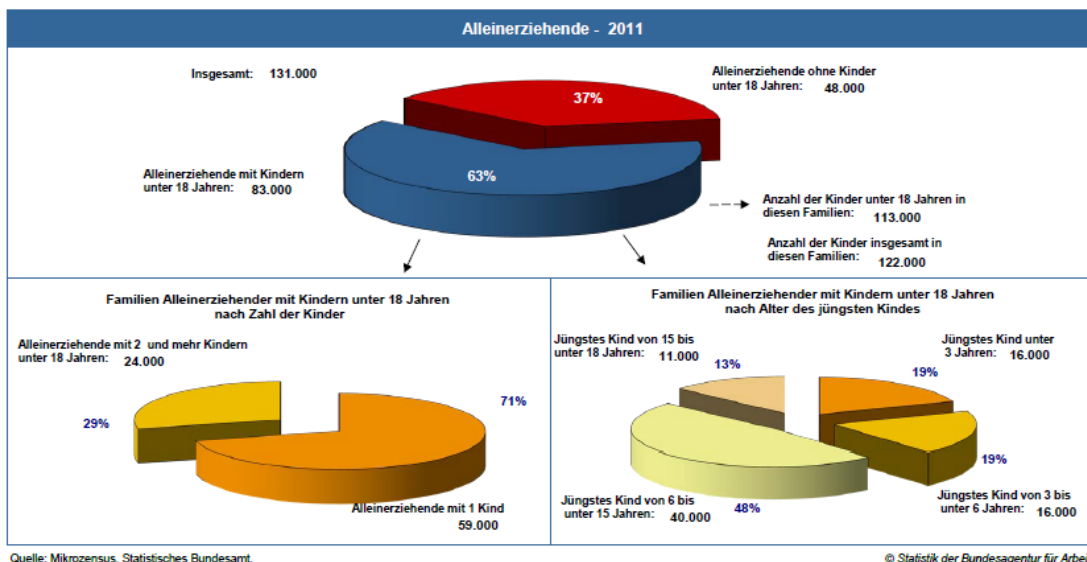


#### **Alleinerziehende am Arbeitsmarkt – Chancen und Risiken**

 Bundesagentur für Arbeit



## Bevölkerungsdaten – Alleinerziehende 2011

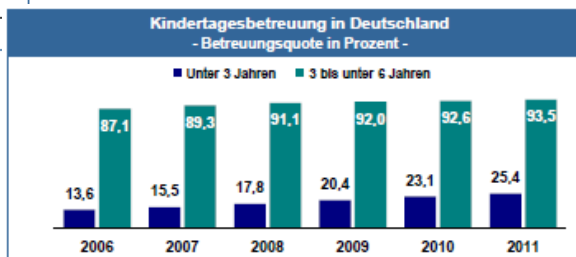
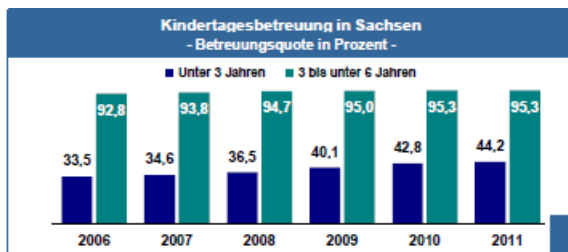


Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 2

## Kinder in Tagesbetreuung

- Betreuungsquoten haben sich sachsen- und bundesweit seit 2006 z. T. signifikant erhöht
- für 3- bis 6-Jährige kann von einem ausreichenden Angebot an Betreuungsplätzen ausgegangen werden



Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

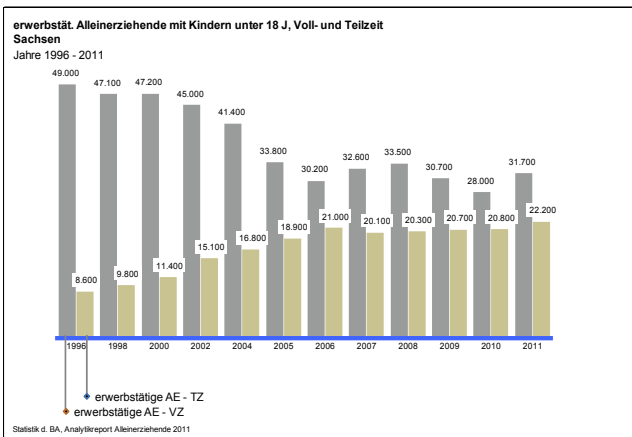
Seite 3

## Beteiligung von Alleinerziehenden mit Kindern unter 18 Jahren am Erwerbsleben

(Betrachtungszeitraum 1996 bis 2011)

- insbesondere das Verhältnis von VZ- und TZ-Beschäftigung hat sich gravierend in Richtung Teilzeit verändert

1996: 85,7 % VZ und 14,3 % TZ  
2011: 58,8 % VZ und 41,2 % TZ



- die Zahl der TZ-beschäftigten AE hat sich knapp verdreifacht
- die Zahl der VZ-beschäftigten AE hat sich um mehr als ein Drittel reduziert

Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 4

## Fazit: TZ-Beschäftigung gewinnt bei AE zunehmend an Bedeutung

mögliche Gründe:

- Erwerbsverhalten der Frauen OST und WEST gleicht sich immer mehr an
- Rahmenbedingungen behindern VZ-Beschäftigung
  - öPNV, insbesondere im ländlichen Raum
  - Kita-Angebote regional nicht ausreichend / zu unflexibel
  - zu wenig Ganztagsangebote im schulischen Bereich
  - familienfreundliche Arbeitsbedingungen



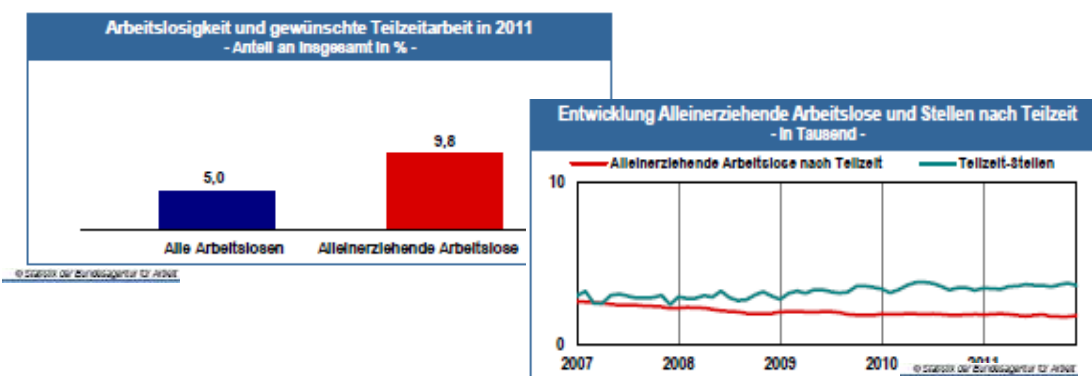
- Angebot an TZ-Stellen geht immer weiter zurück

Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 5

## Gemeldete Arbeitsstellen in TZ und AE mit Wunsch nach Teilzeit

- die Stellensuche von AE ist häufiger auf TZ-Stellen ausgerichtet als bei allen Alo
- 2011 standen
  - 1.780 TZ-suchenden AE
  - 3.566 TZ-SteA gegenüber
- damit entfielen rein rechnerisch auf 100 alleinerziehende Arbeitslose mit Teilzeitwunsch 200 Teilzeitstellen während auf 100 Arbeitslose mit Teilzeitwunsch 31 Teilzeitstellen kamen



Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 6

## Unternehmen suchen zunehmend VZ-Kräfte

- sowohl der Anteil der VZ-Stellen am gesamten Stellenzugang als auch die absolute Zahl neu gemeldeter VZ-Stellen sind gestiegen
- kaum verändert hat sich hingegen die absolute Zahl der TZ-Stellen; Anteil TZ-Stellen am gesamten Stellenzugang ist jedoch deutlich gesunken

Stellenzugang			
		abs.	Anteil am gesamten Stellenzugang
<b>Vollzeit</b>	2009	62.971	71,7 %
	2010	77.683	74,9 %
	2011	87.066	77,4 %
<b>Teilzeit</b>	2009	23.584	26,8 %
	2010	25.090	24,2 %
	2011	24.584	21,8 %

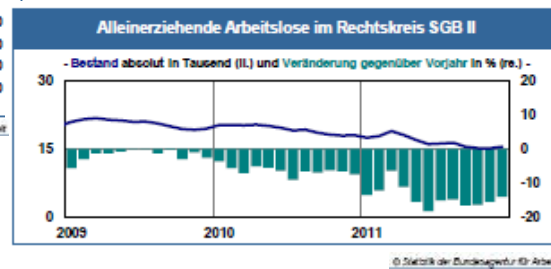
Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 7



## Alleinerziehende Arbeitslose nach Rechtskreisen

- Arbeitslosigkeit AE hat sich mit -14,2 % günstiger entwickelt als die aller Erwerbspersonen (- 10,4 %)
- Arbeitslosigkeit AE ist im Vorjahresvergleich deutlich gesunken – Rückgang ist auf beide Rechtskreise 2011 gleichmäßig verteilt (SGB III: - 14,1 %; SGB II: - 14,2 %)
- 2011 verringerte sich der Anteil der alleinerziehenden Arbeitslosen an allen Arbeitslosen auf 8,0 % (2010: 8,4 %; 2009: 8,2 %)

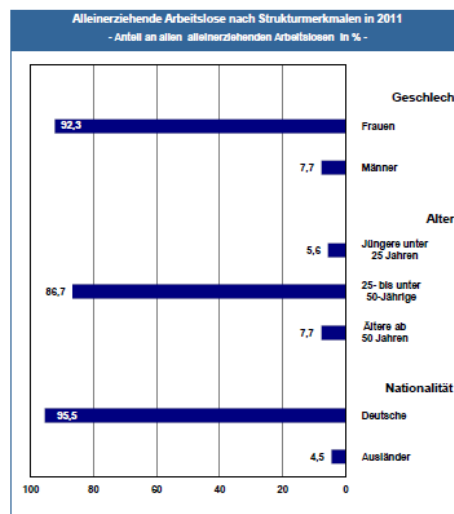


Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 8

## Alleinerziehende Arbeitslose nach Geschlecht und Alter

- AE sind mit 92,3 % überwiegend weiblich (SGB III: 88,9 %; SGB II: 92,7 %)
- 86,7 % gehören zur Altersgruppe der 25- bis 49-Jährigen (SGB III: 84,4 %; SGB II: 86,9 %)



Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 9

## Alleinerziehende Arbeitslose nach Schulabschluss

mit 49,3 % verfügt fast die Hälfte aller alo AE über die mittlere Reife (SGB III: 61,8 %; SGB II: 48,0 %) → im Vgl. zu 2009: Tendenz rückläufig

### SGB III

ohne Schulabschluss:  
1,9 % (31) → stabil

Hauptschulabschluss:  
14,9 % (240) → leicht  
steigend

Abi/Fach- od. HS-  
Reife: 19,8 % (319)  
→ deutlich steigend



### SGB II

ohne Schulabschluss:  
10,5 % (1.733) → stabil

Hauptschulabschluss:  
30,9 % (5.109) → leicht  
steigend

Abi/Fach- od. HS-  
Reife: 5,8 % (951) → leicht  
steigend

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 10

## Alleinerziehende Arbeitslose nach Berufsausbildung

mit 68,2 % verfügten deutlich mehr als die Hälfte aller alo AE über eine betriebliche oder schulische Berufsausbildung (SGB III: 82,2 %; SGB II: 66,9 %) → 2009: 70,8 %

### SGB III

ohne BA: 6,3 % (102)  
→ 2009: 6,0 %

akadem. BA: 10,9 %  
(175) → 2009: 8,1 %



### SGB II

ohne BA: 27,8 %  
(4.596) → 2009: 25,2 %

akadem. BA: 2,2 %  
(359) → 2009: 1,9 %

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

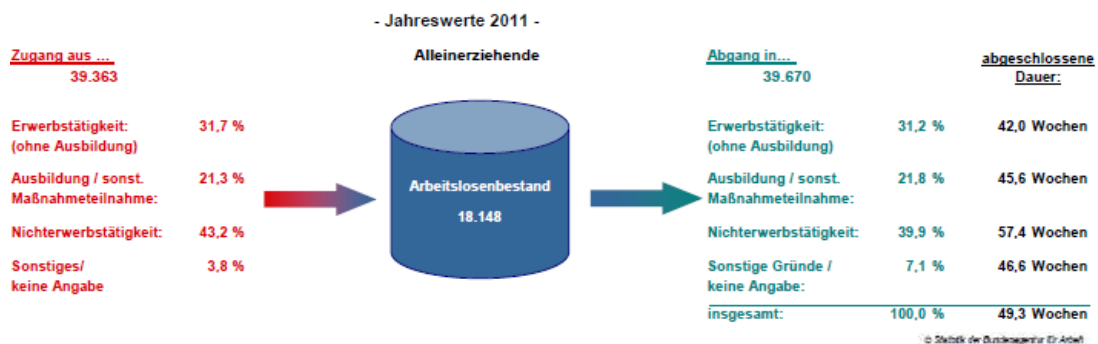
Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 11



## Betroffenheit und Verbleib AE in Arbeitslosigkeit

- durchschnittliche bisherige Dauer der Arbeitslosigkeit AE 2011: 71,4 Wochen
- Anteil der vor Abgang länger als 12 Monate arbeitslosen AE ist gesunken (2011: 28,3 %; 2009: 29,9 %)
- die durchschnittliche Dauer der Arbeitslosigkeit bis zur Aufnahme einer Erwerbstätigkeit lag 2011 bei 42 Wochen (2009: 48,9 Wochen) → alle Alo: 28,9 Wo.
- Abgänge in ET seit 2009: - 23,8 % (Zugänge in Arbeitslosigkeit: - 13,5 %)
- bis zum Abgang in Ausbildung/sonst. Maßnahmeteilnahme vergingen 2011 bei AE 45,6 Wochen → alle Alo: 38,6 Wochen



Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 12

## Gewünschte Arbeitszeit hat maßgeblichen Einfluss auf die Integration

### überwiegende Mehrheit der AE sucht eine VZ-Beschäftigung

#### aber:

- Anteil VZ-suchender AE in beiden RK gesunken  
2011: 89,3 % (SGB III: 86,5 %; SGB II\*: 89,5 %)  
2010: 90,1 % (SGB III: 87,5 %; SGB II\*: 90,3 %)
- Anzahl VZ-suchender AE ging im Vorjahresvergleich in beiden RK stärker zurück als Anzahl AE  
-14,9 % (SGB III: - 15,1 %; SGB II\*: - 14,9 %)

### Wunsch nach TZ nimmt zu

- Anteil AE, die eine TZ-Stelle suchen steigend  
2011: 9,8 % (SGB III: 11,6 %; SGB II\*: 9,6 %)  
2010: 8,7 % (SGB III: 10,6 %; SGB II\*: 8,5 %)  
2009: 8,4 % (SGB III: 11,1 %; SGB II\*: 8,1 %)
- AE suchen häufiger eine TZ-Stelle als andere Arbeitslose
- Anzahl TZ-suchender AE ging im Vorjahresvergleich in beiden RK deutlich schwächer zurück als Anzahl AE  
- 3,1 % (SGB III: -6,0 %; SGB II\*: - 2,8 %)

\* Anmerkung: bei zKT keine Angaben zur gewünschten AZ → deshalb grundsätzlich Zuordnung aller Alo zu VZ

Fachkonferenz „Frauen und Erwerbsbeteiligung“, Dresden, 13.04.2013, © Bundesagentur für Arbeit

Seite 14



---

Datenquelle: Statistik der BA

[http://statistik.arbeitsagentur.de/nn\\_10256/SiteGlobals/Forms/Suche/serviceSuche\\_Form.html?  
allOfTheseWords=Analytikreport+Alleinerziehende&OK=OK&pageLocale=de&view=processForm](http://statistik.arbeitsagentur.de/nn_10256/SiteGlobals/Forms/Suche/serviceSuche_Form.html?allOfTheseWords=Analytikreport+Alleinerziehende&OK=OK&pageLocale=de&view=processForm)

Auf Wunsch sende ich Ihnen diesen Report auch zu.  
Haben Sie Fragen, Hinweise oder wünschen Sie weiterführendes Material?

Gerne stehe ich Ihnen zur Verfügung.

**Karla Helmsdorf**

Beauftragte für Chancengleichheit am Arbeitsmarkt

Telefon: +049 371 9118-206

Telefax: +049 371 9118-697

E-Mail: [Sachsen.CA@arbeitsagentur.de](mailto:Sachsen.CA@arbeitsagentur.de)

Internet: [www.arbeitsagentur.de](http://www.arbeitsagentur.de)

**Bundesagentur für Arbeit**

Regionaldirektion Sachsen

Paracelsusstr. 12

09114 Chemnitz



## 4. Ursachen der Unterrepräsentanz von Frauen im mittleren feuerwehrtechnischen Dienst, dargestellt am Beispiel der Berufsfeuerwehr Dresden

**Kristina Winkler,**  
Bildungsbüro der Landeshauptstadt Dresden



### Ursachen der Unterrepräsentanz von Frauen im mittleren feuerwehrtechnischen Dienst – dargestellt am Beispiel der Berufsfeuerwehr Dresden

Kristina Winkler  
Bildungsbüro der Landeshauptstadt Dresden  
Masterarbeit an der Hochschule Mittweida  
(Ende 2012)



## Mädchen und Frauen in den Feuerwehren – Ausgangssituation

### Jugendfeuerwehren (2010)

Bund:	24,3 %
Sachsen:	21,5 %
Dresden:	22,1 %

### Freiwillige Feuerwehren (2010)

Bund:	8,2 %
Sachsen:	8,7 %
Dresden:	6,0 %

### Berufsfeuerwehren (2010)

Bund:	2,1 %
Sachsen:	1,9 %
Dresden:	1,4 % (2012)

Alle Angaben gerundet.



## Fachdiskurs zu den Ursachen der Unterrepräsentanz von Frauen in den Berufsfeuerwehren

- Sporttests orientieren sich an männlichen Leistungsmaßstäben
- Nachweis einer abgeschlossenen Berufsausbildung in einem „feuerwehrförderlichen“, meist handwerklichen oder technischen Beruf → irrelevant in Dresden!
- Feuerwehrberuf wird nicht als Beruf für Frauen wahrgenommen
- Bedenken wegen der physischen Belastung mit zunehmendem Alter

Quelle: Bericht der AG „Frauen in der Feuerwehr“, Deutscher Städtetag 2009

➔ Welche weiteren Ursachen existieren?  
Welchen Anteil trägt die Organisation?





## Methodisches Vorgehen

- Masterarbeit als Vorstudie angelegt
- Dokumentenanalyse als Untersuchungsplan
- Auswertung qualitativer und quantitativer Daten in Anlehnung an Inhaltsanalyse
- Entwicklung von Analyserastern, Kategorien, Unterkategorien, Operationalisierungen
- Kategorien (u. a. geschlechtsbezogene Arbeitsteilung, hierarchische Gliederung und Führung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Organisationskultur sowie Zulassungsvoraussetzungen gemäß der Landesverordnung und deren Umsetzungspraxis [2000 – 2011])
- abschließend: Entwicklung eines Forschungsdesigns für eine Hauptstudie (Forschungsstrategie - Triangulation der Daten und Methoden)
- Ableitung erster Handlungsempfehlungen



## Zentrale Ergebnisse

- Relationen Bewerber/Bewerberinnen zu Erfolg (Männer: 21:1, Frauen 58:1)
- Relationen Testteilnahme der Personen zu Erfolg (Männer 10:1, Frauen 22:1)
- viele Hinweise auf männlich geprägte Organisationskultur (u. a. Sprache, Leistungsmaßstäbe, Berufsbild, Aufbau zusätzlicher Schwellen, Grenzziehungen)
- Berufsfeuerwehr stark horizontal und vertikal segregiert
- Existenz zusätzlicher Hierarchien, Hinweise auf autoritäre Führung im Wachalltag
- Schichtplan/Arbeitszeiten fördern trad. Familienstrukturen
- nicht nur Sporttest, **sondern nahezu alle (!!!)** Zulassungsvoraussetzungen und deren Umsetzungspraxis sind auf Männer ausgerichtet (z. B. Mindestgröße, Höchstalter, FS Klasse C bzw. Qualifikation im Rettungsdienst)



## Zentrale Ergebnisse

### Berufsfeuerwehr baut zusätzliche Schwellen auf

- **Berufsorientierung** ➡ männlich konnotiertes Berufsbild, Signale der „Bestenauslese“ beim Sporttest, Nichtbekanntgabe des Handlungsspielraums bei Zulassungsvoraussetzungen schrecken Frauen im Vorfeld einer Bewerbung ab
- **Einstellungsverfahren** ➡ Zulassungsvoraussetzungen und deren Umsetzungspraxis sind auf Männer ausgerichtet, Frauen haben geringere Erfolgsaussichten
- **Einstellungstest** ➡ Sporttest orientierte sich bisher an männlichen Leistungsmaßstäben, Ranking benachteiligt Frauen nochmals, späte Bekanntgabe der Mindestanforderungen des Sporttests verhindert gezielte Vorbereitung, Frauen sind nahezu chancenlos



## Erste Handlungsempfehlungen

- ➡ Einleitung eines OE-Prozesses zur Öffnung der Organisationskultur für bisher unterrepräsentierte Gruppen
- gezielte Ansprache von Frauen (bei Ausschreibungen, Berufsmessen, in der Freiwilligen Feuerwehr...)
- stereotypenfreies Berufsbild einsetzen, weiblich konnotierte Kompetenzen aufwerten
- Veränderung der Zulassungsvoraussetzungen (z. B. Mindestgröße abschaffen/absenken, Höchstalter abschaffen/heraufsetzen, FS Klasse C in Kl. B umwandeln)
- Ausschöpfen vorhandener Handlungsspielräume bei Zulassungsvoraussetzungen, kritische Reflexion der Umsetzungspraxis des Einstellungsverfahrens
- Einsatz eines geschlechtergerechten Sporttests (Sporthochschule Köln)



## 5. Ausgewählte Instrumente zur Stärkung der Kompetenzen von Frauen: Ansatzpunkte und Wirksamkeit Oder: Über die Notwendigkeit von Mentoring

### **Prof. Dr. Florian Steger,**

Direktor des Instituts für Geschichte und Ethik der Medizin, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

### **Dr. Ljubica Lozo,**

Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Das Lernen am Modell ist weit akzeptiert. Überlegen Sie sich einmal selbst, wer in Ihrer Biographie eine solche Schlüsselrolle übernommen hat, Vorbild zu sein. Ein Freund? Eine Freundin? Ihre Vorgesetzte? Oder Ihre Doktormutter? Wer hat Ihnen Wege aufgezeigt, die Sie einschlagen sollen oder gesagt, welche Wege Sie besser nicht betreten mögen bzw. welche Wege Sie rasch wieder verlassen sollen? Wer war Ihnen ein Modell für Ihre Lebensplanung?

In unserem beruflichen Alltag sind wir auf Lernen am Modell angewiesen. Gute Vorbilder können einen rasch voranbringen Sie helfen, Ziele zu entwickeln und diese auch erfolgreich zu verfolgen. Ein guter Rat ist wichtig sowie tagtäglich nötig und in einem Mentoring tiefgehend einzuholen. Wer würde sich also nicht wünschen, eine erfahrene Mentorin bzw. einen erfahrenen Mentor als Mentee an der Seite zu haben?

Mentoring ist ein modernes Personalentwicklungsinstrument, das gezielt zur Karriereentwicklung, nicht nur, aber besonders und auch für Frauen eingesetzt werden kann. Eine beruflich erfahrene Person, meist in leitender Position, mit Zugang zu berufsrelevanten Netzwerken, Mentor genannt, steht an der Seite einer weniger erfahrenen Person, Mentee genannt.

Ziel eines Mentorings ist die persönliche wie berufliche Weiterentwicklung des Mentees. Darüber hinaus erhält der Mentee einen Einblick in berufspolitische Belange.

Mentoring ist dabei personen- und fachspezifisch, unterscheidet sich damit also von einem allgemeinen Consulting bzw. Training.

Mentoring nimmt an deutschen Universitäten üblicherweise drei Gestalten an und zwar als „One-to-one Mentoring“ (ein Mentor und ein Mentee) oder als „Gruppenmentoring“ (ein Mentor und mehrere Mentees) und als „Peer-Mentoring“ (Mentoring unter gleichgestellten Mentees). Es werden über einen längeren und fest definierten Zeitraum (beispielsweise 18 Monate) und in regelmäßigen Abständen immer wieder vertrauliche Gespräche geführt. Erwartungen und Ziele sind zu Beginn einer solchen Mentoring-Beziehung ebenso zu definieren wie Themen, Anliegen und Wünsche.

Mentor und Mentee gehen hierbei eine Mentoring-Beziehung ein, die von Vertraulichkeit, Respekt und gegenseitigem Wohlwollen geprägt ist. Man kann auch eine Mentoring-Vereinbarung, einen Vertrag, über diese Beziehung schließen. Nur wenn sich beide vertrauen und wenn „die Chemie stimmt“, kann das



übergeordnete Ziel der Weiterentwicklung der Persönlichkeit eingeholt werden.

Gespräche über Themen aus dem Alltag werden in einer geschützten Atmosphäre geführt. Dabei sollen Schwächen zugegeben und Fehler erkannt werden. Der Mentor muss ein intrinsisches Interesse haben, die Fähigkeiten des Mentee zu verbessern und damit dessen berufliche Karriere fördern.

Eine gute Nachricht und dies nicht nur für mich: Mentoring ist auch an der Universität bzw. an der Hochschule angekommen. Ich selbst engagiere mich in Deutschland in mehreren Mentoring-Programmen.

Warum braucht man solche Mentoring-Programme?

Ein Eindruck aus meinem eigenen beruflichen Alltag: Betrete ich den Hörsaal und blicke ich in die Runde der Studierenden der Humanmedizin, kann ich getrost „guten Morgen meine Damen“ sagen. Denn der überwiegende Teil der Studierenden der Humanmedizin sind Frauen. Betrete ich dagegen die Fakultätsrats-sitzung der Medizinischen Fakultät, sieht die Situation schon ganz anders aus. Obwohl der überwiegende Anteil der Studierenden der Humanmedizin weiblich ist, gehen viele Frauen auf dem Weg in die Leitungsebe-

ne verloren, das beginnt bei der Facharztausbildung und endet bei der ordentlichen Professur. So lange es einer überregionalen süddeutschen Tageszeitung eine ganze Seite wert ist, über die Berufung einer Frau auf einen Lehrstuhl zu berichten, müssen gezielt Karriere fördernde Maßnahmen für Frauen ergriffen werden. Hier können Mentoring-Programme ansetzen, eben jenen Frauen Mut zu machen, sie für Karrierewege zu motivieren und sie dabei zu unterstützen, ihre Fähigkeiten und Kompetenzen zu verbessern, diesen Karriereweg zielstrebig zu verfolgen.

Ziel eines auf Frauen ausgerichteten Mentorings ist es also, den Anteil weiblicher Führungskräfte dezidiert zu erhöhen.

Mentoring-Programme beruhen klassischer Weise auf drei Säulen: Zum einen das Mentoring selbst, sei es als one-to-one oder als Gruppenmentoring, dann ein begleitendes Seminarprogramm und schließlich regelmäßige Netzwerktreffen.

Im Mentoring werden die Mentees bei ihren Schritten begleitet und unterstützt, ihren eigenen Weg zielstrebig zu gehen. Klassische Themen sind die Beratung in konkreten Situationen und zu aktuellen Fragen unter Einbeziehung von Feedback, die Identifikation der nächsten Karrierewege oder das ge-



meinsame Erarbeiten von Strategien. Ein Mentor erfüllt damit also eine Vorbildfunktion, er bietet psychosoziale Unterstützung an und unterstützt in der Karriereentwicklung. Es haben sich Cross-Gender-Mentoring-Konzepte als hilfreich erwiesen, nicht zuletzt, weil Erfolg als männlich konnotiert wahrgenommen wird und weitaus weniger weibliche Führungskräfte vorhanden sind. Der Mentor muss für seine Rolle Interesse mitbringen, sich für den Mentee interessieren und ihn unterstützen. Er soll Berufs- und Lebenserfahrung mitbringen, er soll die Fähigkeit mitbringen, Wissen zu vermitteln sowie Lernprozesse zu begleiten und er soll nicht zuletzt Einfluss haben und über Kontakte verfügen. Es gehört auch zur Aufgabe des Mentors, den Mentee zu konfrontieren. Dabei ist auf Seiten des Mentee eine große Offenheit für Kritik nötig sowie auch eine große Bereitschaft, sich proaktiv einzubringen.

Dabei kann den Mentees auch die Möglichkeit gegeben werden, in berufliche Kontexte Einblick zu bekommen sowie in soziale Netzwerke eingeführt zu werden. Die Mentoren können die Mentees hier regelrecht an die Hand nehmen und sie mit informellen Strukturen und Verhaltensregeln vertraut machen, die gerade für die erfolgreiche Ausbildung von sozialen Netzwerken von entscheidender Bedeutung

sind. Der Mentor kann den Mentee, begleitet er diesen bei solchen Veranstaltungen, auch gezielt Rückmeldungen zu seinem Verhalten geben; man spricht hier von Shadowing. Der Mentor wiederum profitiert von dieser Mentoring-Beziehung, indem er beispielsweise seinen eigenen beruflichen Werdegang und die aktuelle Arbeitssituation reflektiert, seine Beratungskompetenz stärkt und eigene Werte weitergibt. Aus der Zusammenarbeit mit dem Mentee ergeben sich nicht selten für ihn ebenfalls Erkenntnisse und Handlungsimpulse für sein eigenes Führungsverhalten.

Neben dem eigentlichen Mentoring als erste Säule eines Mentoring-Programms werden im Seminarprogramm als zweite Säule Schlüsselqualifikationen thematisiert. So kann dort ein Bewerbungstraining stattfinden oder ein Training zum Konfliktmanagement bzw. zur Stressbewältigung durchgeführt werden. Die Mentees sollen in diesen Seminaren Karriere relevante Sozial- und Führungskompetenzen vermittelt bekommen.

Bei den Netzwerktreffen als dritte Säule eines Mentoring-Programms geht es um die Vermittlung dessen, was Mentoring nun denn konkret ist, um die Frage, wie sich die Mentoring-Beziehung entwickelt, um das Bilanzziehen und um die Überlegung,



welche übergeordneten Fragen zu erkennen sind. Darüber hinaus geht es aber auch gezielt darum, allgemeine Fragen wie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu diskutieren oder unterschiedliche Berufswege sowie Berufsfelder zu entdecken und nicht zuletzt und besonders wichtig – ganz allgemein um die Ausbildung oder Weiterentwicklung sozialer Netzwerke.

Wozu der ganze Aufwand? Wozu das Mentoring?

Frauen sollen motiviert und befähigt werden, ihre Karrierewege zielstrebig weiter nach vorne zu gehen. Hierzu ist ein Lernen am Modell, wie es in Mentoring-Beziehungen, besser noch in einem Mentoring-Programm, umgesetzt wird, äußerst hilfreich.

Dies konnte auch in der Forschung bestätigt werden: Durch Mentoring werden Karrieren von Frauen überhaupt erst ausgelöst und beschleunigt. Der Mentor kann dem Mentee dazu verhelfen, von der Community überhaupt erst als bedeutend bzw. zu berücksichtigend erkannt zu werden. Unternehmensspezifische Riten werden übernommen und befähigen den Mentee erst zu weiteren Karriereschritten. Die erwartete Rollenhaltung einer Frau wird gemindert. Frauen treten selbstbewusst und gut informiert mit klaren Zielen auf. Eine Aufnahme des Mentee in sozia-

le Netzwerke wird jetzt möglich und auch gelebt. Eine Identifikation mit dem Unternehmen wird möglich.

Um es noch abschließend noch einmal sehr prägnant zusammenzufassen: Warum das Mentoring? Warum die ganze Mühe? Es geht darum, den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen – und dies nachhaltig.

#### Literatur:

Mentoring in Humanwissenschaften. Logbuch für Mentorinnen und Mentoren. Leitfaden erstellt von Dr. Ljubica Lozo. Würzburg 2012.

#### Korrespondenzadressen:

##### Prof. Dr. Florian Steger

Direktor des Instituts für Geschichte und Ethik der Medizin  
Medizinische Fakultät der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg  
Magdeburger Straße 8  
06112 Halle (Saale)  
florian.steger@medizin.uni-halle.de

##### Dr. Ljubica Lozo

Projektkoordination MENTORING in science  
Zentrales Frauenbüro der Julius-Maximilians-Universität  
Mensanebengebäude am Hubland/Apt.6  
97074 Würzburg  
ljubica.lozo@uni-wuerzburg.de



## 6. Frauen in Führungspositionen in Sachsen – Entwicklung eines Vorgehensmodells

**Linda Müller,**

bfz gGmbH Bildungsforschung (Berufliches Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft)  
in Zusammenarbeit mit bsw gGmbH (Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft)

**Gleichste!!en**  
Bundesinitiative für Frauen  
in der Wirtschaft





### Frauen in Führungspositionen in Sachsen

Entwicklung eines Vorgehensmodells



Linda Müller, bfz Bildungsforschung  
Dresden, 13.04.2013



## Gliederung

1. Projektrahmendaten und -ziele
2. Vorgehensmodell und Ablauf
3. Erste Projektergebnisse

## 1. Projektrahmendaten und -ziele

## Projektrahmendaten

### **Titel:**

„Frauen in Führungspositionen in Sachsen – Entwicklung eines Vorgehensmodells“

### **Laufzeit:**

01.08.2011 – 31.01.2014

### **Projektkoordination:**

Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft (bsw) gGmbH



### **Kooperationspartner:**

Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gGmbH



Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft (bsw) GmbH



### **Förderung:**

im Rahmen der Bundesinitiative „**Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft**“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales

finanziert aus Mitteln des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und des Europäischen Sozialfonds (ESF)



## Ziele des Projektes

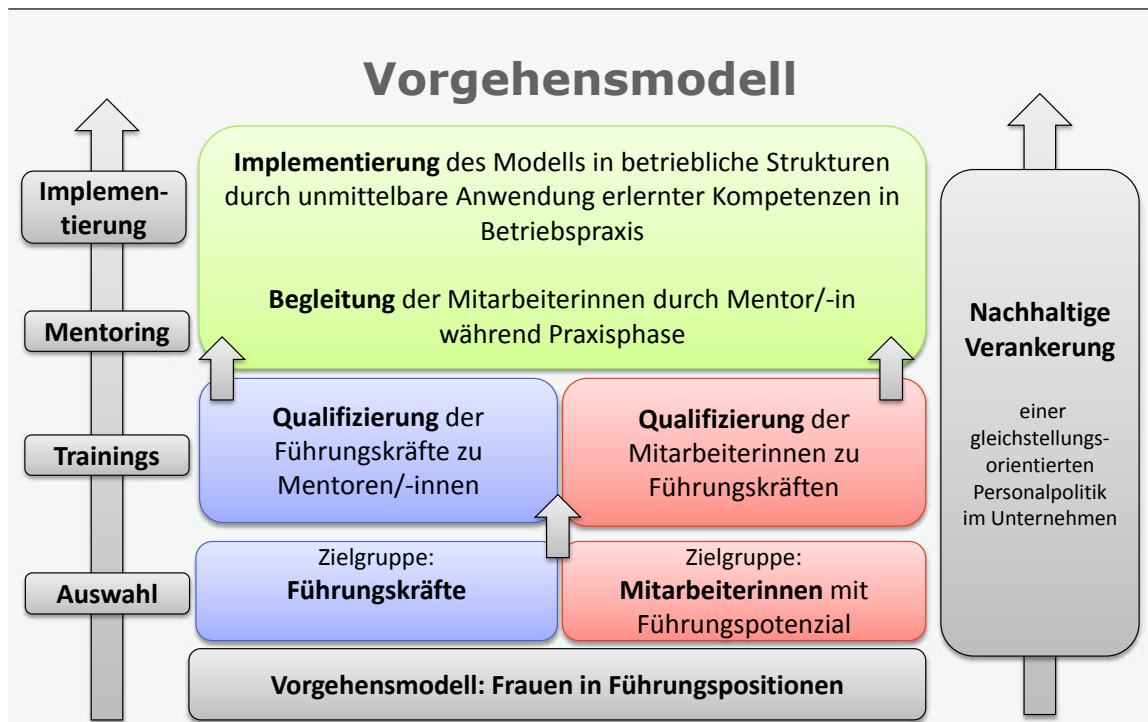
- Entwicklung eines Vorgehensmodells zur Entwicklung von Frauen für mittlere und obere Führungspositionen
- Erprobung des Modells in 10 sächsischen Unternehmen (KMU) unterschiedlicher Branchen
- Sensibilisierung von Führungskräften und Befähigung zur Übernahme einer Mentorenfunktion
- Nachhaltige Veränderung der betrieblichen Strukturen
- Dokumentation und Evaluation des Modells (Handlungsleitfaden)

### Zielgruppen

- **ZG1:** personalverantwortliche **Führungskräfte**
- **ZG2:** ausgewählte **Mitarbeiterinnen** mit Führungspotenzial

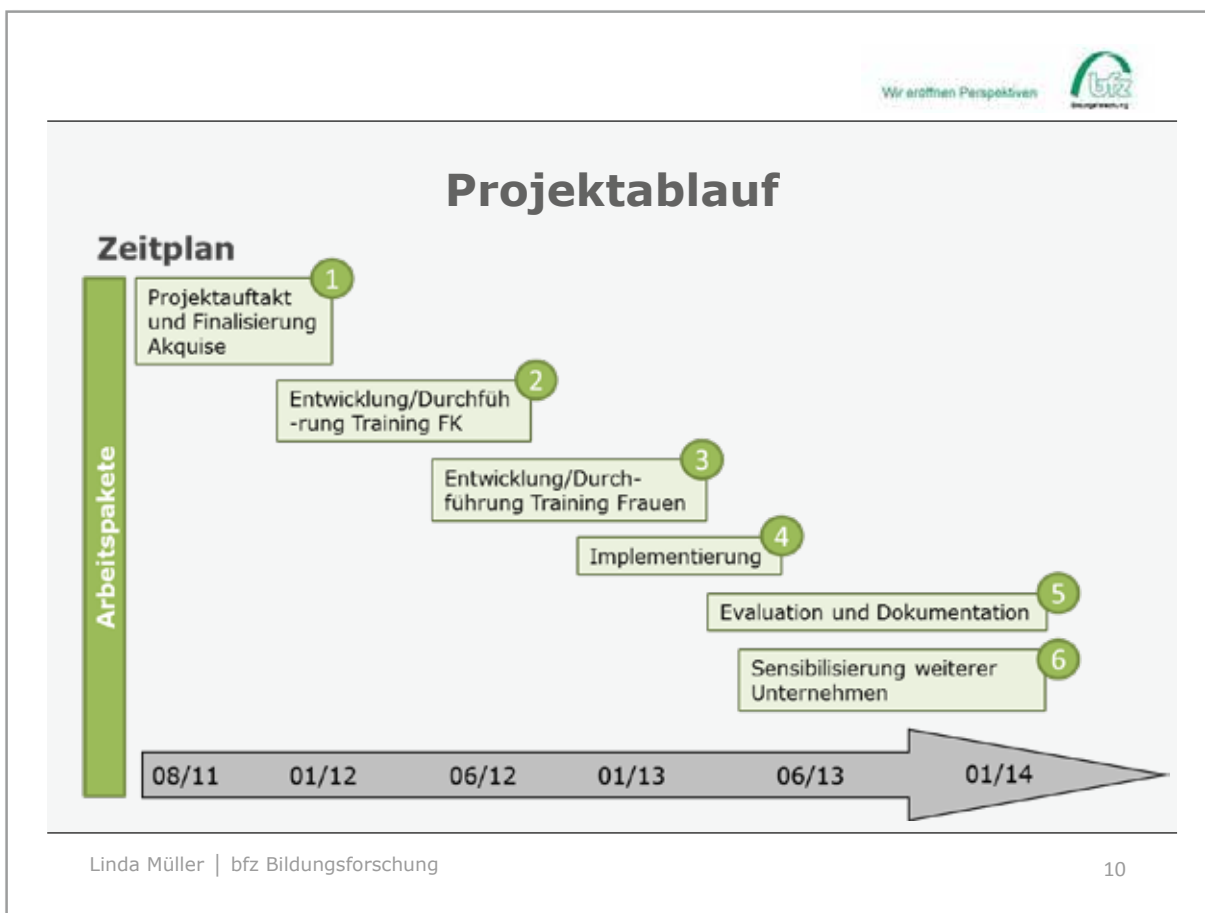
## 2. Vorgehensmodell und Ablauf





## Qualifizierungsmodule - Inhalte

Zielgruppe „Frauen mit Führungspotenzial“	Zielgruppe „Führungskräfte“
Persönlichkeit und Führungskompetenz ✓	Change Management ✓
Grundlagen der Führung ✓	Persönlichkeitsanalyse ✓
Projektmanagement für Führungskräfte ✓	Begleitungskonzepte für Nachwuchskräfte ✓
Zeitmanagement und Work-Life-Balance ✓	Kompetenzbilanzierung
Gesprächsführung ✓	Führen, Entwickeln, Begleiten
Führen nach betriebswirtschaftlichen Kennzahlen ✓	
Konstruktiver Umgang mit Konflikten ✓	
Teamarbeit und Gruppendynamik	
Moderation und Präsentation	
<b>In Planung bis Ende 2013:</b> u.a. Kompetenzbilanzierung für Mitarbeiterinnen; Wiedereinstiegsmanagement – Rückkehr aus der Elternzeit; Körpersprache erfolgreich einsetzen	



Wir öffnen Perspektiven 

## 3. Erste Projektergebnisse

Linda Müller | bfz Bildungsforschung 11



## Einstellungen der Projektbeteiligten zu „Frauen in Führungspositionen“

- Gleichstellung als „Normalität“ in Unternehmen
- z.T. Akzeptanzprobleme gegenüber Kunden
- geringe Anzahl weiblicher Nachwuchsführungskräfte in bestimmten Branchen aufgrund geschlechtsspezifischer Berufswahl
- Projekt als Chance zur Weiterentwicklung und Unterstützung bei der Entwicklung weiblicher Nachwuchskräfte

## Zu bearbeitende Schwerpunkte im Rahmen des Projektes

- **Rollenwechsel:** „Von der Kollegin zur Führungskraft“, „Stärkung und Behauptung der Führungspersönlichkeit“
- **Führungskompetenzen:** v.a. Personalführung, Delegieren, Kommunikation, Gesprächsführung, Projektmanagement
- **Mentoring:** Befähigung zur Begleitung von Nachwuchskräften im Betrieb, Erkennen von Entwicklungspotenzialen
- **Erfahrungsaustausch und praktische Umsetzung** der neu erlernten Führungskompetenzen im betrieblichen Alltag



## Fragen, Anregungen?

## Kontakt

### Projektleitung:

#### **Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft (bsw) gGmbH**

Projekt Akademie Sachsen  
Kantstraße 4-8, 09126 Chemnitz  
Alexander Merkel  
Email: Alexander.Merkel@bsw-mail.de  
Telefon: 0371 53335 50

### Kooperationspartner:

#### **Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft (bsw) GmbH**

Rudolf-Walther-Straße 4, 01156 Dresden  
Matthias Maier  
Email: Matthias.Maier@bsw-mail.de  
Telefon: 0351 42502 27

#### **bfz Bildungsforschung**

Obere Turnstraße 8, 90429 Nürnberg  
Linda Müller  
Email: Mueller.Linda@f-bb.de  
Telefon: 0911 27779 58



## 7. Vorstellung der Ergebnisse aus dem „Feenland“ mit Handlungsempfehlungen für Politik / Wirtschaft / Frauen

Zur Erarbeitung der Handlungsempfehlungen wurde die „Feenland-Methode“ eingesetzt:

*Nach der Symbolik können Feen als unsterbliche Naturwesen einen Teil ihrer Kraft an uns weitergeben. Sie fordern uns auf, unsere Realität selbst zu schaffen.*

*Wichtig dabei ist, dass wir unsere Ziele nicht aus den Augen verlieren, diese sehr konkret benennen und Maßnahmen konsequent umsetzen und uns gemeinsam auf den Weg machen.*

### Handlungsempfehlungen für die Politik

- Abschaffung von Leiharbeit
- gleichbleibende Akzeptanz in der Politik
- Vorbildwirkung – 50% Frauenquote
- anonyme Bewerbungen
- Förderungen unter der Voraussetzung Gleichstellung/Quote
- Schaffung von Kindergartenplätzen
- Flexibilität in der Betreuung
- Ganztagsangebote in Schulen
- im Vorschulalter Kinder „un-traditionell“ nach Fähigkeiten fördern; Interesse an Technik/Mathematik entsteht nicht erst im Schul- oder Uni-Alter
- finanzielle Unterstützung des Qualitätssiegels „berufundfamilie“ bzw. familienfreundlicher Arbeitgeber
- Sensibilisierung von KMU für Vereinbarkeitsthematik
- Schaffung organisatorischer und vor allem finanzieller Voraussetzungen für die Erwerbstätigkeit alleinerziehender Frauen
- Umwandlung des Ehegatten-Splitting in Familien-/Kinder-Splitting
- standardisierte Verfahren bei Einstellungsverfahren
- Kindergartenplätze schaffen, denn fehlende Kita-Plätze dürfen kein Grund mehr sein für Teilzeitarbeit/Teilzeitstudium
- Förderung von Frauen- und Mischprojekten
- Neudefinition von Vollzeit (z.B. mit 30 Stunden/Woche, von der alle leben können)
- Quoten (Reißverschluss/doppelte Vorschläge), um das Dilemma des Einzelnen zu lösen, sich an Männerstrukturen anpassen zu müssen
- Weiterbildung, Freistellung – gesetzlich für Sachsen in Gang bringen



### Handlungsempfehlungen für die Wirtschaft

- Arbeitskräfte sind lediglich nach einheitlichen Gesichtspunkten der fachlichen Anforderungen und individuellen Visionen zu „rekrutieren“
- soziales Engagement gegenüber Frauen, insbesondere Alleinziehenden
- Förderung von Weiterbildung
- Arbeitsflexibilität
- flexible Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen für Eltern in Unternehmen – unabhängig von Größe/Umfeld, Stadt/Land
- Bereitstellung flexibler Arbeitszeiten und -orte
- Bereitstellung von Vollzeitstellen für Mitarbeiterinnen, die ihre Arbeitszeit ausweiten wollen
- Betriebskindereinrichtungen rund um die Uhr
- Erhöhung der Flexibilität für die Möglichkeit, zu Hause zu arbeiten bzw. für die Regelung der Arbeitszeiten
- Mentoring-Programme für männliche Führungskräfte
- vielfältige Formen von Zeitsouveränität für Beschäftigte ermöglichen

### Handlungsempfehlungen für die Frauen selbst

- Kommuniziert Eure Bedürfnisse und setzt Euch durch! Sucht Verbündete! Seid Vorbild für Kinder und Jugendliche!
- sich als Führungskraft daran erinnern, wie das früher war – Einstieg in den Beruf
- nicht nur auf Strukturen „meckern“, sondern den Mut haben, zu ändern
- stärkeres Selbstbewusstsein; konkrete Forderungen an Arbeitgeber herantragen
- mehr Mut zu Führungspositionen
- „männliche“ Verhaltensweisen im Beruf nicht persönlich nehmen
- privat/beruflich: Bedarf klar kommunizieren und immer wieder einfordern
- Zurückhaltung ablegen
- lernen, sich aktiv Unterstützung bei Problemen einzuholen; Unterstützungsnetzwerke
- Solidarität mit anderen Frauen prinzipiell – Kritik unter „vier Augen“
- mehr tun, nicht soviel reden (auf allen Ebenen)





## 8. Ableitung von frauenpolitischen Handlungsfeldern für den Landesfrauenrat Sachsen e.V.

Im Ergebnis der Fachtagung haben sich folgende Arbeitsgruppen beim Landesfrauenrat Sachsen e.V. zur Unterstützung bei der Schaffung und Verbesserung von Beschäftigungsperspektiven von Frauen gebildet:

- 1. Erhöhung der Erwerbsbeteiligung älterer Frauen**
- 2. Erleichterung des Berufseinstiegs junger Frauen**
- 3. Verbesserung des Zugangs von Migrantinnen zum Arbeitsmarkt**





# Fachtagung „Frauen im ländlichen Raum – Chancen durch Selbstständigkeit“ am 19. Oktober 2013 in Frankenberg

## 1. Praxisbezogener Erfahrungsbericht

Dr. Sylva-Michéle Sternkopf/Unternehmerin

## 2. Rahmenbedingungen bei der Existenzgründung

**Was ist beim Schritt in die Selbstständigkeit zu beachten?**

Jenny Göhler/IHK Chemnitz, Region Mittelsachsen

## 3. Existenzgründung rund um das Bankgespräch Kreditierung

Roman Wolff/Sparkasse Mittelsachsen

## 4. World Cafe – Situation und Handlungsbedarf

4.1 Wie können Frauen ermutigt werden zum Schritt in die Selbstständigkeit?

4.2 Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um in die Selbstständigkeit zu gehen?

4.3 Welcher Bereich eignet sich für die Selbstständigkeit?



# 1. Praxisbezogener Erfahrungsbericht

**Dr. Sylva-Michéle Sternkopf,**  
Unternehmerin

Im Jahr 2000 gründete Dr. Sylva-Michéle Sternkopf die „Sternkopf Communications“ als Inhaberin und Creative Director. Daneben arbeitet sie u.a. als Dozentin für Übersetzungswissenschaften an der TU Chemnitz. In ihrer Villa Gückelsberg organisiert sie Festivitäten, wie z.B. Hochzeiten, und designt seit 2006 „ Erotische Engel“ aus Holz unter dem Label „Sternkopf Design“.

Als Unternehmerin hat sie umfassende Erfahrungen bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf gesammelt und stellt diese in ihrem nachfolgenden Vortrag vor.











## STERNKOPF COMMUNICATIONS

### Kernkompetenzen

#### Internationale Kommunikation

Schwerpunkte internationales Marketing, Konzept, Beratung, Gestaltung, Redaktion, Text

#### Internationale Übersetzungen

bevorzugter Übersetzungsdienstleister zahlreicher internationaler Unternehmen

#### Seminare

Marketingseminare, Sprachenseminare, interkulturelle Seminare

- :: RKW-Berater für Werbung und Marketing
- :: Mitglied im Verband Deutscher Werbetexter
- :: Mitglied in der British Chamber of Commerce in Germany und im Chartered Institute of Linguists, London

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | [contact@sternkopf.biz](mailto:contact@sternkopf.biz) | [www.sternkopf.biz](http://www.sternkopf.biz)



#### STERNKOPF COMMUNICATIONS

- ★ Gründung: 2000
- ★ Gründerin & Inhaberin:  
Dr. phil. Sylva-Michèle Sternkopf
- ★ Teamstärke: 8 feste Mitarbeiter, langjährig bewährtes Netzwerk mit ca. 30 freien Mitarbeitern (Grafiker, Designer, Programmierer, muttersprachliche Übersetzer weltweit, Dozenten)
- ★ Sitz: Flöha, Villa Gückelsberg

IKEA.  
KINNARPS.  
AMAZON.  
FORD.  
AUDI.  
HONDA.  
LANDROVER.  
ADIDAS.  
NIKE.  
COLUMBIA.  
NORTH FACE.  
HILTON HOTELS.

DWH DEUTSCHE WERKSTÄTTEN HELLERAU  
XEROX.  
MICROSOFT.  
MERCEDES.  
UNILEVER.  
YAMAHA.  
ALPINE.  
SEGA.  
RED BULL.  
VODAFONE.  
STARBUCKS.  
LUFTHANSA.



UND SIE?





**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen



Canon  
Deutsche Texte für das Mitarbeitermagazin



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz |  
www.sternkopf.biz



**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen



Canon  
Adaption der deutschen Texte für  
diverse  
Sonderpublikationen z.B.  
„The Other Side of Fashion“  
„The Other Side of Football“

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz |  
www.sternkopf.biz





**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen

RCI (weltgrößter Anbieter von Ferienwohnrechten)  
Holiday Magazine „Der Club“ und „Der Club Extra“ Deutsche Texte

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz



**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen

Dresden Marketing  
kulturspezifische Übersetzungen und Adaption in verschiedenen Marketingkanälen

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz





**STERNKOPF**  
COMMUNICATIONS

## Referenzen



Semperoper Dresden  
Lektorat des semper! Magazins  
Englische Übersetzung der  
Semperoper-Website



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | [contact@sternkopf.biz](mailto:contact@sternkopf.biz) | [www.sternkopf.biz](http://www.sternkopf.biz)



**STERNKOPF**  
COMMUNICATIONS

## Referenzen



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | [contact@sternkopf.biz](mailto:contact@sternkopf.biz) | [www.sternkopf.biz](http://www.sternkopf.biz)





**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**



Referenzen



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz



**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**



Referenzen



Manufaktur der Träume  
Konzept, Design, Marketing Text,  
Großplakate, Katalog, Einlagen,  
Broschüren, Flyer, Gutscheine,  
Eintrittskarten, Panorama-Beilage Freie  
Presse

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz





**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**



## Referenzen



Manufaktur der  
Träume  
Anzeigenserie

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz |  
www.sternkopf.biz



**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**



## Referenzen



Manufaktur der Träume  
Produktkonzept für den  
Museumshop Konzeption &  
Gestaltung individueller Shopartikel

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz |  
www.sternkopf.biz





## Referenzen



Verband erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller e. V.  
Dachverband der Holzkunstbranche mit über 80 Mitgliedsbetrieben zwischen 5 und 200 Mitarbeitern, Betreuung der deutschlandweiten Marketingkampagne (Werbung, Öffentlichkeits- und Pressearbeit, Kundenmagazin – Auflage 100.000 Exemplare deutschlandweit)

Imagebroschur | Konzept und Text

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz



## Referenzen



Verband erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller e. V.  
Endkundenzeitschrift „Die Kunst zum Leben.“

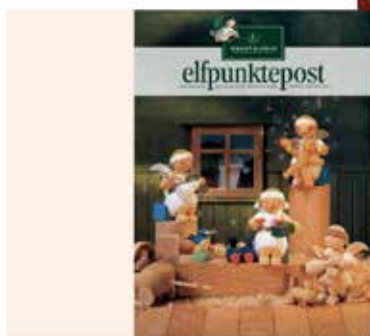
AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz





**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen



Wendt & Kühn  
Redaktion der hauseigenen Kundenzeitschrift  
„elfpunktepost“

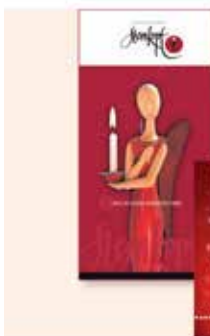


AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz



**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen



Erotische Engel aus der Kollektion  
Sternkopf  
Design und Marketing  
Ausgezeichnet mit dem Designpreis  
„Tradition und Form“ 2010



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz





**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications

Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz



**Zschimmer & Schwarz Mohsdorf GmbH**  
Anzeigenkampagnen für den internationalen Markt  
China, Polen, Bangladesch, England ...  
Betreuung von Werbung | Marketing | PR international  
(Broschüren, Anzeigen, Presseartikel, Übersetzungen)



**STERNKOPF  
COMMUNICATIONS**

## Referenzen



**Steelconcept**  
Neugestaltung des gesamten CD  
Geschäftsausstattung, Anzeigen,  
etc.

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz |  
www.sternkopf.biz





**STERNKOPF**  
COMMUNICATIONS

## Referenzen



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz



**STERNKOPF**  
COMMUNICATIONS

## Referenzen



AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | contact@sternkopf.biz | www.sternkopf.biz





## Referenzen

etna GmbH, Frankfurt | Main  
Betreuung von Marketing, Werbung und PR (Broschüren, Internetpräsentation, Öffentlichkeitsarbeit, Produktblätter, Übersetzungen)

AGENTURVORSTELLUNG  
Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | [contact@sternkopf.biz](mailto:contact@sternkopf.biz) | [www.sternkopf.biz](http://www.sternkopf.biz)



## Sternkopf Communications

Sylva-Michèle Sternkopf, PhD Villa  
Gückelsberg \* Fabrikweg 4 09557  
Flöha \* Germany

fon +49 (0)3726 | 79 29 19-0  
fax +49 (0)3726 | 79 29 19-10

[contact@sternkopf.biz](mailto:contact@sternkopf.biz)  
[www.sternkopf.biz](http://www.sternkopf.biz)

AGENTURVORSTELLUNG  
© Sternkopf Communications  
Fabrikweg 4 | 09557 Flöha | [contact@sternkopf.biz](mailto:contact@sternkopf.biz) | [www.sternkopf.biz](http://www.sternkopf.biz)



**„Wie begann es, wie läuft es und wie soll es weiter gehen?“**

- immer alles nebenbei: Unternehmensgründung, Studium, Referendariat, Promotion & Kinderkriegen
- wichtig am Anfang: Nebenbei-Gedanke, ich hätte mich nie auf einen Schlag „selbstständig“ machen wollen (Risiko, Einkommen, Finanzen)
- weitere Pläne:
  - Veröffentlichung der Dissertationsschrift als Buch
  - Anerkennung als Werbe- und Übersetzungsagentur festigen; große und bedeutende Kunden; Ruf stärken
  - neue Aufgabengebiete erschließen (Verlagswesen – Zeitschrift, Bücher; Literaturübersetzungen)
  - Direktdienstleister für englische Unternehmen
  - weitere Mitarbeiter, um Zeit fürs Wesentliche zu gewinnen (Schwierigkeiten, gute Mitarbeiter zu finden!)
  - neues, schöneres Büro (eventuell altes Haus kaufen)
  - zwei weitere Kinder – und Zeit für sie alle haben!

**Heute: Sternkopf – eine Erfolgsgeschichte?/Erkenntnis: „Alles bleibt anders!“**

- keine Kredite: „Immer nur das ausgeben, was man hat!“
- Vorteil: keine großen Investitionen nötig (Computer, Internet, Drucker, Wörterbücher, Werbung), aber: Auto erst, als wir es uns leisten konnten, ebenso Mitarbeiter ...
- wichtig: Verhältnis von Umsatz – Gewinn!
- Vorteile:
  - freie Zeiteinteilung (besonders mit Kindern wichtig!) – kann aber auch zum „Zwang“ bzw. „Fluch“ werden! – Kunden erziehen!
  - Kind und Karriere perfekt vereinen – das geht!
- interessant: 50 Prozent der Arbeitnehmer haben Kinder, aber 80 Prozent der Unternehmerinnen!
- hocheffizientes Arbeiten, auf Minute getimt, auch bei „Muttis“!
- Nachteil: keine Elternzeit, kein bezahlter Mutterschutz, keine Mutter-Kind-Kur, keine bezahlten Kind-Krank-Tage ...



- Raum für Visionen und deren Verwirklichung
- Fehler einsehen und zurückrudern, wenn nötig
- Nachteile:
  - aufpassen, dass man nicht zum Sklaven der Kunden wird (z.B. Handy, Anrufe am Abend und am Wochenende, Aufträge übers Wochenende)
  - Zeit für strategisches Denken und Weiterentwicklung des Unternehmens finden und bewahren!
  - Aufgaben delegieren, aber trotzdem Überblick und Kontrolle behalten!
  - keine absolute Sicherheit des Einkommens

**Mein Credo: Trefft Entscheidungen – ich schimpfe auch nicht, wenn sie falsch sind!**

- auch Dinge machen, die man nicht so mag:
  - Buchhaltung – gute Leute suchen!
  - Personal – Schwierigkeit: gute Leute FINDEN, EINARBEITEN, HALTEN
  - Chef sein – führen lernen!

#### **Hinterfragen:**

- Warum ist man eigentlich einmal angetreten?
- Was kann man wirklich gut?
- Was macht man eigentlich heute?
- Marketing:
  - kleines Budget
  - Pressearbeit – Kontakte pflegen, Aufhänger finden, Kontinuität, Beziehungen aufbauen, Anzeigengeschäfte ...
  - Messen – welche lohnen sich?
  - Mailings (interkulturelle Seminarangebote)
  - WICHTIG: Networking (großer Push: Seminare bei IHK, Quo Vadis ...)
  - Marketingmaßnahmen: Netzwerke & Kooperationen (z.B. Vorträge auf Messen, Promotion, Zusammenarbeit mit IHK, Internet-Aktionen)
- Mitnehmen: Referenzmappe + Kiste



## 2. Rahmenbedingungen bei der Existenzgründung

### Was ist beim Schritt in die Selbstständigkeit zu beachten?

**Jenny Göhler,**  
IHK Chemnitz, Region  
Mittelsachsen

Jenny Göhler ist Leiterin der Geschäftsstelle Döbeln bei der IHK Chemnitz, Region Mittelsachsen. Sie ist zuständig für Handel und Dienstleistungen und unterstützt Existenzgründer/innen in der Region Mittelsachsen.



19. Oktober 2013

---

## Rahmenbedingungen bei der Existenzgründung

-

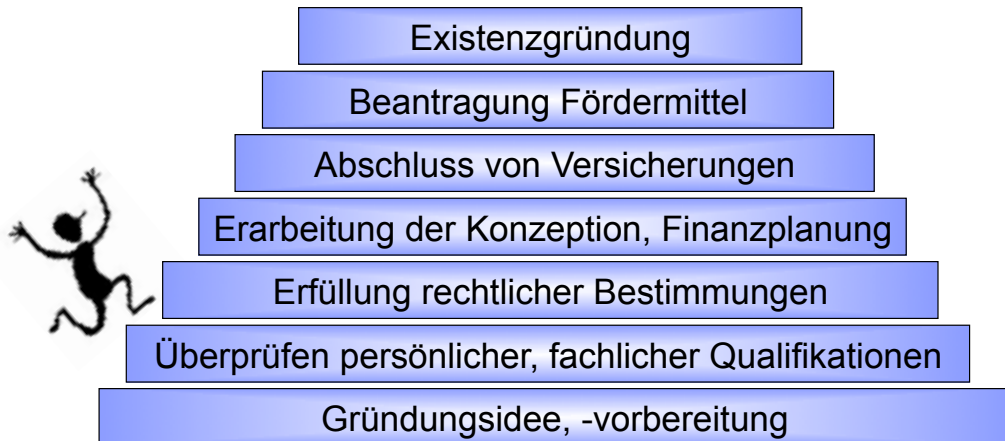
## Was ist beim Schritt in die Selbstständigkeit zu beachten?

---

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit



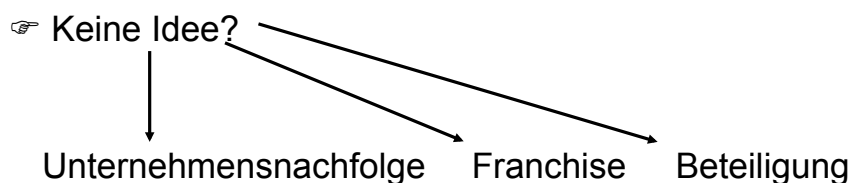
## I. Fahrplan zur Existenzgründung



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

## II. Gründungsidee

- ☞ Suchen Sie in dem Sachgebiet, das Sie am besten beherrschen!
- ☞ Informieren Sie sich umfassend!
- ☞ Prüfen Sie die Voraussetzungen zur Verwirklichung!



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

### III. Gründerperson

- rechtliche Voraussetzungen
- kaufmännische Qualifikationen
- fachliche/branchenspezifische Voraussetzungen
- unternehmerische Fähigkeiten  
Bin ich ein Gründertyp?
- familiäre Situation



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

### IV. Unternehmenskonzept

#### Ziele:

- schriftliche Darstellung des Gründungsvorhabens;
- Strukturierung und Konkretisierung von Ideen und Gedanken;

#### Für wen erstellen Sie ein Konzept?

- für sich und Ihr Umfeld (Familie, Freunde);
- Banken, Institutionen zur Beurteilung der Tragfähigkeit (Kammern, Fachverbände, Steuerberater);

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit



## Inhalte eines Konzeptes

- Angaben zum Gründer
- Vorhabensbeschreibung
  - Formulierung der Geschäftsidee
- Produkt- und Leistungsspektrum
- Markt- und Branchensituation
  - Marktlücke, Bedarfsanalyse, Zielgruppe
- Konkurrenzsituation
  - Wer? Wo? Unterscheidungs-/Alleinstellungsmerkmal?



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

- Standortanalyse
  - Infrastruktur, Parkmöglichkeiten, Einzugsgebiet, Kaufkraft
- Marketing- und Vertriebsmaßnahmen
  - Akquise- und Werbemaßnahmen zur Kundengewinnung
- rechtliche Aspekte
  - Rechtsform, Zulassungserfordernisse
- Personalplanung
- Finanzierung



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit



➤ **Kapitalbedarfsplan (Mittelverwendung)**

- einmalige Kosten, die **vor oder mit** der Gründung entstehen;

Kapitalbedarf		T€
1	Investitionen	
	Grundstücke und Gebäude, Büro- und Geschäftsausstattung, Fahrzeug, Renovierungskosten, Warenerstaussstattung usw.	
2	Gründungskosten (einmalig)	
	Mietkaution, Beratungen, Gewerbeanmeldung, Handelsregister-eintragung, Grundaussstattung Werbung usw.	
3	Betriebsmittel	
	Betriebskosten für 3 Monate, Vorfinanzierung von Aufträgen	
4	Kosten der privaten Haushalts- und Lebensführung (6 Monate)	
=	Gesamtbetrag der Kapitalbedarfsplanung	

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit



➤ **Finanzierungsplan (Mittelherkunft)**

- Eigenmittel, Fremdmittel;
- Summe muss identisch mit Kapitalbedarfsplan sein;

Finanzierungsbedarf		T€
1	Eigenkapital	
	Barvermögen, Verwandtendarlehen, Stammeinlage	
2	Beteiligungen	
	(stille Gesellschafter, Beteiligungsgesellschaften)	
3	Fremdmittel	
	Mikrodarlehen, KfW-Startgeld, Privatdarlehen, Hausbankdarlehen	
4	Zuschüsse	
	Gründungszuschuss/Einstiegsgeld	
=	Gesamtbetrag der Finanzierungsplanung	

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit





### ➤ Umsatz- und Ertragsvorschau

- Planung für 3 Jahre! Schlüssel Sie die Umsatzerlöse auf!
- Kaufmännisch denken: Setzen Sie im Zweifelsfall Kosten zu hoch und Erträge zu niedrig an!

Angaben in €	Jahr ....	Jahr ....	Jahr ....
Umsatz (netto)			
- Waren-/Materialeinsatz			
- Personalkosten			
- sonstige betriebliche Ausgaben (Miete, Beiträge/Gebühren, Werbung, Reise-, Kfz-Kosten, Büromaterial, Telefon, Versicherungen, Beratungskosten)			
- Zinsen, Abschreibungen			
= Betriebsergebnis			

### ➤ Anlagen (Lebenslauf, Nachweis kfm., fachl. Kenntnisse)

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

## Fehler beim Schreiben eines Konzeptes



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit



## V. Versicherungen

### persönlich

- Kranken-/Pflegeversicherung
- Rentenversicherung
- freiwillige Arbeitslosenversicherung
- Unfallversicherung (Versicherungspflicht bei Berufsgenossenschaften z. B. für Bau)




---

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

### betrieblich

- Sachversicherungen  
(Feuer-, Einbruch-/Diebstahlversicherung)
- Betriebshaftpflichtversicherung  
(Schäden ggü. Dritten)
- Firmenrechtsschutzversicherung
- Betriebsunterbrechungsversicherung  
(Übernahme lfd. Kosten)




---

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

## Fördermittel für eine tragfähige Existenzgründung im Freistaat Sachsen



Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

## VI. Gründungszuschuss nach § 93 SGB III

Fördervoraussetzungen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ALG I – Empfänger</li> <li>- Restanspruch von 150 Tagen</li> <li>- geförderte Arbeitsbeschaffungsmaßnahme nach SGB III</li> </ul>	
Verwendungszweck:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sicherung des Lebensunterhaltes</li> <li>- soziale Absicherung (KV, RV)</li> </ul>	
Förderhöhe:	Phase I ALG I + 300 € mtl.	Phase II 300 € mtl.
Förderdauer:	6 Monate	9 Monate
Bemerkung:	Kann-Leistung	Kann-Leistung

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

## VII. Einstiegsgeld nach § 16 b SGB II

Fördervoraussetzungen:	ALG II – Bezug
Verwendungszweck:	Sicherung des Lebensunterhaltes
Förderhöhe:	ALG II plus Regel-Förderung 50 % (max. 100 %), zzgl. 10 % je zusätzlicher Person in Bedarfsgemeinschaft
Förderdauer:	Regel-Förderdauer 12 Monate (max. 24 Monate)
Bemerkung:	- Krankenversicherung zahlt Jobcenter - Kann-Leistung

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

## IIIX. Gründercoaching Deutschland

	Gründercoaching Deutschland	Gründercoaching Deutschland mit Förderfenster aus der Arbeitslosigkeit
Fördervoraussetzungen:	Gründungszeitpunkt darf nicht länger als 5 Jahre zurückliegen.	Gründungszeitpunkt darf nicht länger als 1 Jahr zurückliegen.
Förderzeitraum:	12 Monate ab Zusage	12 Monate ab Gründungszeitpunkt
max. Bemessungsgrundlage:	6.000 € Nettogeschäftshonorar	4.000 € Nettogeschäftshonorar
max. Zuschuss:	75 % = 4.500 €	90 % = 3.600 €

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit

---

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Industrie- und Handelskammer Chemnitz  
Region Mittelsachsen  
Halsbrücker Str. 34  
09599 Freiberg

Jenny Göhler  
03731/79865-5500  
[goehler@chemnitz.ihk.de](mailto:goehler@chemnitz.ihk.de)

Dr. Dino Uhle  
03731/79865-5200  
[uhle@chemnitz.ihk.de](mailto:uhle@chemnitz.ihk.de)

---

Frauen im ländlichen Raum–Chancen durch Selbstständigkeit



### 3. Existenzgründung rund um das Bankgespräch Kreditierung

**Roman Wolff,**  
Sparkasse Mittelsachsen

Sein eigener Chef sein und am Hebel sitzen, sich die Arbeit selbst einteilen, mit einem cleveren Einfall (viel) Geld verdienen: Es gibt eine Menge Gründe, die für die Selbstständigkeit sprechen. Und ebenso gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sie Wirklichkeit werden zu lassen. So oder so: Jede noch so gute Idee braucht nicht nur einen Plan zur Umsetzung, sondern auch eine solide Finanzierung.

Dabei stehen solche Fragen im Mittelpunkt, wie:

- Wie groß ist der Kapitalbedarf für die Gründung und die Startphase?

- Überlegung, ob sich die Gründung einer selbstständigen Existenz auszahlt. Lohnt sich der Aufwand?
- Wie viel Geld steht zur Verfügung? Wer könnte privat Geld leihen? Wer würde sich am Unternehmen beteiligen?

- Arten der Existenzgründung
- Das Gründungskonzept als Mittelpunkt der Finanzierungsberatung
- Vorbereitung auf das Bankgespräch
- Finanzierungsmöglichkeiten

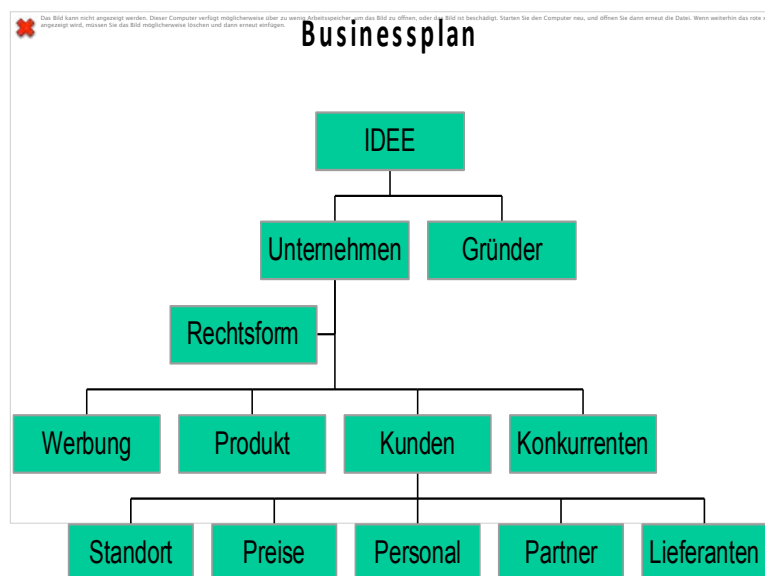


## Arten der Existenzgründung

- Neugründung
- Übernahme eines bestehenden Unternehmens
- Beteiligung an einem Unternehmen

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Aufbau des Gründungskonzepts



© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Voraussetzungen zur Existenzgründung

### Existenzgründer

- Fachliche Qualifikation
- Kaufmännische Qualifikation
- Beruflicher Werdegang
- Vorbereitungsmaßnahmen auf die berufliche Selbstständigkeit
- Persönliche Verhältnisse



Bringe ich die erforderlichen Voraussetzungen mit?

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Umsatz und Ertragsplanung

- » Realistische Umsatzplanung
- » exakte Kostenplanung
- » Berücksichtigung Unternehmerlohn
- » Liquiditätsplanung
- » Soll-Ist-Vergleich



© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Investitions- und Finanzierungsplan

1. Welche Anschaffungen sind erforderlich ?
2. Wann erwirtschaftete ich Gewinne (Startphase)?
3. Wann zahlen meine Kunden?
4. Wann muss ich meine Lieferanten bezahlen?
5. Welche finanzielle Unterstützung erhalte ich in der Gründungsphase?
6. Welche Mittel kann ich selbst aufbringen?
7. Wie hoch ist der Darlehensbedarf ?
8. Welche Sicherheiten kann ich zur Verfügung stellen?

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Investitions- und Finanzierungsplan

### Welche Finanzierungsmöglichkeiten stehen mir zur Verfügung ?

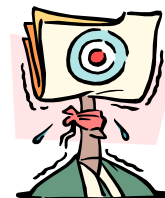
- Eigenkapital
- Eigenleistungen
- Förderdarlehen
- Leasing
- Mittel aus dem Familienkreis



© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Das Bankgespräch

1. Bereiten Sie sich gut vor
2. Erkundigen Sie sich vorab, welche Unterlagen eingereicht werden sollen
3. Holen Sie sich von verschiedenen Stellen Rat (Kammer, Steuer- oder Unternehmensberater)
4. Schildern Sie Ihr Vorhaben mit eigenen Worten
5. Treten Sie selbstsicher auf
6. Geben Sie bereitwillig Informationen
7. Beginnen Sie rechtzeitig mit der Suche nach dem passenden Finanzierungspartner



© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
 Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Exkurs Rating – Was ist das?

### Bonitätsaussage über ein Unternehmen

**Finanzrating:** Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage

**Qualitatives Rating:** Unternehmensführung, Planung und Steuerung sowie Markt und Produkt

**Warnsignale:** Pfändungen Dritter, Scheckrückgaben, Darlehensrückstände, Überziehungen u.s.w.

### Wie kann das eigene Rating positiv beeinflusst werden?

offene Informationspolitik

Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zwischen Kunden und Kreditinstitut

Professionelle Unternehmensführung

Sicherstellung der Unternehmensnachfolge

Ausreichende Liquiditätsvorsorge

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
 Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.



## Finanzierungsangebote für Existenzgründer

- Fördermitteldarlehen für mittel- und langfristige Investitionen einschließlich Anlaufkosten und Warenausstattung
- Betriebsmittelkredit für laufende Kosten
- Avalkredite
- Leasing und Mietkauf
  
- KfW-Mittelstandsbank
- Sächsische Aufbaubank
- Hausbank
- Bürgschaftsbank Sachsen (Kreditbesicherung)

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Förderdarlehen der Sächsischen Aufbaubank

### Förderdarlehen der Sächsischen Aufbaubank

Mikrodarlehen für Existenzgründer und junge Unternehmen

Darlehensbetrag: maximal 20.000,00 EUR  
 Laufzeit: 5 Jahre  
 Zinssatz: 3,455% (Stand 15.10.2013)

Bedingungen und Voraussetzungen: [www.sab.sachsen.de](http://www.sab.sachsen.de)

Beantragung durch Existenzgründer direkt bei der SAB

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.



## Förderdarlehen der KFW-Mittelstandsbank

### Förderdarlehen der KFW-Mittelstandsbank

ERP-Gründerkredit Startgeld

Darlehenshöhe: maximal 100.000,00 EUR

Darlehenslaufzeit: mindestens 4 Jahre – maximal 10 Jahre

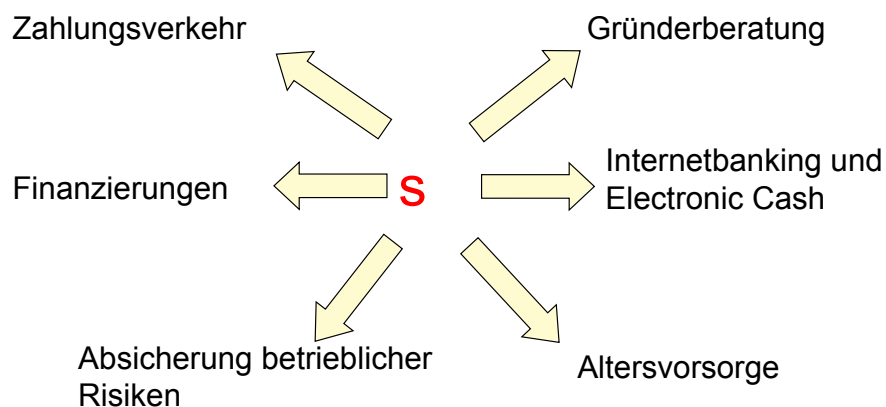
Zinssatz: 3,45% fest für 10 Jahre (Stand 15.10.2013)

80%ige Haftungsfreistellung für die Hausbank

Beantragung über die Hausbank

© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.

## Angebote der Sparkasse Mittelsachsen



© copyright Sparkasse Mittelsachsen. Alle Rechte vorbehalten.  
Weitergabe und Verwendung nur mit Genehmigung.



## 4. World Cafe – Situation und Handlungsbedarf

### 4.1 Wie können Frauen ermutigt werden zum Schritt in die Selbstständigkeit?

- Prüfungssysteme/Beratungsstellen für kostenfreie Beratung zu den Gründungskonzeptionen
- Sicherungssysteme für Kinder und Familien
- Projekt „Frauen im ländlichen Raum fördern“ wieder auflegen
- Fördergelder im ländlichen Raum auch für bestehende Eigennutzung ermöglichen
- Netzwerk von Erfahrungen/Kommunikation
- Nebenerwerb als START
- Bessere Rahmenbedingungen für Existenzgründer
  - a. Fördermittel
  - b. Bauherren/offene Angebote/besser Sparkassen
- Wirtschaftsförderung muss Monitoring und Praktikumsrotation anbieten
- Erfahrungsschatz von „gescheiterten Existenzgründungen“ in Netzwerken sammeln und nutzen, um Stolpersteine frühzeitig zu erkennen
- Übertragung des Frauenbildungszentrums auf das Land – „Bussystem“

### 4.2 Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um in die Selbstständigkeit zu gehen?

#### Individuell

- Förderung der Persönlichkeit zur Eigenständigkeit
- gesellschaftliches Klima (Netzwerkkultur nutzen)
- Mut haben
- persönliche und berufliche Voraussetzungen müssen stimmen

#### Politisch

- mehr öffentliche Informationen z.B. zur Förderung der Firmengründung, Behörden, Ausbildungsstätten

- Angebote für Studenten zur Firmengründung/Verständigung mit Kooperationspartnern (Hochschulpolitik)
- Berücksichtigung von Chancengleichheit in der neuen EU-Förderperiode
- öffentliche Beratungen oder öffentlich geförderte Beratungen, Informationen für potenzielle Existenzgründerinnen (z.B.: Gründerbus)
- Frauen zur Unternehmensnachfolge motivieren



### 4.3 Welcher Bereich eignet sich für die Selbstständigkeit?

- alle Bereiche sind „theoretisch“ möglich – Wille + Tragfähigkeit Konzept/Wirtschaftlichkeit + Finanzierbarkeit
- spezifische Unterstützung für Ideen und Existenzgründerinnen von Politik (Geschlechter-Spezifik)
- Netzwerke nutzen und neue schaffen/Akquise
- Spezifik der Frauen beachten
- Genderbeauftragte in regionalen Entscheidungsgremien der LEADER-Regionen (SMUL)



