



universität
wien

**Fakultät für
Wirtschaftswissenschaften**

Institut für Wirtschaftssoziologie

Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren aus subjektiver Perspektive

Laura Vogel & Bernhard Kittel

1.10.2019

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	2
Faktoren der Unternehmensgründung	3
Motivationen und Persönlichkeitscharakteristika von UnternehmerInnen	3
Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit	4
Soziales, kulturelles und ökonomisches Kapital bei Unternehmensgründungen	5
Forschungsfragen	8
Methodologie	8
Feldzugang und Erhebungsmethode.....	8
Auswertungsmethode	9
Ergebnisse	11
Die Befragten: Arbeitslose GründerInnen?	11
Herausforderungen bei Unternehmensgründungen	15
Formale Herausforderungen und institutionelle Rahmenbedingungen.....	15
Unternehmerische Herausforderungen	19
Emotionale Herausforderungen.....	21
Erfolgsfaktoren bei Unternehmensgründungen	24
Bridging Social Capital: Institutionen & (berufliche) Netzwerke.....	24
Bonding Social Capital: Familie, FreundInnen, PartnerIn.....	30
Individuelle, persönlichkeitscharakteristische Faktoren.....	34
Fazit	36
Literaturverzeichnis.....	38

Einleitung¹

Als Teil der *Strategie Europa 2020 der Europäischen Union*² wird das arbeitsmarktpolitische Ziel verfolgt, soziale Exklusion durch die Förderung von Unternehmertum und Selbstständigkeit zu verringern. Im Fokus stehen dabei insbesondere Personen, die am Arbeitsmarkt benachteiligt sind: junge Menschen, Frauen, Menschen mit Beeinträchtigung, MigrantInnen sowie ältere Personen. Bisherige empirische Befunde deuten darauf hin, dass in der EU vor allem wohlhabende, gut ausgebildete, weiße Männer ohne Migrationshintergrund Unternehmen gründen.³ Um auch am Arbeitsmarkt benachteiligte Gruppen zu fördern und zur Selbstständigkeit zu ermutigen, gibt es auf nationaler Ebene gezielte arbeitsmarktpolitische Maßnahmen: in Österreich stellt das Unternehmensgründungsprogramm (UGP) des Arbeitsmarktservice (AMS) eine solche Maßnahme dar. Das UGP des AMS Wien unterstützt arbeitslose Personen mit Hauptwohnsitz in Wien finanziell sowie fachlich durch Beratungsleistungen und ein breites Kursangebot bei der Gründung eines Unternehmens.

In der vorliegenden Studie wird die Frage untersucht, wie sich für Personen der Weg aus der Arbeitslosigkeit in die Selbstständigkeit gestaltet, mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert sind und welche Faktoren aus der subjektiven Perspektive zur erfolgreichen Gründung eines Unternehmens beitragen. Für diese qualitative Studie wurden 20 TeilnehmerInnen des UGP, die sich innerhalb der letzten zwei Jahre selbstständig gemacht haben, mit Hilfe von persönlichen, leitfadengestützten Interviews zu ihren Gründungserfahrungen befragt.

Für die Erfolgsfaktoren wurde in der wissenschaftlichen Debatte die Rolle des Sozialkapitals bereits stark diskutiert (Davidsson und Honig 2003). Daher stellt sich die Frage, welchen Einfluss das engere soziale Umfeld, aber auch der Kontakt zu Institutionen, auf den Gründungsprozess hat. Zudem gilt es auch, den besonderen Umstand der Gründung aus der Arbeitslosigkeit heraus zu berücksichtigen: Aufgrund der Teilnahme am UGP könnte angenommen werden, dass die Befragten einer am Arbeitsmarkt benachteiligten Gruppe angehören. In Bezug auf die Motivationen von GründerInnen den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen, ist die Unterscheidung zwischen so genannten *Push- und Pull-Faktoren* relevant. Während bei Pull-Faktoren die positiven Anreize, die zu einer Gründung motivieren können, im Vordergrund stehen, sind Push-Faktoren eher negativ konnotiert, da diese Aspekte bezeichnen, die Menschen in die Selbstständigkeit drängen (u.a. Amit und Muller 1995; Kirkwood 2009; McClelland

¹ Wir danken Mag. Michael Steininger (Unternehmensgründungsprogramm Wien) für die vielfältige Unterstützung bei der Rekrutierung von InterviewpartnerInnen sowie für kritische Anmerkungen zu einem ersten Entwurf des Berichtes. Sämtliche verbleibenden Fehler sind von den AutorInnen zu verantworten.

² Vgl. Europäische Beschäftigungsstrategie: Unternehmer und Selbstständige unterstützen <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=952&langId=de>

³ Vgl. OECD: The Missing Entrepreneurs 2014 – Policies for Inclusive Entrepreneurship in Europe <http://www.oecd.org/industry/the-missing-entrepreneurs-2014-9789264213593-en.htm>

u. a. 2005). In diesem Kontext prägten Mühlböck u.a. (2018) den Begriff der so genannten *nons-entrepreneurs* (*no opportunities, no skills*). Diese GründerInnen zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihr Unternehmen aus Mangel an anderen Alternativen gründen und dementsprechend pessimistisch auf ihre Zukunftsaussichten und eigenen Fähigkeiten blicken (Mühlböck u. a. 2018:976). Angesichts der genannten empirischen Ergebnisse gilt es kritisch zu reflektieren, ob oder inwiefern die hier befragten Personen als GründerInnen mit den spezifischen Herausforderungen und Problemen der Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus konfrontiert sind und wie sie gegebenenfalls damit umgehen.

Faktoren der Unternehmensgründung

Motivationen und Persönlichkeitscharakteristika von UnternehmerInnen

Die Charakteristiken und Motivationen von UnternehmerInnen wurden im akademischen Diskurs intensiv behandelt, wobei insbesondere psychologische Faktoren für unternehmerische Persönlichkeitszüge miteinbezogen werden, wie zum Beispiel Leistungsorientierung und Selbstvertrauen.⁴ Eine oft genannte unternehmerische Charakteristik in diesem Zusammenhang ist das Leistungsstreben, was damit einhergeht, dass sich UnternehmerInnen häufiger Herausforderungen stellen, um sich erfolgreich weiterzuentwickeln (Shane, Locke, und Collins 2003). Dies kann dazu führen, dass UnternehmerInnen einerseits mit mehr Unsicherheiten konfrontiert sind, aber zugleich auch sich selbst für die Konsequenzen der eigenen Handlungen verantwortlich machen (Sagie und Elizur 1999). Das Letztere beruht auf dem *Konzept der Kontrollüberzeugungen*: ein Ansatz aus der Psychologie, bei dem unterschieden wird, ob der Ort der Kontrolle innerhalb oder außerhalb des Subjekts liegt (Ferreira u. a. 2012; Shane u. a. 2003). Individuen, bei denen der Ort der Kontrolle innerhalb des Subjekts liegt, gehen davon aus, dass ihre eigenen Handlungen den Ausgang einer Situation maßgeblich beeinflussen. Menschen hingegen, deren Ort der Kontrolle außerhalb liegt, beurteilen den eigenen Einfluss auf das Ergebnis als geringer (Shane u. a. 2003).

Der Aspekt des Selbstvertrauens in die eigenen Fähigkeiten wurde in der Studie von Koellinger, Minniti und Schade (2007) als ausschlaggebend für die Unternehmensgründung identifiziert. Interessant ist hierbei auch, dass insbesondere in der ersten Gründungsphase sogar übermäßiges Selbstvertrauen bei UnternehmerInnen bezüglich der eigenen Fähigkeiten erfasst werden konnte. Ein weiteres wichtiges

⁴ Eine systematische Aufarbeitung des aktuellen Literaturstandes rund um das Thema Sozialkapital und Unternehmensgründungen findet sich in der Masterarbeit von Charlotte David, *Entrepreneurship out of Unemployment – The Role of Social Capital*, Universität Wien 2019.

Konzept in diesem Zusammenhang ist das der *Selbstwirksamkeit*, das heißt das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, um bestimmte Herausforderungen erfolgreich zu meistern (Bandura 1997). Im Unterschied zu Selbstvertrauen bezieht sich Selbstwirksamkeit auf das Vertrauen in sich selbst *für bestimmte Aufgaben*, die es zu bewerkstelligen gilt, so Shane u.a. (2003:267).

Abgesehen von den eben ausgeführten psychologischen Merkmalen, die theoretisch auf der Ebene der Individuen anzusiedeln sind, können unternehmerische Motivationen auf einer Makro-Ebene in *Push- und Pull-Faktoren* eingeteilt werden (McClelland u. a. 2005). Pull-Faktoren sind Beweggründe, die Menschen motivieren ein Unternehmen zu gründen, wie zum Beispiel monetäre Anreize oder der Wunsch nach mehr Freiheit im Arbeiten. Auch das Erkennen einer Marktlücke und diese Gelegenheit nutzen zu wollen zählt zu den Pull-Faktoren. Push-Faktoren auf der anderen Seite sind individuelle oder externe Aspekte, wie zum Beispiel Arbeitslosigkeit, ein Mangel an Alternativen bezüglich der Entwicklung der eigenen Berufskarriere oder familiäre Hintergründe, die den Anstoß für eine Selbstständigkeit geben können. Die Konnotation von Push-Faktoren ist meist negativ (Kirkwood 2009). Amit und Muller (1995) fanden in diesem Zusammenhang heraus, dass Unternehmen, die aufgrund von Push-Faktoren gegründet wurden, finanziell weniger erfolgreich sind als diejenigen, die als Ergebnis von Pull-Faktoren gegründet wurden.

Von dem Konzept der Push- und Pull-Faktoren ausgehend werden in der akademischen Debatte zu Motivationen von GründerInnen die Begriffe *necessity* und *opportunity entrepreneur* diskutiert (Reynolds, Bygrave, und Autio 2003; van der Zwan u. a. 2016). Während die *necessity* Gründungen aus der Not heraus geboren werden, verfolgen *opportunity entrepreneurs* die Idee eine Chance zu nutzen (Block und Wagner 2010). Letztere können daher mit intrinsischer Motivation und der Gründung aufgrund persönlicher Ambitionen assoziiert werden (Dawson und Henley 2012). Bei den *necessity entrepreneurs* können, ähnlich wie beim Konzept der Push-Faktoren, externe Ereignisse oder strukturelle Einschränkungen wie zum Beispiel Arbeitslosigkeit zur Gründung eines Unternehmens führen. Darüber hinaus können jedoch auch Bedingungen auf gesellschaftlicher Ebene, wie etwa Fördermöglichkeiten oder aktuelle Zinsraten, einen Einfluss auf die Motivation von UnternehmerründerInnen haben (Haas 2013). Andersson und Wadensjö (2007) führten in diesem Kontext das Argument an, dass UnternehmerInnen, die sich aufgrund von Push-Faktoren in die Selbstständigkeit begeben, auf lange Sicht weniger erfolgreich seien, da es ihnen an unternehmerischer Vorbereitung und Wissen fehle.

Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit

Für die Untersuchung der Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus, ist es wichtig, auf einen weiteren Befund im akademischen Diskurs zu Entrepreneurship zu verweisen: Mühlböck u.a.

(2018) nutzen die Unterscheidung zwischen *necessity* und *opportunity entrepreneurs*, um eine paradoxe Gruppe von Unternehmensgründern abzugrenzen, die so genannten „nons-entrepreneurs“ (*no opportunities, no skills*). In einer Analyse von Daten des Global Entrepreneurship Monitors (GEM) kamen die AutorInnen zum Schluss, dass eine beträchtliche Zahl der UnternehmensgründerInnen sowohl eine negative Einstellung bezüglich ihrer unternehmerischen Chancen als auch ein mangelndes Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten aufweisen. Mühlböck u.a. (2018:3) folgerten, dass diese Unternehmensgründungen aus der Not heraus erfolgen.

Dennoch ergeben weitere empirische Studien ein gemischtes Bild bezüglich Arbeitslosigkeit und Unternehmensgründungen: Caliendo u.a. (2015) verglichen Unternehmensgründungen von Personen, die arbeitslos waren und staatlich gefördert wurden, mit Gründungen, die nicht in diese Kategorie fallen. Dabei wurde deutlich, dass staatlich geförderte GründerInnen sich hinsichtlich formaler Bildungsabschlüsse kaum von Nicht-Geförderten unterschieden. Dennoch war auffällig, dass die GründerInnen, die zuvor arbeitslos waren, weniger branchenspezifisches Fachwissen mitbrachten als die ‚klassischen‘ UnternehmerInnen. Des Weiteren ist festzuhalten, dass in der Studie von Caliendo und Kritikos (2010) mit einer Stichprobe von über 3200 Start-Ups fast die Hälfte sowohl von *Push* als auch von *Pull-Faktoren* motiviert wurden.

Dvouletý u.a. (2018) verglichen zudem junge Erwachsene, die zuvor arbeitslos waren und dann ein Unternehmen gründeten mit GründerInnen, die noch nie von Arbeitslosigkeit betroffen waren. Es zeigte sich, dass der Anteil von GründerInnen, die den *necessity entrepreneurs* zugerechnet werden können, in der Gruppe größer war, die in der Vergangenheit eine Phase der Arbeitslosigkeit durchlebt hatte. Die jungen Erwachsenen trügen daher eine „Narbe“ der Arbeitslosigkeit und würden deshalb eher ihr Unternehmen in schlechter bezahlten Branchen oder in Berufen gründen, für die eine niedrigere Qualifikation ausreicht (Dvouletý u. a. 2018:1171). Insgesamt weisen die bisherigen Befunde darauf hin, dass die Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus mit größeren Ambivalenzen und Risiken verbunden ist.

Soziales, kulturelles und ökonomisches Kapital bei Unternehmensgründungen

Abgesehen von Persönlichkeitsmerkmalen und den oben diskutierten konkreten Aspekten, wie eine vorangegangene Arbeitslosigkeit und staatliche Förderung, kann auch der sozialstrukturelle Kontext von Personen, die ein Unternehmen gründen, eine Rolle spielen. Um den sozioökonomischen Hintergrund der UnternehmensgründerInnen in die Analyse miteinbeziehen zu können, wird auf Bourdieu (1997) verwiesen, der mit seiner Unterscheidung zwischen verschiedenen Arten von Kapital Grundlegendes zur Analyse sozialer Klassenlagen schuf. Dabei bezieht sich Bourdieu auf den Marxschen Begriff

des ökonomischen Kapitals und erweitert diesen um die kulturelle, symbolische und soziale Dimension. Das ökonomische Kapital zeichnet sich nach Bourdieu dadurch aus, dass es sich "unmittelbar und direkt in Geld" umwandeln lässt (1997:52). Die anderen Kapitalsorten lassen sich unter bestimmten Bedingungen ebenfalls in ökonomisches Kapital konvertieren. Kulturelles Kapital allgemein kann in Zusammenhang mit Bildung gesehen werden, insbesondere zum Beispiel Bildungsabschlüsse als relevante Form von kulturellem Kapital im Zusammenhang mit Unternehmensgründungen. Bei symbolischem Kapital geht es um soziale Anerkennung oder soziales Prestige. Soziales Kapital ist nach Bourdieu "die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind" (1997:63).

Nachdem sich Bourdieu als einer der ersten Soziologen mit sozialem Kapital beschäftigte, folgten viele weitere, unter anderem Granovetter (1977), der bei der Analyse von sozialen Netzwerken auf die Bedeutung von so genannten *weak ties* hinwies. Darunter können schwache Beziehungen verstanden werden, die zu Personen bestehen, die nicht zum engsten Kreis der Kontaktpersonen gehören. Diese schwachen Verbindungen sieht Granovetter als Brücken-bildend, da flüchtige Bekanntschaften zum Beispiel neue Informationen über Job-Möglichkeiten einbringen können.

Eine wichtige Differenzierung des Begriffs des Sozialkapitals geht auf Coleman (1988) zurück, der *bridging* von *bonding social capital* unterschieden hat. *Bonding social capital* beruht auf starken, wiederholten Beziehungen innerhalb eines Kollektivs, durch die Reziprozität und Vertrauen entstehen (Adler und Kwon 2002; Coleman 1988; De Carolis und Saporito 2006). Bei *bridging social capital* hingegen steht die Verbindungen zwischen Akteuren und anderen Individuen, die sich außerhalb des eigenen Kollektivs befinden, im Zentrum, wobei der individuelle Nutzen aus der Verbindung eine besondere Rolle spiele (Adler und Kwon 2002).

Konkret bezogen auf Unternehmensgründungen erfasst für Davidsson und Honig (2003) *bonding social capital* das Aufwachsen mit Eltern, die selbstständig tätig waren, FreundInnen oder NachbarInnen, die sich in selbstständigen Arbeitsverhältnissen befinden, sowie Zuspruch und Unterstützung durch Familie oder Verwandte, FreundInnen oder PartnerIn. *Bridging social capital* wurde von den Autoren das Engagement in beruflichen Netzwerken, wie Berufsverbänden, Wirtschaftskammern oder auch Service Clubs (zum Beispiel Lions oder Rotary) gewertet. Zudem wurden auch Institutionen oder Vereinigungen als *bridging social capital* berücksichtigt, die speziell Unterstützung für GründerInnen anbieten. Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass *bonding social capital* in Form eines selbstständigen Elternteils und Unterstützung durch Familie und FreundInnen, einen starken Einfluss sowohl auf die Wahrscheinlichkeit, dass jemand ein Unternehmen gründet, als auch auf die Dauer des Gründungsprozess hat (Davidsson und Honig 2003). Was *bridging social capital* anbelangt wurde in der Studie deutlich, dass das

Engagement in beruflichen Netzwerken ebenfalls die Geschwindigkeit des Gründungsprozesses beeinflusst. Überraschend für die beiden Autoren war die Tatsache, dass sich *bridging social capital* in Form von Förderung oder Unterstützung durch eine Organisation keinen großen Einfluss auf den Gründungsprozess hatte. Generell gingen die Autoren davon aus, dass *bridging social capital* den GründerInnen Informationen verschaffen kann, die sie durch ihr direktes, persönliches soziales Umfeld, also durch *bonding social capital*, nicht erhalten (Davidsson und Honig 2003).

Nachdem der Effekt des sozialen Kapitals in Bezug auf Unternehmensgründungen ausgeführt wurde, gilt es als letzten Theoriebaustein auch auf die Dimensionen des ökonomischen und kulturellen Kapitals näher einzugehen. Oesch (2007) hat ein Klassenschema entwickelt, das auf Eriksons und Goldthorpes „Konzept des Anstellungsverhältnisses“ (2007:60) aufbaut, wobei ein Fokus auf der Position auf dem Arbeitsmarkt liegt. Neben der hierarchischen Dimension, in der sich in gewisser Weise der Ausbildungsgrad widerspiegelt, wird zudem eine horizontale Unterscheidung verschiedener Arbeitslogiken eingeführt, denen die ArbeitnehmerInnen in Dienstleistungsgesellschaften zugeordnet werden können: die *interpersonelle*, die *technische* und die *administrative Arbeitslogik*. Bei der interpersonellen Logik stehen kommunikative und soziale Kompetenzen im Zentrum, die bei sozialen Dienstleistungen im direkten Kontakt notwendig sind, wie zum Beispiel bei SozialarbeiterInnen oder LehrerInnen. Die technische Arbeitslogik zeichnet sich hingegen durch die Handhabung technischen Fachwissens und Geschicklichkeit aus, während bei der administrativen Logik die Teilhabe an administrativer Macht und damit andere zu koordinieren und kontrollieren zentral ist. Innerhalb dieser verschiedenen Logiken sind auch die oben erwähnten vertikalen Abstufungen mitgedacht, so wird zum Beispiel bei der technischen Logik eine Abstufung zwischen technischen Experten oben, also beispielsweise Ingenieure und Facharbeitern, wie Mechanikern vorgenommen, während ungelernete Arbeiter unten im Schema zu finden sind. Abgesehen von Arbeitnehmenden werden auch Selbstständige in der Klassifikation von Oesch berücksichtigt, wobei diese als eigene Arbeitslogik aufgeführt wird. Es wird innerhalb der Selbstständigen zwischen „freien Berufen“, wie Anwälte oder Zahnärzte, sowie Großunternehmer und dem Kleingewerbe mit oder ohne Angestellten unterschieden (2007:63). Unterschiedliche Arbeitslogiken innerhalb der Selbstständigen werden bei Oesch jedoch nicht zusätzlich differenziert. Bei Oeschs Klassenschema liegt der Fokus auf der Anstellung, also der Position durch die Integration in den Arbeitsmarkt. Die Dimension des Vermögens der Familie oder auch die Position des/der PartnerIn wird bei dem Schema weniger berücksichtigt, was jedoch auch eine große Rolle spielen kann und bei der Interpretation der Ergebnisse daher auch reflektiert werden sollte.

Forschungsfragen

- Welche Herausforderungen stellen sich bei Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus?
- Welche Faktoren tragen zur Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus bei?
- Welche Rolle spielen bei der Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit soziales, ökonomisches und kulturelles Kapital?
- Inwiefern sind Gelegenheiten und Marktchancen bei der Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus relevant und wie wirken sich diese auf den Gründungsprozess aus?
- Inwiefern spielt die Selbsteinschätzung der unternehmerischen Fähigkeiten eine Rolle bei der Unternehmensgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus?

Methodologie

Bei diesem Forschungsprojekt handelt es sich um eine qualitative Studie, bei der 20 halbstrukturierte Leitfadeninterviews mit Personen geführt wurden, die sich im Zuge der Teilnahme am Unternehmensgründungsprogramm des Arbeitsmarktservices Wien selbstständig gemacht haben. Im Folgenden wird genauer beschrieben, wie sich der Feldzugang gestaltete und erklärt, wie die Daten erhoben sowie ausgewertet wurden.

Feldzugang und Erhebungsmethode

Der Feldzugang zu den Befragten kam über das Unternehmensgründungsprogramm (UGP) des Arbeitsmarktservice (AMS) Wien zu Stande. Das Unternehmensgründungsprogramm dient der Unterstützung von arbeitslosen Personen, die ein Unternehmen gründen möchten. Potentielle TeilnehmerInnen müssen daher folgende Kriterien erfüllen:⁵

1. Zu Beginn der Klärungsphase liegt Arbeitslosigkeit vor;
2. Wunsch zur Selbstständigkeit und Existenz einer konkreten Geschäftsidee;
3. Berufliche Qualifikationen, um ein Unternehmen in der betreffenden Branche zu gründen.

⁵ <https://www.ams.at/arbeitsuchende/aus-und-weiterbildung/so-foerdern-wir-ihre-aus--und-weiterbildung-/unternehmensgruendungs-programm>

Konkret werden die TeilnehmerInnen des UGPs mit einer kostenlosen Unternehmensberatung unterstützt, zudem kommt das AMS für die maximal sechsmontatige Dauer des Programms für die Existenzsicherung sowie für Kosten für Ausbildungen auf.⁶ Die TeilnehmerInnen haben auch bis zu zwei Jahren nach Ende des Programms die Möglichkeit bei Fragen ihre ehemaligen UnternehmensberaterInnen zu kontaktieren. Durch ihre Teilnahme am UGP war klar, dass die befragten Personen in die Gruppe der UnternehmensgründerInnen aus der Arbeitslosigkeit fallen.

Der Kontakt zu den einzelnen Befragten wurde durch ein Anschreiben via E-Mail (siehe Anhang) hergestellt. Als Reaktion auf dieses Anschreiben erklärten sich über 20 Personen zur Teilnahme an einem Interview bereit, mit 20 GründerInnen kam es zu einem Gespräch. Details zu der Zusammensetzung der Zielgruppe kann dem Kapitel *Die Befragten: Arbeitslose GründerInnen?* entnommen werden. Die problemzentrierten Interviews wurden in Wien geführt und dauerten zwischen 20 und 60 Minuten. Dabei wurde ein halbstrukturierter Leitfaden verwendet, durch den einerseits eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse sichergestellt wurde, andererseits war genug Flexibilität geboten, um die individuellen Relevanzsetzungen der Befragten zu berücksichtigen. Der Leitfaden bestand aus drei Teilen, wobei zunächst die aktuelle selbstständige Tätigkeit und der berufliche Werdegang der Personen thematisiert wurde, in einem zweiten Schritt ging es konkret um die Erfolgsfaktoren sowie Herausforderungen und im dritten Teil sollte eine Bilanzierung der Gründungserfahrung erfolgen.

Auswertungsmethode

Die Interviews wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Hierbei erfolgte eine Anonymisierung der personenbezogenen Daten: Die Bezeichnung der Befragten enthält die Nummerierung des jeweiligen Interviews sowie das Geschlecht. So steht zum Beispiel B1_w für 1. Befragte und weiblich. Im folgenden Kapitel ist zudem tabellarisch dargestellt, in welchem Bereich die Befragten selbstständig tätig sind, wobei auch hier eine Abstraktion der genauen Berufsbezeichnung auf Grundlage der Berufssystematik *Internationale Standardklassifikation der Berufe* erfolgte.⁷

Ausgewertet wurden die Interviews mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2001, 2010), unterstützt durch eine Software zur computerunterstützten qualitativen Datenanalyse (MAXQDA). Die qualitative Inhaltsanalyse stellt ein Analyseverfahren „empirischer, methodisch kon-

⁶ Finanzierungen von Ausbildungen werden nach der Aufnahme in das UGP selten gewährt, da die Qualifikationen für eine Gründung bereits vor der Aufnahme in das Programm gegeben sein sollten.

⁷ <https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/docs/resol08.pdf>

trollierter Auswertung auch größerer Textcorpora dar, wobei das Material, in seinen Kommunikationszusammenhang eingebettet, nach inhaltsanalytischen Regeln ausgewertet wird, ohne dabei in vorschnelle Qualifizierungen zu verfallen“ (Mayring 2001:1). Dabei unterscheidet Mayring (2010:65) mehrere „Grundformen“ der qualitativen Inhaltsanalyse, an denen sich der konkrete Ablauf der Analyse orientiert: *Zusammenfassung*, *Explikation* und *Strukturierung*. Während bei der Zusammenfassung die Reduktion des Datenmaterials auf die wesentlichen Inhalte im Zentrum steht, wird bei der Explikation neben der Analyse einzelner Textpassagen zusätzliches Material zur Erweiterung des Verständnisses hinzugenommen. Mit Hilfe der Strukturierung sollen bestimmte Aspekte herausgefiltert werden und diese anhand vorab festgelegter Kriterien geordnet werden. Dieses Forschungsprojekt orientierte sich an der Kombination aus *Zusammenfassung* und *Strukturierung*, der *inhaltlichen Strukturierung* (Mayring 2010:98).

Das Material wurde auf Grundlage von Kategorien in Analyseeinheiten zerlegt und kodiert. Die Kategorienentwicklung selbst kann deduktiv oder induktiv erfolgen. Beim deduktiven Vorgehen werden die Kategorien vorab theoriegeleitet festgelegt und das Material anhand von diesen kodiert. Bei der induktiven Kategorienentwicklung werden die Kategorien aus dem empirischen Material herausgearbeitet, wobei die entwickelten Kategorien in einer „Rückkopplungsschleife“ (Mayring 2001:3) überarbeitet und dann gegebenenfalls zu Überkategorien zusammengefasst werden können. Grundsätzlich orientiert sich dieses Forschungsprojekt an der deduktiven Vorgehensweise. Die Kategorien der Erfolgsfaktoren und Herausforderungen folgten direkt aus der Fragestellung. In Anlehnung an die deduktive Kategorieentwicklung entstanden insbesondere auch die Unterkategorien der Erfolgsfaktoren: zunächst wurde zwar offen nach den Erfolgsfaktoren gefragt, jedoch im Anschluss auch der Einfluss von Sozialkapital thematisiert, wenn das die Befragten nicht von sich aus ansprachen, da sich dies in der Literatur bereits als wichtiger Aspekt erwiesen hatte. Die Analyse der Herausforderungen beziehungsweise die Bildung der Unterkategorien war eher induktiv geprägt, da die Frage dazu im Leitfaden sehr offen formuliert war und es so den Befragten möglich war, eine komplett eigene Relevanzsetzung vorzunehmen. Zudem wurden die Interviews auch in Bezug auf den Aspekt der sozialen Klassenlage untersucht, was zu Beginn des Projekts noch keine festgelegte Kategorie darstellte. Die genaue Aufschlüsselung der entwickelten Kategorien ist jeweils zu Beginn der Ergebnis-Kapitel zu finden.

Ergebnisse

Die Befragten: Arbeitslose GründerInnen?

Bevor die Erfahrungen mit dem Gründungsprozess selbst dargestellt werden, wird im Folgenden zunächst genauer beschrieben, um wen es sich bei den befragten Personen handelt: neben demografischen Daten wird fokussiert, wie die Befragten dazu kamen, aus der Arbeitslosigkeit heraus ein Unternehmen zu gründen. Daher gilt es, den beruflichen Werdegang der Befragten sowie deren sozioökonomische Ausgangslage zu berücksichtigen. Die anonymisierte Darstellung des Wegs in die Selbstständigkeit der einzelnen TeilnehmerInnen der Studie ist im Anhang ersichtlich.

Unter den 20 Befragten waren elf Frauen und neun Männer, generell liegt der Frauenanteil bei Gründungen im Zuge des UGPs bei ca. 50%. Das Alter der Befragten variierte zwischen Mitte 20 und Ende 50, die Hälfte war jedoch zwischen 31 und 40 Jahre alt. Die Dauer der Selbstständigkeit variierte ebenfalls, aber da die TeilnehmerInnen nur eine begrenzte Zeit nach der Gründung im Kontakt mit dem UGP stehen, lag bei keiner der befragten Personen der Zeitpunkt der Gründung mehr als 24 Monate zurück. Bis auf einen Teilnehmer waren alle Befragten ÖsterreicherInnen oder sprachen Deutsch als Muttersprache. Im Vergleich mit den Daten des UGPs liegt der Anteil der Personen mit österreichischer Staatsbürgerschaft, die mit der Unterstützung des UGPs gründen, bei 83%.⁸

Mit Hilfe der Klassifikation nach Oesch (2007), die sich auf die Position am Arbeitsmarkt und implizit auch auf das Bildungsniveau bezieht, lässt sich die Klassenlage der Befragten nachvollziehen. Wie in Tabelle 1 ersichtlich, fielen neun der 20 Befragten ihrer vorangegangenen Erwerbstätigkeit zufolge in die Kategorie 5 - *Management*, wobei vier Personen klar dem oberen Management zuzuordnen sind. Des Weiteren fielen vier Personen in die Kategorie 1 - *Sozio-kulturelle ExpertIn* und drei Personen zählen zu der Kategorie 3 – *Technische ExpertIn*. Diese Personen zeichnet allesamt aus, dass sie ein universitäres bzw. Hochschul-Studium absolvierten. Unter den Befragten befand sich eine Person, die zu der Kategorie 1- *Sozio-kulturelle Semiprofession* zählt sowie eine Person, die zuvor als *Bürokräft* tätig war (Kategorie 6). Eine Person zählte zu *Kategorie 4, als gelernter Handwerker*, nur eine Person verfügte über keinen formellen Abschluss, der über die Pflichtschule hinausgeht. Bei den Befragten sind alle drei verschiedenen Arbeitslogiken nach Oesch vertreten. Auffällig ist jedoch, vor allem mit Blick auf die gesamtgesellschaftliche Verteilung, dass überdurchschnittlich viele gut ausgebildete Menschen mit dementsprechend hohen Qualifikationen und Status unter den Befragten waren.

Ein Aspekt, der in Oesch's Ansatz weniger Beachtung findet, da er stark von Position am Arbeitsmarkt ausgeht, ist die des ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapitals des Umfeldes, insbesondere der

⁸ Persönliche Kommunikation, UGP, 26.09.2019

Tabelle 1: Übersicht über den Bereich der Selbstständigkeit sowie die Position am Arbeitsmarkt mit der Klassifikation nach Oesch (2007)

Befragte/r	Bereich der aktuellen Selbstständigkeit	Ausbildung / Beruflicher Hintergrund	Klassifikation (für Beruf zuvor)
B1_w	Buchhaltung	Buchhaltung	5 - Management
B2_m	Kommunikationsagentur	Journalismus	1 – Sozio-kultureller Experte
B3_w	Life Coaching	Sozialwissenschaft	5 – Unteres Management
B4_m	Gastronomie	Journalismus	1 – Sozio-kultureller Experte
B5_w	Kunsthandwerk	Projektentwicklung	5 - Management
B6_m	Natürliche Pflegeprodukte	Unternehmensberatung	5 – Oberes Management
B7_w	Grafikdesign	Mediengestaltung	1 – Sozio-kulturelle Semiprofession
B8_m	Handwerk	Handwerk	4 – gelernter Handwerker
B9_w	Marketingagentur	Marketingagentur	5 - Management
B10_w	Life Coaching	Bürokräft	6 - Bürokräft
B11_m	Unternehmensberatung	Unternehmensberatung	5 – Oberes Management
B12_m	Kunsthandwerk		4 – Ungelernter (Handwerker)
B13_w	Kunst	Management	5 – Oberes Management
B14_w	Meditation	Management	5 – Oberes Management
B15_w	Unternehmensberatung	Projektmanagement	5 - Management
B16_w	Unternehmensberatung	Wissenschaftl. Mitarbeit	1 – Sozio-kultureller Expertin
B17_m	IT-Beratung	IT-Beratung	3 – Technischer Experte
B18_m	Sprachdienstleistungen	Sprachdienstleistungen	1 – Sozio-kultureller Experte
B19_w	Kunsthandwerk	Naturwiss. Studium	3 – Technischer Expertin
B20_m	Multimedia-Design	Multimedia-Design	3 – Technischer Experte

Familie oder der PartnerIn einer Person. Dieser Aspekt, der bei Interviews oftmals mitschwang, trug insbesondere zum Erfolg der Gründung bei, weshalb er im Kapitel *Erfolgsfaktoren bei Unternehmensgründungen* genauer diskutiert wird.

Im Hinblick auf die Arbeitslosigkeitserfahrung wurde im Abschnitt zur Theorie hierzu der empirische Befund von Mühlböck u.a. (2018) diskutiert, der rund um die Debatte der *necessity und opportunity entrepreneurs* zeigte, dass es auch so genannte *nons-entrepreneurs* gebe, die von sich, ihrer Gründungsidee und deren Marktchancen weniger überzeugt seien und die Unternehmensgründung aus der Not heraus geschehe. Bei den genannten Konzepten handelt es sich um aus der Theorie entwickelte Idealtypen. Dennoch könnte man aufgrund der vorangegangenen Arbeitslosigkeit der TeilnehmerInnen des UGPs die Erwartung ableiten, dass in der untersuchten Gruppe Personen, die Merkmale von *necessity entrepreneurs*, oder gar der *nonsentrepreneurs* aufweisen, überdurchschnittlich vertreten sein sollten.

Überraschenderweise deuten die Ergebnisse diesbezüglich in eine andere Richtung: kaum eine der hier interviewten Personen schien ihr Unternehmen aus Mangel an Alternativen oder aus der Not heraus gegründet zu haben. Ungefähr die Hälfte der Befragten war unmittelbar vor Beginn ihrer Betreuung durch das UGP angestellt – einige Befragten erzählten, selbst die Kündigung eingereicht zu haben, um am UGP teilnehmen zu können, damit sie ihr Unternehmen mit dessen Unterstützung gründen können.

B11_m, ein Unternehmensberater, der zuvor im oberen Management tätig war, beschreibt seinen Weg in die Selbstständigkeit folgendermaßen:

„Also die Arbeitslosigkeit an sich hat es ja nicht gegeben, weil ich hab quasi, ich hab ja den Übergang gesucht. Ich hab ja parallel wo ich gearbeitet habe schon beim UGP schlau gemacht, dann dort diese Infoseminare besucht und erst wie, wie ich gewusst habe, wie alles funktioniert und dass ich die Zusage bekomme vom, vom UGP, habe ich dann, dann erst gekündigt. Das heißt, da war eigentlich schon alles ... äh ... organisiert.“ (B11_m)

Ein weiterer Unternehmensberater, B6_m, erzählte ebenfalls, dass er bereits mit einem fertigen Business-Plan in das UGP eintrat.

Auch B1_w, die als Buchhalterin zunächst angestellt war, plante die Gründung genau im Voraus:

„Ich hab geschaut, okay, wann fängt dein Kurs an, wann ist der bestmögliche Zeitpunkt, dass ich kündige, ((mhm)) wann geh ich zum AMS, wie bereite ich mich vor, dass die mir eventuell beim ähm Kurs finanzielle Unterstützung geben.“ (B1_w)

Ein weiterer Befragter (B17_m) gibt an, dass die Selbstständigkeit nicht spontan zu Stande kam: „Also gekommen ist es dazu, weil es eigentlich immer schon mein Ziel war, mich selbstständig zu machen.“ Im weiteren Verlauf erzählt er, dass er die Gelegenheit im Moment gesehen habe zu gründen, als er nicht mehr mit seinem Anstellungsverhältnis zufrieden war.

B8_m, der sich im Handwerk nach mehrjähriger Anstellung selbstständig machte, berichtete:

„Also, ich hab über einen Freund davon [dem UGP] erfahren und des war/ ich hab das dann rückwirkend gemacht, weil meine Firma ja schon angemeldet war. Das war eh ein bissl eine Wurschtlerei mit dem AMS“ (B8_m)

Bei diesem Beispiel wird sehr deutlich, dass die hier Befragten teilweise die Selbstständigkeit weit im Voraus planten und die Gründung nicht als Ausweg aus der Arbeitslosigkeit gesehen wurde, sondern

eine kurze Phase der Arbeitslosigkeit als Schritt einer beruflichen Neuorientierung und als Zugangsbedingung zum UGP einkalkuliert wurde.

Es gab jedoch auch mehrere Befragte, die zuvor angestellt waren, aber aufgrund des Push-Faktors Stress im Job oder des Pull-Faktors einer kreativen Selbstverwirklichung eine berufliche Neuorientierung suchten. So eröffnete ein ehemaliger Redakteur ein Lokal (B4_m) und eine Managerin mit technischem Universitätsabschluss bietet nun Meditationspraktiken an (B14_w). Zwei weitere Befragte, die durch eine ähnliche Lebenssituation auffallen, sind eine Künstlerin (B13_w), die zuvor im oberen Management tätig war und ein Journalist (B2_m), der eine Kommunikationsagentur gründete. Abgesehen von B4_m, der jünger als 40 Jahre alt ist, blicken die drei anderen eben erwähnten auf eine langjährige, erfolgreiche Karriere als Angestellte mit Führungsverantwortung zurück, von der sie in die Selbstständigkeit wechselten. Dabei erlebten die Künstlerin, B13_w, sowie der Gründer der Kommunikationsagentur, B2_m, eine kurze Phase der Arbeitslosigkeit. Während bei drei der eben erwähnten Push- und Pull-Faktoren zugleich gewirkt haben, berichtet der Gründer der Kommunikationsagentur, B2_m, dass er „nicht ganz freiwillig bei AMS gestanden“ sei und sagt über seine Beweggründe für die Selbstständigkeit:

„Das Nachdenken darüber, was sind meine Kernqualifikationen und wer frägt die nach. Plus natürlich auch das Alter ((mhm)) und eine gewisse Vorstellung ähm wie hoch das Einkommen sein könnte, sollte. Und mit 52 ist in der Verlagsbranche, im kleinen Land Österreich, das ist de facto Arbeitsverbot.“ (B2_m)

Ansonsten berichteten nur vier weitere Befragte von Arbeitslosigkeit vor der Unternehmensgründung: B7_w (Grafikdesign) war ein halbes Jahr arbeitslos, die Gründerin einer Marketingagentur (B10_w) drei Monate und die Gründerin einer Unternehmensberatung (B16_w) ein Jahr, wobei sie die Dauer mit gesundheitlichen Problemen und bürokratischen Komplikationen im Gründungsprozess begründete. Einzig B12_m berichtet von Phasen der Arbeitslosigkeit bzw. dem Abbruch mehrerer Ausbildungen sowie der Absolvierung eines weiteren Programms des AMS zur beruflichen Neuorientierung, wodurch er zum UGP kam. Abgesehen von diesen Fällen schien für die anderen Befragten der Übergang in die Selbstständigkeit ohne größere Unterbrechungen der Erwerbstätigkeit von statten gegangen zu sein.

Grundsätzlich sollte bei der Betrachtung der Ergebnisse dieser Studie reflektiert werden, dass unter den Befragten größtenteils keine Langzeitarbeitslosen oder Personen, die zu einer sozioökonomisch benachteiligten Bevölkerungsgruppe zählen, auszumachen waren. Zu einem gewissen Teil lässt sich dieser Befund möglicherweise dadurch erklären, dass eine der Voraussetzungen für die Teilnahme am UGP das Verfügen über die notwendigen beruflichen Qualifikationen für eine Gründung ist. Dieses Ergebnis deckt sich mit den statistischen Erhebungen des UGPs, wonach 43.3% aller GründerInnen aus

dem UGP eine abgeschlossene akademische Ausbildung (Universitäts- oder Fachhochschulabschluss) vorweisen können und weitere 24.4% maturiert haben, wohingegen nur 3.3% über einen Pflichtschulabschluss verfügen. Wichtig ist zudem, dass ca. 65% der angehenden GründerInnen nach der Klärungsphase in das UGP aufgenommen werden.⁹ Zum anderen könnte sich auch der Umstand, dass Personen, die auf eine erfolgreiche Berufskarriere zurückblicken, eher bereit sind über diese zu sprechen, auf die Zusammensetzung des Samples auswirken. Um eine Aussage über die empirischen Verteilungen der Wege in die Selbstständigkeit über eine Unterstützung des AMS machen zu können, würde es weiterer statistischer Daten auf der Grundlage einer repräsentativen Umfrage bedürfen.

Herausforderungen bei Unternehmensgründungen

Im Folgenden geht es um die Herausforderungen, die von den Befragten im Zusammenhang mit dem Gründungsprozess genannt wurden. Die Schwierigkeiten, denen sich die GründerInnen ausgesetzt sahen, konnten in drei Unterkategorien eingeteilt werden: *Bürokratische Herausforderungen und institutionelle Rahmenbedingungen*, *unternehmerische* sowie *emotionale Herausforderungen*. Diese ergaben sich vor allem aus den Antworten auf die offen gestellte Frage: ‚Welche Faktoren waren für Sie eine Herausforderung bei der Gründung?‘. Eine Übersicht über die Kategorien und Unterkategorien ist in der untenstehenden Tabelle 2 dargestellt. Dabei ist auch die Häufigkeit der Nennung angegeben, wobei sich mit einige Befragte mehreren Herausforderungen konfrontiert sahen, während andere gar keine Probleme im Gründungsprozess erlebten.

Formale Herausforderungen und institutionelle Rahmenbedingungen

„Zu meiner Verwunderung muss ich dennoch sagen war der Gründungsprozess dann per se doch komplizierter als gedacht also, ich, ich möchte jetzt nicht sagen es ist nicht also unpackbar, nur auch wenn man einen äh Consulter, einen Berater hat, ist es dennoch jetzt nicht super easy sag ich jetzt mal.“ (B9_w)

Dieses Zitat veranschaulicht, dass der Gründungsprozess selbst, insbesondere die einzelnen bürokratischen Schritte, für einige Befragte die größte Herausforderung darstellte: sieben der 20 Befragten nannten Unklarheiten oder Unsicherheiten bezüglich des formalen Prozesses in die Selbstständigkeit, wobei die konkreten Probleme divers waren. Eine Befragte sagte allgemein, dass es eine Herausforderung gewesen sei „alle Regeln einzuhalten, weil in Österreich gibt's viele Regeln und dass man dann nicht gegen eine verstößt“ (B7_w). Im weiteren Verlauf spricht sie von einer Unsicherheit, dadurch,

⁹ Persönliche Kommunikation, UGP, 26.09.2019.

Tabelle 2: Übersicht über die Herausforderungen bei Unternehmensgründungen

Herausforderungen	Häufigkeiten
Bürokratische Herausforderungen & institutionelle Rahmenbedingungen	
Unklarheiten beim Ablauf bürokratischer Schritte/bürokratische Probleme (z.B. Anerkennung von Bildungsabschlüssen)	7
Hinderliche Rahmenbedingungen	4
Unternehmerische Herausforderungen	
KundInnen akquirieren	6
Anpassung/Änderung der Gründungsidee	2
Finanzielle Probleme	2
Fehlen von unternehmerischem Wissen (z.B. Buchhaltung, Steuern)	2
Probleme mit Vermieterin der Räumlichkeiten für das Unternehmen	1
Emotionale Herausforderungen	
Überforderung	3
Zeitfaktor/Nerven bewahren bis zum ersten Erfolg	3
Einsamkeit	2
Umstellung von Angestelltenverhältnis auf Selbstständigkeit	1
Keine Probleme	2

dass man unterschiedliche Informationen zu den formalen Abläufen von verschiedenen Seiten bekomme:

“[D]as AMS ist dann manchmal ein bissl [...] was die Regelungen anbelangt, was man machen darf und was nicht und ob sie's dann selbst wissen oder net, da hab ich schon ein paar Sachen gehabt, wo ich mich geärgert hab.“ (B7_w)

Konkret berichteten die Befragten von Unklarheiten darüber, wie ein Eintrag ins Firmenbuch zustande kommt oder wie man ein Patent anmeldet.

Eine große Hürde stellte für drei Befragte zudem der Nachweis von Bildungsabschlüssen beziehungsweise das Vorweisen von Berufserfahrung in dem speziellen Bereich, in dem die Befragten gründen wollten, dar. Eine Befragte im kreativ-künstlerischen Bereich (B13_w) musste daher zunächst noch

eine Prüfung ablegen, um ein Unternehmen gründen zu können, obwohl sie bereits viel praktische Erfahrung vorweisen konnte. Ein weiterer Befragter, der in seinem Bereich des Kunsthandwerks über keinen formalen Bildungsabschluss verfügt, klagte über bürokratische Komplikationen und widersprüchliche Anforderungen staatlicher Behörden und nichtstaatlicher Institutionen wie der SVA (B12_m). Als beispielhaft für bürokratische Herausforderungen dieser Art kann auch der Fall einer Unternehmensberaterin angesehen werden: die Gründung verzögerte sich, weil das Arbeitszeugnis, das ihr die praktische Erfahrung nachweisen sollte, nicht in einer Weise formuliert war, wie es aus gewerblichen Gründen hätte sein sollen. Dadurch sei die Befragte „[...] ein Jahr lang von Amt zu Amt gerannt“ (B16_w), bis sie endlich ins Unternehmensgründungsprogramm aufgenommen werden konnte. Die Befragte geriet, so ihre Schilderung, in die Zange widerstreitender Anforderungen und Bedingungen, die sich aus den Erfordernissen der Gewerbebeantragung und der Teilnahme am Unternehmensgründungsprogramm des AMS ergeben können. Schlussendlich legte die Befragte ihr Gewerbe rückwirkend ruhend, um am UGP teilnehmen zu können.

Für das Überwinden rechtlicher Hürden wurde insbesondere die Beratungsangebote durch das UGP von zahlreichen Befragten lobend erwähnt, worauf im Kapitel *Erfolgsfaktoren bei Unternehmensgründungen* genauer eingegangen wird. Einer der Befragten jedoch, der selbst einen wirtschaftswissenschaftlichen Bildungshintergrund hatte, fühlte sich „schlecht beraten“ vom UGP:

“Das war eine sehr ...interessante Erfahrung, muss ich sagen, weil der Herr, der mein Berater war, der hat eigentlich sehr, sehr wenig Ahnung gehabt von dem allem. Also, ich glaube, [...] wenn man gründen möchte und auf diese ÖSB angewiesen ist für Wissen, dann ist man schlecht beraten.“ (B6_m)

Dieser Befragte machte jedoch im weiteren Verlauf des Interviews deutlich, dass er auf die Beratung nicht angewiesen war, da er selbst als Unternehmensberater gearbeitet hatte.

Ein Kritikpunkt, der von vier Befragten an den institutionellen Rahmenbedingungen des UGP geübt wurde, war die Regelung, dass man als GründerIn keine KundInnen akquirieren dürfe, während man noch Förderung über das UGP bezieht:

„Und da ist irgendwie ... also ein bisschen eine Henne, Ei Problem. Also, äh ... dann bräuchte man ja eigentlich für eine Gründung, für eine schön geplante Gründung bräuchte man einen Kundenstock, den darf man aber nicht aufbauen, weil man ja Förderungen beziehen möchte. [...] Es hängt mit der Gründung und dem Gewerbeschein zusammen, ja. Und sobald man aber dann den Gewerbeschein hat, also eigentlich wirklich in die Akquise gehen dürfte ... verliert man den Förderanspruch“ (B17_m)

Der zweite Befragte beklagt im Hinblick auf die Herausforderungen das Wegfallen der Förderung direkt mit der Gründung:

„Wenn man ja diesem Unternehmensgründungsprogramm drin ist vom ÖSB vom AMS, da wird man eigentlich dafür bestraft, wenn man schneller ist. ((Ah, okay, inwiefern?)) Weil/ weil ich krieg ja dieses Unternehmensgründungsprogrammgeld ((ja)) ...das ist ein bissl mehr als Arbeitslosengeld, aber je früher ich gründe, desto früher ist das weg ((mhm, okay)) ...und deswegen ...ist eigentlich/ es ist eigentlich schlecht, weil ich Leute ...das Gründen hinausziehen (unv. würden?). Also ...im Grunde hätt ich länger warten sollen noch ...mit der Gründung, da hätt ich halt ein paar Monate länger dieses Geld bekommen. (B6_m)

Auch B1_w und B8 machen auf diesen Umstand aufmerksam:

“[W]enn du im UGP bist, ... bist du noch immer im Kleinstunternehmerstatus und kannst nur geringfügige Einkünfte haben, also du kannst ja da noch gar nicht richtig loslegen [...] erst dann nach Ende des UGP's kannst du starten. Das heißt ... du bist da gefangen.“ (B1_w)

“[S]obald man aber dann den Gewerbeschein hat, also eigentlich wirklich in die Akquise gehen dürfte ...verliert man den Förderanspruch. Es gibt schon andere Modelle, die das ermöglichen. Aber das UGP ist irgendwie ... ich finde es wirklich schräg.“ (B8_m)

Zur Förderlandschaft für GründerInnen in Österreich erwähnte ein weiterer Befragter, dass der Zugang zu Startkapital schwierig sei (B17_m). Auch wenn dieser Aspekt der Förderlandschaft bzw. den Regelungen des UGP von mehreren Befragten thematisiert wurde, muss dies nicht zwingend eine große Hürde oder ein Problem darstellen. In ihrer Studie zur Unterstützung für GründerInnen machten Davidsson und Honig (2003) deutlich, dass für die von ihnen untersuchten Fälle entsprechende Programme keinen großen Einfluss auf die Fortschritte im Gründungsprozess hat. Die hier vorliegenden Ergebnisse scheinen auf den ersten Blick darauf hinzudeuten, dass die Ausgestaltung der institutionellen Rahmenbedingungen durchaus einen Einfluss haben kann auf den Gründungsprozess. Auffällig ist dabei jedoch, dass die GründerInnen ihren Elan hemmende institutionelle Faktoren recht undifferenziert dem UGP selbst anlasten ohne die gesetzlichen Rahmenbedingungen und Vorgaben zu berücksichtigen.

Abgesehen von diesen spezifischen Herausforderungen sahen einige GründerInnen im bürokratischen Prozess selbst gar keine Hindernisse. Ein Befragter schilderte den Gründungsprozess als „Des ist halt

... Bankkonto aufmachen und zum Notar gehen. Des ist jetzt keine große Hexerei, ne?“ (B6_m). Mit dieser Erfahrung war er nicht allein, auch die folgende Aussage eines anderen Befragten verdeutlicht diese Sichtweise:

„Also, weil die Unternehmensgründung ist jetzt nicht Rocket Science und es wird einem wirklich leichtgemacht. Man muss da, äh, allen Kritiker der vermeintlichen Bürokratie in Österreich sagen: nee, es ist überhaupt nicht bürokratisch, das geht ratzfatz. So dumm kann man kaum sein, um es nicht zu schaffen, was vielleicht auch ein Problem ist, ja [lacht], vielleicht wird es manchen zu leichtgemacht.“ (B2_m)

In den Interviews wurde somit klar, dass der Gründungsprozess für einen Teil der Befragten weitestgehend reibungslos ablief und lediglich Kritik an der Ausgestaltung der institutionellen Rahmenbedingungen zum Ausdruck gebracht wurde, während sich einige Befragte tatsächlich Schwierigkeiten bei der Bewältigung des Gründungsprozesses hatten.

Unternehmerische Herausforderungen

Bei den Aspekten, die als unternehmerische Herausforderungen kategorisiert wurden, war das Gewinnen von KundInnen die am Häufigsten genannte Schwierigkeit:

„Aber das ist halt oft so, auch in der Startup-Szene, dass man da sehr euphorisch reingeht und dann ähm, ähm, ist man relativ schnell in der Realität angelangt und sieht, okay man hat jetzt einen Kunden. Aber selber jetzt einen Kunden zu generieren, quasi ... äh ist schon eine ganz andere Geschichte.“ (B11_m)

Sechs der 20 Befragten sprachen die Herausforderungen an, die das Generieren von NeukundInnen mit sich brachte. Eine Befragte schildert zum Beispiel die Schwierigkeit den geeigneten Kommunikationsweg zur Gewinnung von KundInnen zu finden. Für ihr Unternehmen im Bereich Meditationspraktiken kam sie noch nicht dazu, eine Webseite oder eine Informationsbroschüre zu entwerfen, sondern setzt bisher auf „Mundpropaganda“ (B14_w).

Beim Thema Kundenakquise schwangen auch viele Ängste mit, wie etwa die finanziellen Unsicherheiten, die eine Selbstständigkeit mit sich bringt, was in folgendem Zitat deutlich wird:

„Ähm dann ... ja natürlich gibt es Herausforderungen wo man sagt, ja ich hab immer wieder ... also das erste halbe Jahr ganz, ganz viele Sorgen gehabt, ob sich eh alles ausgeht, ob man wirklich auch die Kunden so generieren, dass man, dass wir die Umsätze schaffen und ... dass ich irgendwie ein geregeltes Einkommen hab und ...

also es war wirklich finanziell ... finanzielle Sorgen, die dann hineinspielen, weil man ja doch wahnsinnig viel Geld auch investiert in sowas.“ (B15_w)

Die hier angesprochenen Sorgen werden im folgenden Kapitel zu *Emotionalen Herausforderungen* genauer diskutiert. Ökonomisches Kapital war trotz der Förderung durch das UGP ein wiederkehrendes Thema, wobei nur zwei Befragte von einschneidenden finanziellen Problemen sprachen. Eine Befragte, die als Life Coach selbstständig tätig ist, berichtete von mehreren finanziellen Engpässen:

„Ich segne mich, dass ich Teilzeit nicht aufgehört hab zu arbeiten, wobei es einige Stories gibt in meinem Leben, wo ich ...dann extrem pleite war [lacht] innerhalb von dieser kurzen Zeit.“ (B3_w)

Der zweite Befragte äußerte sich konkret zu der schwierigen finanziellen Situation während der ersten Gründungsphase aufgrund des Umbaus des eröffneten Lokals:

„[Wir] sind dann in der ersten Woche relativ schnell drauf kommen, dass das ein ziemliches Hirngespinnst ist [[lacht]], dass wir ... tatsächlich dann 3 Monate gebraucht haben zum Umbauen ((mhm)) und äh dementsprechend war's viel aufwendiger und teurer als gedacht ((mhm)) und unserer ...Kreditbedarf hat sich ein bissl erhöht ...und, es war aber alles/ jetzt im Nachhinein kann ich sagen, es war okay, aber während dieser Phase war's schon sehr ...eng und äh (3) auch eine große Belastung, dieser ganze Umbau, weil wir ja noch nie eine Baustellenerfahrung gehabt haben, beide.“ (B4_m)

Im weiteren Verlauf des Gesprächs wurde deutlich, dass die Familie des Befragten finanzielle Unterstützung leistete und dass aus dem „familiären Umfeld Leute Sicherheiten zur Verfügung gestellt haben, um den Kredit zu besichern“ (B4_m). Das ökonomische Kapital, das oftmals nicht nur von den Befragten selbst, sondern auch von Familienangehörigen oder der LebenspartnerIn eingebracht wurde, spielte bei den Interviews immer wieder eine große Rolle – jedoch nicht unbedingt als Herausforderung, sondern auch als Erfolgsfaktor, weshalb auf den Aspekt im dazugehörigen Kapitel nochmals genauer eingegangen wird.

Eine weitere Schwierigkeit, die sich am deutlichsten bei zwei der Befragten offenbarte, war, dass die Gründungsidee, also die Art der angestrebten Selbstständigkeit zunächst nicht klar war oder sich im Laufe der Teilnahme am UGP veränderte. B5_w berichtet in diesem Zusammenhang auch von einer Verunsicherung durch eine Beratung:

„[I]ch hab so von der [Agentur] [...] Finanzierungscoaching in Anspruch genommen ...und da hat der eine Coach mich total abgebracht davon und hat gesagt, aha, davon werd ich nie leben können und hat mich recht ... gedrückt und dann hab ich mir gedacht/ weil bei uns im Haus ist so ein Raum frei ... dann mach ich ... wo ich weiß, dass ich alles kann, ich mach einen Coworking-Space für Frauen bei uns im Haus.“
(B5_w)

Die Befragte änderte nach der Beratung die Gründungsidee und kehrte erst nachdem sie bereits zwei Monate am UGP teilnahm, wieder zu ihrer ursprünglichen Idee zurück. Dadurch habe sie „recht viel Aufholbedarf“ gehabt, was für sie die größte Herausforderung im Gründungsprozess bedeutete.

Teilweise fehlte es den Befragten auch generell an unternehmerischem Wissen, insbesondere zum Thema Buchhaltung, das sie sich bis zu einem gewissen Grad selbst anzueignen versuchten. Erwähnt wurde auch das Problem einen passenden Steuerberater zu finden, der bei Abläufen und Interaktionen mit dem Finanzamt berät. In den Kapiteln zu den Erfolgsfaktoren wird genauer erläutert, wie es den Befragten gelang, oftmals durch Sozialkapital, diese Wissenslücken zu schließen oder sich Unterstützung zu holen.

Emotionale Herausforderungen

Ein Aspekt, der wiederholt als Herausforderung angesprochen wurde, bezog sich auf die emotionale Ebene: knapp die Hälfte der Befragten problematisierte in irgendeiner Form die psychischen oder emotionalen Herausforderungen, die eine Unternehmensgründung mit sich bringt.

Im vorangegangenen Kapitel wurden bereits die „finanziellen Sorgen“ (B15_w) erwähnt, wozu an dieser Stelle gesagt werden kann, dass existentielle Sorgen im Gespräch mit den GründerInnen immer wieder ein Thema waren und somit teilweise eine emotionale Herausforderung darstellten, obwohl die Mehrheit offenbar nicht von schwereren finanziellen Engpässen betroffen waren.

Generell kamen emotionale Aspekte, die der Gang in die Selbstständigkeit mit sich bringt, in fast allen Gesprächen vor. Eine Befragte brachte es folgendermaßen auf den Punkt:

„Also, ich finde, es geht richtig an die Substanz, weil's extrem ... 'ne Persönlichkeitsentwicklung ist, find ich ((mhm)) ... also, es geht total an's Eingemachte, find ich.“
(B5_w)

Von dem Gefühl der Überforderung während des Gründungsprozesses berichteten drei Personen, was sich zum Beispiel in folgendem Zitat zeigte:

„Für mich war wie gesagt, einerseits war es ein reichhaltiges Angebot und Unterstützung und auch seitens des Beraters, was man so machen sollte, damit es etwas wird [lacht]. Aber, aber für mich war das einfach manchmal ein bisschen zu ... viel auf einmal, ja. Ich hab zwei Kinder ... äh muss mich da in einen neuen Bereich irgendwie ... professionell agieren, mich da zu finden.“ (B14_w)

Diese Befragte lobte die Unterstützung durch das UGP, verweist aber auch, dass sie angesichts der großen Informationsmenge oder Empfehlungen, wie sie zum Beispiel die Kundenakquise angehen sollte, „wahnsinnig gestresst“ gewesen sei.

Eine weitere Befragte spricht die anfängliche Überforderung an und macht im weiteren Verlauf des Interviews auch darauf aufmerksam, dass die Umstellung vom Angestelltendasein auf die Selbstständigkeit eine Herausforderung für sie darstellte:

„Ähm ...am Anfang hab ich mich ähm ...bei manchen Aufgabenstellungen überfordert gefühlt ((mhm)) und/ ...oder gestresst ...also komischerweise hab ich mir, obwohl ich/ obwohl ich mir die Arbeit ja einteilen kann und mir so viel Zeit nehmen, wie ich will mehr oder weniger.“ (B7_w)

„[D]ie Umstellung eben von Angestelltenverhältnis zum dann/ oder sagen wir so, in einem Unternehmen eingebettet zu sein ((mhm)) mit und dort Ansprechpartner und Arbeitskollegen zu haben.“ (B7_w)

Ein Befragter berichtet in Bezug auf den Gründungsprozess von emotionalen Problemen, insbesondere von Überforderung, wobei er sich auch auf Unklarheiten im formalen Ablauf bezieht:

„Ich hab nicht erwartet, dass mich so viel erwartet. ((okay)) Also ... in letzter Zeit war ich enorm überfordert ... was mich als Unternehmer alles ... herausfordern wird. Ähm, ... der Gründungsprozess selbst ... ich denke, ich war halbwegs gut unterstützt äh durch das Unternehmensgründungsprogramm, dass mir da die Schritte konkret aufgezeigt wurden, wie ich das machen muss, dass ich da einen konkreten Plan hab ... äh, was dann halt auch wiederum etwas schwieriger war, weil, irgendwelche bürokratischen Probleme aufgetreten sind, aber ... ja. Im Grunde ... es war ... nicht besonders schwierig, aber ich war dann zunehmend immer mehr überfordert.“ (B12_m)

Ein weiterer Aspekt der Herausforderungen, der von drei der Befragten angesprochen wurde, bestand darin, dass der Weg hin zu den ersten Erfolgen oft mit Stress und Unsicherheit verbunden war:

„Ja, es dauert ...das heißt es dann halt nicht die Nerven wegschmeißen [lacht] ((ja)), Ruhe bewahren ...also, der Zeitfaktor, der Zeitfaktor. Ich glaub, der killt dann auch ...viele Leute ((ja)). Treibt einen in den Alkoholismus, Drogen und sonstige Dinge ...Depressionen, äh, es dauert halt einfach, ja ((ja)). [...] Also, gut geschlafen hab ich nicht ((ja)) äh in diesen ... vier Monaten.“ (B2_m)

„Und das war eigentlich/ des Kritischste war, der Umbau eigentlich in dieser ganzen Phase ...das Belastendste und des ...finanziell auch Schwierigste und ...auch ...was unser/ was so die Stimmung zwischen uns [B4_m und seiner Geschäftspartnerin] angeht, hat's Momente gegeben, die ...schwierig waren und ...äh, ja ...wie soll ich des sagen, es hat Tage gegeben, wo der Eine oder Andere von uns zweimal die Nerven weggeschmissen hat und so.“ (B4_m)

Während der erste Befragte B2_m von der Gründungsphase als eine sehr belastende Zeit spricht, thematisiert B4_m zudem die Dynamik zwischen ihm und seiner Geschäftspartnerin, wobei im weiteren Verlauf des Gesprächs deutlich wurde, dass sie sich dabei gegenseitig auch sehr unterstützend zur Seite stehen konnten.

Zwei Befragte, die allein gründeten, sprachen auch die Einsamkeit mit dem Gründungsprojekt an, was eine emotionale Herausforderung darstellen kann:

„Es ist auch eine sehr ...eine sehr einsame Geschichte, diese/ so eine Firma allein aufzubauen, weil's jetzt/ also, es sind natürlich Leute rund herum, aber die Sorgen und die/ des Kopfkino ist halt/ da ist man ganz allein damit, ne?“ (B3_m)

B14_w thematisierte im Gespräch die Schwierigkeit ausreichend Selbstvertrauen mitzubringen:

„Aber was glaub ich das Schwierigste war, ist eigentlich dieser äh, da hinter der eigenen Idee und da hinter mir zu stehen und zu sagen ja das ... das ist gut und, ja. Also da geht es sehr viel um Selbstbewusstsein, Vertrauen, um diese Sachen geht es da.“ (B14_w)

Es wird deutlich, dass mehrere Befragte jene Aspekte als Herausforderung ansprechen, die oben im Kontext der Persönlichkeitscharakteristika von UnternehmerInnen diskutiert wurden. Koellinger, Minniti und Schade (2007) identifizieren Selbstvertrauen als ausschlaggebenden Faktor für eine gelingende Gründung. Auch wenn hier bürokratische und unternehmerische Herausforderungen ebenfalls häufig

Tabelle 3: Übersicht über die Erfolgsfaktoren bei Unternehmensgründungen

Erfolgsfaktoren	Häufigkeiten
<i>Bridging Social Capital</i>	
Durch institutionelle Rahmenbedingungen: UGP	9
Durch institutionelle Rahmenbedingungen: WKO	3
Durch andere (berufliche) Netzwerke	5
<i>Bonding Social Capital</i>	
Familie/PartnerIn	6
FreundInnen/Bekannte	3
<i>Individuelle, persönlichkeitscharakteristische Faktoren</i>	
Ausbildung, (Berufs-)Erfahrung	3
Selbstvertrauen, Selbstwirksamkeit	2

genannt wurden, ist dennoch klar, dass diese Hypothese von Koellinger, Minniti und Schade (2007) nicht von der Hand zu weisen ist. Während oben die Problematisierung der emotionalen Aspekte des Gründungsprozesses im Vordergrund stand, wird im folgenden Kapitel nochmals darauf eingegangen, inwiefern das Emotionale im positiven Sinne einen Einfluss auf den Gründungsprozess haben kann.

Erfolgsfaktoren bei Unternehmensgründungen

Im Folgenden werden die Faktoren behandelt, die sich positiv auf den Gründungsprozess ausgewirkt haben. Aus der Theorie ergaben sich die Überkategorien des *Bridging* und *Bonding Social Capital* sowie der Aspekte, die sich unter dem Begriff der *individuellen, persönlichkeitscharakteristischen Faktoren* zusammenfassen lassen können. In Tabelle 3 sind diese Kategorien samt Unterkategorien sowie die Häufigkeiten der Nennungen als positiver Einflussfaktor dargestellt.

Bridging Social Capital: Institutionen & (berufliche) Netzwerke

In einem ersten Schritt werden im Folgenden die Auswirkungen von *bridging social capital* diskutiert. Wie im Theorie-Kapitel genauer ausgeführt, beinhaltet das Konzept des *bridging social capital* jene sozialen Kontakte, die wie Brücken über das eigene enge soziale Umfeld hinausgehen. Konkret werden

hier institutionelle Rahmenbedingungen, also staatliche Programme, wie das UGP oder der Gründer-service des WKO berücksichtigt. Darüber hinaus galt es auch, andere berufliche Netzwerke und deren Auswirkungen auf den Gründungsprozess zu berücksichtigen.

Institutionelle Rahmenbedingungen

Auf die Frage nach den positiven Einflussfaktoren auf den Gründungsprozess nannten fast die Hälfte der 20 Befragten zunächst das Unternehmensgründungsprogramm. Dabei wurden unterschiedliche Aspekte des UGP von den einzelnen Befragten besonders geschätzt. Ein Befragter nannte die finanzielle Absicherung des Lebensunterhalts als besonders wichtig:

„[D]as Wichtigste für uns war das Unternehmensgründungsprogramm über's AMS. Dass man ein halbes Jahr äh Arbeitslosengeld mehr oder weniger bekommt oder Gründungsbeihilfe heißt es dann halt ... des ist so viel wert.“ (B4_m)

Die finanzielle Absicherung durch das UGP wurde auch in anderen Interviews lobend erwähnt, jedoch wurden beim Thema Erfolgsfaktoren vor allem auch die persönliche Beratung durch das UGP, als auch das Kursangebot hervorgehoben:

„[I]ch hab bei jedem Workshop was mitgenommen ... Hinweise, Ideen, Überlegungen äh Unterlagen und, und, und. Also, rundum gut.“ (B2_m)

„Auf jeden Fall das Unternehmergründerprogramm vom AMS. Also das war eine super Hilfe. Da ist man auch relativ frei, also da wird man nicht ... zu irgendwelchen Kursen gezwungen, sondern man kann sich die, die Workshops auch aussuchen, wo man denkt, da hat man noch Nachholbedarf.“ (B20_w)

„[B]ei manchen Belangen, also bei Marketing-Belangen hat mir eben der UGP-Workshop Marketing sehr geholfen, also den kann ich wirklich jedem empfehlen.“ (B1_w)

Wie man diesen Zitaten entnehmen kann, wurde das Angebot an Workshops sehr positiv aufgefasst, insbesondere die Flexibilität des Programms. Doch auch die Einzelberatung durch das UGP bzw. den Consulting-Institutionen ÖSB und bit wurden geschätzt:

„Also grundsätzlich, die größte Hilfe war natürlich äh das Beraten des ÖSB-Consultings. Also äh das war natürlich sehr, sehr hilfreich mit Tipps, alleine schon zur Gründung selbst, wie man etwas angeht.“ (B9_w)

Abgesehen von den inhaltlichen Hilfen für die GründerInnen, was von einigen Befragten auch auf Nachfrage als positiv hervorgehoben wurde, wies der Befragte B2_m, der lange in einem Angestelltenverhältnis beschäftigt war, auf einen weiteren unterstützenden Aspekt durch seinen UGP-Berater hin:

„Tatsächlich der UGP-Betreuer, der schon auch wertvollen Input gegeben hat und mir da im Mindset schon geholfen hat, muss ich schon sagen. [...] Ich glaube, das Wesentlichste war für mich, und da hat der Betreuer sicher eine Rolle gespielt, einfach sich auch als Unternehmer zu fühlen.“ (B2_m)

In diesem Zitat wird deutlich, dass das UGP nicht nur rein inhaltlich und finanziell positive Auswirkungen auf den Gründungsprozess hatte. Auch der Aspekt der emotionalen Unterstützung schien in diesem Zusammenhang wichtig zu sein. Mehrere Personen haben explizit das Zusammentreffen und den Austausch mit anderen GründerInnen als wichtigster Faktor für einen gelingenden Gründungsprozess hervorgehoben:

„Geholfen hat mir das, Zusammentreffen mit Gleichgesinnten, also es ist, es war einfach diese äh moralische Unterstützung ganz wichtig ... äh, für mich zu sehen, dass andere dieselben, ähnliche Herausforderungen haben und aber auch ... ähm sich oft auch nicht gut dabei fühlen, ja also diese ... ähm und dieser Gemeinschaftsgeist, der daraus entsteht. Also, über das bin ich sehr dankbar, ja.“ (B14_w)

“[...] dass man auch merkt, dass es ... anderen genau so geht [...] weiß net, ich hab teilweise das Gefühl gehabt ...ich tret bei manchen Sachen immer nur auf der Stelle was, zum Beispiel, die Website anbelangt oder was Visitenkarten anbelangt ...und dann halt das Gefühl zu haben, dass es Anderen genau so geht, das tut dann schon auch gut.“ (B7_w)

„Dass man vor allem, wenn man die Seminare oder Trainings besucht ähm ((ja)) sehr viele andere Leute kennenlernt, die in derselben Phase sind. Ich glaub das ist eins, der spannendsten und äh das haben auch viele ... mir auch viele gesagt, dass das eins der spannendsten oder eigentlich ... besten Mehrwert oder bester Mehrwert ist an dem ganzen Programm.“ (B11_m)

Eine Befragte, die im Bereich Buchhaltung selbstständig ist, verwies in diesem Zusammenhang darauf, dass sie in den Workshops des UGPs auch die Möglichkeit sah, neue KundInnen zu gewinnen:

„[...] die dort diese Kurse belegen, sind ja meine Kunden ((ah, ja, jetzt versteh ich)) [lacht]. Das heißt, ich hab dort schon erst einmal Visitenkarten austeilen können.

Eine Kundin hab ich auch bei sowas, bei so einem UGP-Workshop bekommen.“

(B1_w)

Bei anderen Befragten schien das Gewinnen von KundInnen nicht im Zentrum zu stehen, sondern der Austausch bzw. der soziale Aspekt des Zusammentreffens generell, wie die Zitate oben bereits zeigten:

„Es hat sich so ein ... Frauenpower-Netzwerk ergeben, wo man nur austauscht und sagt "hey, wie geht's dir grad in der Selbstständigkeit?" Und das ist voll viel wert finde ich, ja.“ (B10_w)

Mehrere weibliche Befragte machten in diesem Zusammenhang auch auf den Geschlechter-Aspekt beim Gründen bzw. beim Netzwerken aufmerksam:

„Das was immer wichtig war, sind Netzwerkveranstaltung jeglicher Form. Also es gibt von der WKO, wenn man jetzt schon gegründet hat, von der WKO gibt es ja unterschiedlichste Formate, für Frauen zum Beispiel das Impulsfrühstück, wo äh thematisch gearbeitet wird, wo sich auch Arbeitsgruppen daraus ergeben, wo ich demnächst reingehen werde.“ (B16_w)

Diese Befragte, die sich als Unternehmensberaterin selbstständig machte, wies in ihrem Fall darauf hin, dass sie in ihrem Bekanntenkreis besonders von Frauen darin bestärkt wurde, ihre Gründungsidee umzusetzen. Auch bei einer anderen Befragten schien der Zusammenhalt mit anderen Frauen wichtig, wobei sie auch auf das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf einging:

“[A]uch das Gefühl [...] irgendwie ich kenn das nicht so, wie ich bin, ne? Ich bin normalerweise recht selbstbewusst und ...in diesem Gründungsding waren dann auf einmal so Selbstbewusstseinslöcher immer wieder unerwartet [...] ich bin auch recht zielstrebig normalerweise und dann war das total ungewohnt einfach, dass man [...] an manchen Tagen sich fragt ...was mach ich hier eigentlich, ja? Und ich weiß jetzt gar nicht, ob das bei Männern so viel anders ist, aber [...] es war damals super, dass alle anderen Frauen gesagt haben, 'ah, des kenn ich auch' [...] ich glaub, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie für Frauen viel ...tragender ist oft nochmal, als für Männer.“ (B5_w)

Daher betonte sie auch die Wichtigkeit von Workshops nur für Frauen:

“Na, diese Stärken-stärken-Workshops sind nur für Frauen [...] Das fand ich eigentlich super [...] ich hab das Gefühl, dass sich da oft eine andere Dynamik ...ergeben kann, die sehr stärkend sein kann, ja, der [...] Workshop ist der Einzige, bei dem sich

die Frauen noch immer regelmäßig treffen und unterstützen und Infos zuschicken und so.“ (B5)

Wie die letzten Zitate zeigten, schien eine spezielle Förderung von Frauennetzwerken mehreren Befragten ein wichtiges Anliegen zu sein. Bei den institutionellen Rahmenbedingungen gilt es zudem den Gründerservice der Wirtschaftskammer zu erwähnen, der von einigen Befragten neben dem UGP als sehr hilfreiche Anlaufstelle für eine Unternehmensgründung angesehen wurde. Programme, wie das UGP oder der Gründerservice, wurden als eine Quelle von *bridging social capital* angesehen. Bei *bridging social capital* ist davon auszugehen, dass dies insbesondere dazu dienen kann neue Informationen zu beschaffen, die im engeren sozialen Umfeld nicht verfügbar sind (Davidsson und Honig 2003). In diesem Zusammenhang wäre das zum Beispiel unternehmerisches oder branchenspezifisches Wissen, was durch das UGP vermittelt werden könnte. Interessant hierbei ist, dass viele der Befragte nicht nur die Wissensvermittlung durch den Berater oder die Kurse als positiv hervorhoben, sondern auch den Aspekt der emotionalen Unterstützung durch die neuen Kontakte. Davidsson und Honig (2003:323) arbeiteten in ihrer quantitativen Studie heraus, dass Programme für UnternehmensgründerInnen keinen klaren Einfluss auf die Dauer des Gründungsprozess oder den messbaren, ökonomischen Erfolg eines neuen Unternehmens hatten. Mit diesem qualitativen Ansatz konnte nun gezeigt werden, dass das Zusammentreffen mit anderen GründerInnen durch das UGP von den Befragten zu meist als sehr bereichernd und ermutigend erlebt wurde.

Andere Netzwerke für den beruflichen Austausch

Abgesehen von der Unterstützung durch Institutionen und neue soziale Kontakte, die über eben diese zu Stande kamen, waren auch andere Netzwerke für den Austausch wichtig, was von fünf Befragten als wesentlichster positiver Faktor bei der Gründung angegeben wurde. Zum Beispiel wurde das bestehende berufliche Netzwerk, also Kontakte zu Personen, die noch aus einem ehemaligen Arbeitsverhältnis stammen, genannt:

„Es gibt halt eben viele Leute, die wissen, dass es ihn [den Ausbilder] gibt und ihn anrufen: Können Sie mir das machen? Und er leitet mich dann halt weiter.“ (B19_w)

Diese Befragte aus dem Bereich Kunsthandwerk verwies hier als wichtigster Erfolgsfaktor auf ihren ehemaligen Ausbilder, der sich momentan aus dem Geschäft zurückzieht und ihr Aufträge weiterleitet.

Eine weitere Befragte, eine Unternehmensberaterin, berichtet ebenfalls von einem großen Netzwerk, das von ihr bereits während der Anstellung zuvor aufgebaut wurde und was ihr jetzt von Nutzen ist:

„Und ich hab in den elf, zwölf, elf Jahren äh Angestellter, Angestelltendasein sehr viele Menschen kennengelernt durch meine Tätigkeit im Eventmanagement und Projektmanagement und dann halt Innovation nachher, ähm, also ich hab das Netzwerk, das über diese Kollegenschaften und Kunden gekommen ist immer sehr gepflegt. ((okay)) Und dadurch ist es jetzt relativ leicht, dass man, dass man irgendwie Schritt für Schritt sich auch in unterschiedlichsten Kooperationsecken oder eben solchen Themen wie ich brauch Kompetenzen voran handeln kann, ja.“ (B15_w)

Der im Folgenden zitierte Befragte bietet Sprachdienstleistungen an, wobei in dieser Branche das berufliche Netzwerk ausschlaggebend schien, vor allem um neue KundInnen zu finden.

„Weil, eben ganz am Anfang, wenn man davon leben muss, braucht man halt eine gewisse Anzahl an Aufträgen und in meiner Branche kommen die meistens von Kollegen.“ (B18_m)

Bei anderen GründerInnen, insbesondere jenen, die im Bereich Coaching tätig sind, waren insbesondere soziale Medien, wie Facebook und andere Online-Plattformen, zentral:

“Damals, was mir am meisten geholfen hat ...Social Media, Facebook-Gruppen, Masterminds [...] Leute eben, die sich dann unterstützen durch [...] ein gesundes Mindset oder äh eben Start-Up ähm Community [...] Also, das hat mir super geholfen, weil [...] ich bin äh so gesehen sehr international und [...] in Wien hab ich sowas nicht gefunden.“ (B3_w)

Die Befragte B3_w betonte im Gespräch besonders die Bedeutung der sozialen Medien und der dortigen virtuellen Start-Up-Community, woher sie nicht nur KundInnen, sondern auch die meiste emotionale Unterstützung für ihre Unternehmensgründung bekam. Damit war sie unter den Befragten nicht allein, auch B10_w, die in derselben Branche tätig ist, berichtete von der Bedeutung von Sozialen Medien für die Kundengewinnung.

Ein weiterer Befragter, der im Bereich IT-Beratung tätig ist, betonte ebenfalls die Relevanz des beruflichen Netzwerks, wobei er auch auf Überschneidungen zwischen beruflichem Netzwerk und Freundschaften aufmerksam macht:

„Da gibt es natürlich schon Überschneidungen auch in Graubereichen, ja. Also (3) Also zum Beispiel der Kunde, für den ich jetzt tätig bin, äh die Ex-Kollegin, mit der ich jetzt auch zusammenarbeite, die kenne ich halt schon ... zehn Jahre und wir haben sehr gut zusammengearbeitet und inzwischen kennen wir uns ganz einfach

auch privat. ((okay)) Also, das heißt, aus der, aus der Zusammenarbeit ist auch Freundschaft geworden.“ (B17_m)

Es wurde deutlich, dass das berufliche Netzwerk bzw. insbesondere Kontakte aus vergangenen Angestelltenverhältnissen von den Befragten auch für das Gewinnen von neuen KundInnen genutzt wurde.

Bonding Social Capital: Familie, FreundInnen, PartnerIn

Die Trennung zwischen beruflichen Kontakten und (privaten) FreundInnen und Bekannten ist nicht immer eindeutig. Die Ergebnisse von Davidsson und Honig (2003) deuten jedoch darauf hin, dass es das engere soziale Umfeld ist, das eine emotionale Stütze im Gründungsprozess darstellt.

Ein Befragter, der sich als Handwerker selbstständig gemacht hatte, hob die Bedeutung seiner „Community“ hervor (B8_m): Zum einen erwähnt er die finanzielle Unterstützung durch seine Familie, aber auch die Großmutter, die für ihn nach einer langen Arbeitswoche kocht. Über seine Freunde sagte er:

„Ich hab ...viele Freunde, die mir sehr viel helfen. Also, es ist bei Weitem kein Einzelunternehmen, sondern ich krieg Hilfe von allen Seiten“. (B8_m)

Diese unterstützen ihn nicht nur emotional, sondern auch fachlich: Ein Freund designte die Webseite, ein anderer unterstützte ihn beim Einrichten eines speziellen Computerprogramms zum Entwerfen und Zeichnen. Zudem haben „alle die Ohren offen“ und geben seinen Kontakt an potentielle Kunden weiter (B8_m).

Eine weitere Befragte erzählte von der „Sicherheit von meinem persönlichen Umfeld“ (B15_w), die für sie den wichtigsten Erfolgsfaktor darstellte. Dazu zählten bei ihr Partner und Familie, aber auch Freunde, die hinter ihrer Idee standen und sie somit mental bestärkten. Sie erwähnt auch ihren Geschäftspartner, ohne den sie nicht in die Selbstständigkeit gegangen wäre.

Ein weiteres Beispiel für Unterstützung durch die Familie auf verschiedenen Ebenen kam von einer Befragten, die als Buchhalterin ein Unternehmen gründete:

“Meine jüngste Tochter war damals 3, wenn ich keine Betreuung hab für sie kann ich nicht lernen oder den Kurs besuchen, also der Kindergarten hat funktioniert, [...] die Omas haben funktioniert, mein Mann hat funktioniert, die Kinder waren wenig krank. Das sind halt super Vorzeichen, ja, dass man das durchzieht.“ (B1_w)

Diese Befragte nannten dies zwar nicht als wichtigsten Erfolgsfaktor, vielmehr erschien es für sie als eine Grundvoraussetzung für eine gelingende Unternehmensgründung.

Die Familie spielte wie im oben erwähnten Fall bei weiteren Befragten, insbesondere als finanzielle Unterstützung eine große Rolle:

„Das Selbstvertrauen, in meine Fähigkeiten und meine Freundin, als unterstützender Part, mein Vater, der finanziell hinter mir steht ... Gott sei Dank. ... Ich mein, ich hab jetzt ca. 20.000 Euro Schulden bei ihm.“ (B12_m)

Ein weiterer Befragter, der sich als Gastronom selbstständig machte, erzählte zum Thema Unsicherheiten, die das Unternehmertum mit sich bringt:

„Ja, für mich äh ist voll okay. Aber, ich glaube, auch mit dem Wissen, dass ich ...halt das Glück hab, dass ich auch finanziell irgendwo ...nie auf der Straße landen werd. Schon allein auch durch den familiären Hintergrund ((mhm)) (2) und des ...ist glaub ich das Entscheidende bei ganz vielen Leuten, ob sie gründen können oder nicht ...und da haben wir halt Glück ((ja)) [lacht]“ (B4_m)

Auch der oder die PartnerIn spielte oft eine große Rolle für die finanzielle Absicherung bei der Unternehmensgründung, wobei das von den Befragten meist nicht als ausschlaggebender Erfolgsfaktor gesehen wurde. B14_w, die mit ihrem Unternehmen u.a. Meditationen anbietet, erzählte, dass ihr Partner sie zwar weniger inhaltlich, jedoch finanziell unterstützt:

„Aber, aber was schon da ist, ist ein gewisses finanzielles Backup und dass das wir gemeinsam da tragen können, ja.“ (B14_w)

Auch B17_m, ein IT-Berater, berichtete, dass seine Partnerin durch ihre Berufstätigkeit ein „Sicherheitsnetz“ sei, um die Familie finanziell abzusichern. Abgesehen davon erwähnt der Befragte zudem seinen Vater, der ihn fachlich beim Thema Steuern berät, da dieser in dem Bereich selbstständig war.

Die als Künstlerin selbstständige B13_w betonte den Aspekt des ökonomischen Kapitals besonders und verwies dabei auf den „Golden Handshake“, den sie bei der Kündigung bei dem großen Unternehmen bekam, wo sie zuvor viele Jahre eine Führungsposition innehatte:

„Ein finanzielles Netz, ((ja)) viel wichtiger, als ein Netzwerk. Geld. Ohne Geld, geht nichts. [...] In dem Moment, wo man für sein Leben selbst verantwortlich ist, geht's ohne Geld überhaupt nicht, ja und ab dem Zeitpunkt heißt es, ohne Geld braucht man nicht einmal nachzudenken, ob man selbstständig sein will.“ (B13_w)

Neben der finanziellen Absicherung, die von einigen Befragten eher auf Nachfrage thematisiert wurde, war die emotionale Unterstützung durch Angehörige bei der Mehrheit der Befragten gegeben. Ein Beispiel spezifisch für die Bedeutung der mentalen Unterstützung durch den Partner liefert B5_w, die im Bereich Kunsthandwerk selbstständig ist:

„[D]as weiß ich sehr zu schätzen und auch, dass er's gut findet, dass ich das mach und mich ...sozusagen da emotional auch unterstützt.“ (B5_w)

Die Befragte berichtete in diesem Zusammenhang, dass ihr Partner ebenfalls selbstständig sei und an den sie sich bei unternehmerischen Fragen auch wenden könne. Es wurde deutlich, dass der Familie und PartnerIn bei den Befragten nicht nur die Rolle der mental Unterstützenden zukam, sondern oft auch finanzielle oder fachliche Hilfe lieferten.

Auch FreundInnen und Bekannte wurden nicht nur als emotionale Hilfe gesehen, sondern boten große fachliche Unterstützung. Beispiele für inhaltliche oder unternehmerische Unterstützung durch Freunde wären folgende:

„Ich hab mein/ unser Steuerberater ist ein Schulfreund von mir und das ist unfassbar viel wert, dass er uns zum Beispiel jetzt alles/ äh nichts verlangt, so lang wir net g'scheit verdienen, irgendwie und für alle möglichen administrativen Sachen halt Ansprechpartner ist ...auch übers Steuerliche hinaus ...also mehr oder weniger eine Art Unternehmensberater für uns ist.“ (B4_m)

“[W]ir haben auch das Glück gehabt, dass [...] unsere Freunde, zum Beispiel, in diesem Umbauprozess, der halt ...aufwändiger war, als erwartet, extrem viel geholfen haben [...] und des es voll schön war, halt dass so viel Leute in deinem Umfeld da sind, die [...] net nur jetzt helfen, weil du sie bittest, sondern voll Freude dran haben, dass sie Teil von dem ...sein können.“ (B4_m)

„Ich hatte Rechtsbeistand, die meinen Gesellschaftsvertrag geschrieben hat ... kostenlos, also, eine Freundin und das hat halt wesentlich Kosten gespart ... als wenn ich jetzt eine Rechtsanwaltskanzlei beauftragen müsste, um mir so einen nullacht-fünfzehn Gesellschaftsvertrag zu schreiben.“ (B6_m)

Der Befragte B6_m kannte zudem seine Geschäftspartnerin, die das naturwissenschaftliche Wissen mitbrachte aus seinem Heimatdorf, weil sie die Schwester einer Freundin war.

Diese Beispiele zeigen, was sich in der Theorie in den Konzepten von Solidarität und Reziprozität innerhalb von geschlossenen sozialen Strukturen widerspiegelt (u.a. Coleman 1988; Gedajlovic u. a.

2013; Portes 1998): Das soziale Umfeld zeigt sich solidarisch mit den GründerInnen und leistet direkte praktische Hilfe, zum Beispiel beim Umbau des Ladenlokals oder in Form von Steuerberatung. Auch die finanzielle Unterstützung oder Absicherung durch Familie und/oder PartnerIn, die bei einigen Befragten doch eine große Rolle spielte, deutet in diese Richtung.

Hemmnisse/Negative Effekte durch bonding social capital

Während die Hemmnisse durch *bridging social capital*, also insbesondere die Herausforderungen, die durch die institutionellen Rahmenbedingungen entstanden, bereits in Kapitel *Formale Herausforderungen & Institutionelle Rahmenbedingungen* diskutiert wurden, wurden die negativen Aspekte im Zusammenhang mit *bonding social capital* nicht direkt als größte Herausforderung genannt, sondern vielmehr nur angedeutet. So gab es jedoch mehrere Befragte, die durchblicken ließen, dass FreundInnen bzw. teilweise auch die Familie die Idee der Gründung nicht nachvollziehen konnten oder gar kritisch gegenüberstanden.

Zum Beispiel erzählte B19_w von der Trennung vom Lebenspartner und erwähnt, dass er nicht sehr unterstützend gewesen sei, was ihren Plan der Selbstständigkeit anbelangt. Weiter sagt sie:

„Viel moralische Unterstützung. [lacht] Aus dem Umfeld, also das ist das Wichtigste. [lacht] Niemand, der sagt: Das wird nix, vergiss es!“ (B19_w)

B6_m berichtete davon, dass seine Familie, insbesondere seine Mutter von einer Selbstständigkeit abgeraten hatte:

„Na, ob ich schon sicher bin, dass ich das machen will und mit so [...] und so ein Zeug, echt? Kann man damit Geld verdienen? Glaubst du das wirklich? Also, willst du nicht gescheit ein normales Angestelltenverhältnis haben und so ((ja)) und ...dass es ruhiger ist und alles und nicht so viel Sorgen machen musst und so.“ (B6_m)

Auch die Befragte, die als Life Coach tätig ist, erzählt von ihrem kritischen sozialen Umfeld:

„Die holen dich da eher wieder runter, sagen "hey, das ist nicht möglich, wie stellst dir das vor?" Aber du weißt ganz genau, dass es möglich ist. Das heißt distanzieren das so ein bisschen, was erzähle ich, wem erzähle ich was und wer ... wer kann damit was anfangen.“ (B10_w)

Interessant war, dass eine Befragte darauf aufmerksam machte, dass sie bei ihrem privaten sozialen Umfeld eher auf Skepsis gestoßen war, weshalb sie die emotionale Unterstützung durch soziale Kontakte im Unternehmensgründungsprogramm besonders schätzte:

„Es ist ein super Umfeld, weil da einfach dieser Gründungsspirit da ist. [...] [Das UGP] ist immer so was Motivierendes im Vergleich zu/ dann weiß ich nicht, Freunden die dann sagen: ja, hast du dir das gut überlegt, das ist doch/ was ist denn, wenn das nicht funktioniert, das ist ja voll krass und so/ und mach doch lieber erstmal was Anderes so.“ (B16_w)

Eine weitere Befragte machte in diesem Zusammenhang ebenfalls darauf aufmerksam, dass FreundInnen die Situation als GründerIn nicht unbedingt nachvollziehen können, da sich diese in einer anderen Lebenssituation befinden.

„Das Netzwerk auch ...andere Gründerinnen mit denen man sich austauschen kann, weil ...eben im Freundeskreis sind schon viele angestellt oder/ sozusagen kennen nicht dieselbe Prob/ oder haben sich vor 10 Jahren oder 20 Jahren selbständig gemacht und wissen auch nicht mehr sozusagen, was es ...heißt, so im Gesamten, sich selbständig zu machen.“ (B5_w)

Im weiteren Verlauf wird deutlich, dass sie den Großteil ihrer FreundInnen als unterstützend empfand, aber ihr von zwei Freundinnen auch Gefühle von Neid oder Missgunst entgegenschlugen.

Abschließend kann gesagt werden, dass sich bei den 20 Befragten in Bezug auf den Einfluss von *bonding social capital* auf den Gründungsprozess ein sehr differenziertes Bild abzeichnete. Während für einige die emotionale oder die finanzielle Unterstützung durch Familie, PartnerIn oder FreundInnen wichtig war, wurde auch von der praktischen Unterstützung berichtet. Zum Beispiel wurde, wie oben in den Zitaten beschrieben, auch Expertenwissen zum Thema Recht, Steuern oder Webdesign durch FreundInnen erbracht. Auch die Unterstützung durch Familienangehörige bei der Kinderbetreuung, durch FreundInnen beim Umbau des Ladenlokals oder Fahrdienste trugen zum Erfolg der Gründung bei, auch wenn diese nicht als ausschlaggebende Faktoren genannt wurden. Wie die Studie von Davidsson und Honig (2003) bereits zeigte, war auch die mentale Unterstützung bei vielen der hier Befragten ein wichtiger Punkt, der oft dem engeren sozialen Umfeld zuzuschreiben war – jedoch nicht so eindeutig: einige berichteten auch von Skepsis und Kritik von Angehörigen und FreundInnen bezüglich der Gründungsidee und erhielten über *bridging social capital*, also entferntere soziale Kontakte, zum Beispiel durch das UGP, mehr mentale Unterstützung.

Individuelle, persönlichkeitscharakteristische Faktoren

Abgesehen von sozialem Kapital, sei es in Form von beruflichen Netzwerken, Unterstützung durch institutionelle Programme, wie das UGP oder der Hilfe des engeren sozialen Umfelds, nannten mehrere

Befragte etwas Anderes als ausschlaggebenden Erfolgsfaktor: Die eigenen individuellen, persönlichkeitsabhängigen Voraussetzungen.

Als wichtigster Erfolgsfaktor, neben der Unterstützung durch Familie und PartnerIn, nannte ein Befragter im Bereich Kunsthandwerk:

„[D]as ... Selbstvertrauen, in meine Fähigkeiten.“ (B12_m)

Weitere Befragte verwiesen insbesondere auf ihre Erfahrungen bzw. die Ausbildung, durch die sie sich befähigt fühlen den Gründungsprozess anzugehen:

„[U]nd dann definitiv meine Erfahrung in der Berufswelt ((ja)) also, dass ich mich auch sicher gefühlt hab, in dem was ich tue. Auch wenn ich seit ungefähr anderthalb Jahren jetzt "out of the comfort zone" bin, [lacht] das muss man auch sagen. Aber grundsätzlich die Basis und das, die, der Glaube daran etwas verändern zu können, das äh war, war definitiv aufgrund meiner Erfahrung und dem was ich schon kennengelernt habe in den elf Jahren davor.“ (B15_w)

„Also, eigentlich hat mir da bei der Gründung an sich, hat mir halt die wirtschaftliche Ausbildung geholfen, weil ich gewusst habe/ ich hab halt gewusst, wie eine Gründung funktioniert ((mhm)), was ich da machen muss, was ich haben muss ...und wie da/ wie das abläuft mehr oder weniger.“ (B6_m)

Die meisten der hier Befragten erwähnten zudem weitere Einflussfaktoren, wie zum Beispiel das berufliche Netzwerk oder das soziale Umfeld. Eine Befragte jedoch, die als Künstlerin ein Unternehmen gründete, gab auf die Frage, welche anderen Aspekte es gab, abgesehen von ihrer Ausbildung, die sich positiv auf den Gründungsprozess auswirkten:

„Keine. Ich würde sagen keine. ((okay)) Äh sicher meine Positionierung und und ähm ... also die Qualifikation, das Wissen, äh ... die ... das ... die Erfahrungen auch mit, mit den Strukturen innerhalb von großen Konzernen und ... und, und, und, äh (2) innerhalb, der Gesellschaft auch die Verbindungen, die sich da ganz massiv auf unser Selbst auswirken, das hat sicher dazu geführt, dass ... ich persönlich äh ... auch so wahrgenommen worden bin, dass ich, dass ich es ernst meine, ja. Und dass man nicht denkt, ja was macht die denn da, ja. (ja)) Ähm (3) also allen die ... nicht so eine taffe, sagen wir so, Vision ihrer, ihrer selbst den anderen generieren können, würde ich raten nicht unbedingt so innovative Sachen äh vorzuhaben, weil, also das ein absoluter Gegenpol ist, ja.“ (B13_w)

Diese Zitate können mit den im Theorieteil diskutierten Konzepten in Verbindung gebracht werden, bei denen deutlich wurde, dass Selbstvertrauen und Selbstwirksamkeit als unternehmerische Persönlichkeitszüge eine große Rolle spielen (Bandura 1997; Shane u. a. 2003).

Auch das Thema der Selbstverwirklichung als treibende Kraft für die Selbstständigkeit zeigte sich klar bei einer Befragten, die als Buchhalterin ein Unternehmen gründete:

„Also, der Treiber ist ähm wenn man selbständig werden will, dieser Drang zur Selbstverwirklichung, das ähm ((mhm)) hast du jeden Tag, ja?“ (B1_w)

„[A]ber ich glaube nicht, dass wenn ich jetzt sage, ich weiß nicht, was ich machen soll, und jetzt einmal zum AMS geh ... dass das so nicht läuft. Weil im Endeffekt musst du schon wissen, was du willst ((mhm)). Und wenn du es willst, dann schaffst du's auch, wie auch immer ((mhm)). Und wenn man eben versucht, alle Möglichkeiten bestmöglich auszuschöpfen, dann funktioniert das auch, und das war bei mir so...“ (B1_w)

Im zweiten Zitat scheint zudem das Konzept der Kontrollüberzeugungen durch, bei dem in diesem Zusammenhang davon ausgegangen werden kann, dass UnternehmerInnen eher den Ort der Kontrolle bei sich sehen, also den eigenen Einfluss auf den Ausgang einer Situation größer einschätzen als andere Personen. Abschließend kann gesagt werden, dass emotionale Aspekte, wie Selbstvertrauen, auch bei den hier befragten GründerInnen eine große Rolle spielte und durchaus als Erfolgsfaktoren angesehen wurden. Jedoch stellte fehlendes Selbstvertrauen oder Unsicherheit, die die Situation einer Neugründung mit sich bringen kann, für einige Befragte auch eine Herausforderung dar – und somit die Kehrseite der Medaille.

Fazit

Zusammenfassend ergibt sich in Bezug auf die Erfolgsfaktoren für Unternehmensgründungen ein heterogenes Bild. Wie erwartet spielte Sozialkapital eine wichtige Rolle für die befragten UnternehmerInnen. Das engere soziale Umfeld, wie Familie, FreundInnen und PartnerIn bot für viele eine finanzielle sowie fachliche Hilfe. Dieses so genannte *bonding social capital* stellte für viele eine wichtige Ressource für die emotionale Unterstützung der UnternehmensgründerInnen dar, obwohl es hier auch Aussagen gab, die dieser These entgegenstehen: Mehrere Befragte berichteten von Unverständnis für ihre Pläne der Selbstständigkeit von Seiten der Familie, der PartnerIn oder FreundInnen. Für das *bridging social capital* wurde deutlich, dass die Befragten die Unterstützung durch das UGP sehr schätzten. Dabei bezog sich die Unterstützung hier nicht nur auf das Fachliche, sondern auch auf das Emotionale, wobei

insbesondere der Austausch mit anderen GründerInnen, hervorgehoben wurde. Generell waren emotionale Aspekte, wie Vertrauen in sich selbst und die Gründungsidee, aber auch Unsicherheiten, ein wiederkehrendes Thema. Insbesondere mit den Ungewissheiten, die eine Unternehmensgründung mit sich bringt, (alleine) fertig zu werden schien für einige der Befragten eine große Herausforderung zu sein. Konkrete Schwierigkeiten im Gründungsprozess waren für einige GründerInnen formaler Natur, wie zum Beispiel Unklarheiten, was den Ablauf gewisser Schritte im Gründungsprozess anbelangte oder der Nachweis praktischer Erfahrung bzw. von Bildungsabschlüssen. Was unternehmerische Herausforderungen betrifft, wurde die Gewinnung von KundInnen am häufigsten angesprochen. Problematisiert wurden in diesem Zusammenhang auch die Rahmenbedingungen, wobei wenig zwischen verschiedenen Institutionen und Organisation differenziert wird. Aus der subjektiven Perspektive des/der einzelnen Gründers/Gründerin verschwimmen Regeln und Institutionen zu einem amorphen, Unsicherheit erzeugenden Ganzen, dem er/sie gegenüber steht.

Abschließend lässt sich zudem sagen, dass es sich bei den Befragten größtenteils um hochqualifizierte Personen handelte, die sich nach Oesch's Klassifikation (2007) mehrheitlich in die Gruppen der ManagerInnen und sozio-kulturellen sowie technischen ExpertInnen einordnen ließen.

Die Hypothese der *necessity entrepreneurs*, die aus der Not oder Mangel an Alternativen ein Unternehmen gründen, scheint bei den hier Befragten nicht zuzutreffen. Fehlendes Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und die Gründungsidee, wie bei den *nons-entrepreneurs*, war ebenfalls nicht festzustellen. Der Großteil der Befragten fiel stattdessen durch erfolgreiche Bildungs- bzw. Berufskarrieren auf und kam für eine berufliche Neuorientierung zum UGP, oder aber um sich den schon länger währenden Traum der Selbstständigkeit zu erfüllen. Inwieweit das arbeitsmarktpolitische Ziel der Verringerung der sozialen Exklusion durch die Förderung von Unternehmensgründungen durch das UGP erreicht wird, kann aufgrund der begrenzten Datenlage dieser qualitativen Studie nicht abschließend beantwortet werden. Die Analyse der sozioökonomischen Hintergründe der 20 TeilnehmerInnen deutet, abgesehen von der knappen weiblichen Mehrheit, eher auf ein Sample mit ‚klassischen‘ UnternehmerInnen hin als auf am Arbeitsmarkt benachteiligte Personen. Gründe dafür können vielfältig sein: Entweder waren bildungsferne und/oder sozioökonomisch schlechter gestellte Personen, die aus der Arbeitslosigkeit ein Unternehmen gründen, weniger für die Teilnahme an der Studie zu gewinnen, oder aber sie sind im Unternehmensgründungsprogramm generell unterrepräsentiert. Aufschluss darüber könnte eine breitere quantitative Analyse auf Basis einer repräsentativen Stichprobe zum sozioökonomischen Hintergrund sowie zu Motivationen der TeilnehmerInnen des UGP geben.

Literaturverzeichnis

- Adler, Paul S. und Seok-Woo Kwon. 2002. „Social capital: Prospects for a new concept“. *Academy of management review* 27(1):17–40.
- Amit, Raphael und Eitan Muller. 1995. „“Push” and “pull” entrepreneurship“. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 12(4):64–80.
- Andersson, Pernilla und Eskil Wadensjö. 2007. „Do the unemployed become successful entrepreneurs?“ *International Journal of Manpower* 28(7):604–26.
- Bandura, Albert. 1997. *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Block, Joern H. und Marcus Wagner. 2010. „Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials“. *Schmalenbach Business Review* 62(2):154–74.
- Bourdieu, Pierre. 1997. *Die verborgenen Mechanismen der Macht*. Unveränd. Nachdr. d. Erstaufl.. Hamburg: VSA-Verl.
- Caliendo, Marco, Jens Hogenacker, Steffen Künn, und Frank Wießner. 2015. „Subsidized start-ups out of unemployment: a comparison to regular business start-ups“. *Small Business Economics* 45(1):165–90.
- Caliendo, Marco und Alexander S. Kritikos. 2010. „Start-ups by the unemployed: characteristics, survival and direct employment effects“. *Small Business Economics* 35(1):71–92.
- Coleman, James S. 1988. „Social capital in the creation of human capital“. *American journal of sociology* 94:95–120.
- Davidsson, Per und Benson Honig. 2003. „The role of social and human capital among nascent entrepreneurs“. *Journal of business venturing* 18(3):301–31.
- Dawson, Christopher und Andrew Henley. 2012. „“Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction?“ *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 18(6):697–719.
- De Carolis, Donna Marie und Patrick Saporito. 2006. „Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework“. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30(1):41–56.
- Dvouletý, Ondřej, Monika Mühlböck, Julia Warmuth, und Bernhard Kittel. 2018. „‘Scarred’ young entrepreneurs. Exploring young adults’ transition from former unemployment to self-employment“. *Journal of Youth Studies* 21(9):1159–81.
- Ferreira, Joao J., Mário L. Raposo, Ricardo Gouveia Rodrigues, Anabela Dinis, und Arminda do Paço. 2012. „A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches“. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 19(3):424–40.
- Gedajlovic, Eric, Benson Honig, Curt B. Moore, G. Tyge Payne, und Mike Wright. 2013. *Social capital and entrepreneurship: A schema and research agenda*. Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Granovetter, Mark S. 1977. „The strength of weak ties“. S. 347–67 in *Social networks*. Elsevier.

- Haas, M. 2013. „Necessity Entrepreneurship: Individual, Environmental and Public Policy-Related Factors Influencing the Process of Opportunity Exploitation under Unfavorable Circumstances“. Dissertation.
- Kirkwood, Jodyanne. 2009. „Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship“. *Gender in Management: An International Journal* 24(5):346–64.
- Koellinger, Philipp, Maria Minniti, und Christian Schade. 2007. „I think I can, I think I can“: Overconfidence and entrepreneurial behavior“. *Journal of economic psychology* 28(4):502–27.
- Mayring, Philipp. 2001. „Combination and integration of qualitative and quantitative analysis“. in *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*. Bd. 2.
- Mayring, Philipp. 2010. „Qualitative inhaltsanalyse“. S. 601–13 in *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*. Springer.
- McClelland, Emma, Janine Swail, Jim Bell, und Patrick Ibbotson. 2005. „Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation“. *International journal of entrepreneurial behavior & research* 11(2):84–107.
- Mühlböck, Monika, Julia-Rita Warmuth, Marian Holienka, und Bernhard Kittel. 2018. „Desperate entrepreneurs: no opportunities, no skills“. *International Entrepreneurship and Management Journal* 14(4):975–97.
- Oesch, Daniel. 2007. „Soziale Schichtung in der Schweiz und in Deutschland. Zur Analyse der Klassenstruktur von Dienstleistungsgesellschaften“. *Widerspruch* 52:59–74.
- Portes, Alejandro. 1998. „Social capital: Its origins and applications in modern sociology“. *Annual review of sociology* 24(1):1–24.
- Reynolds, Paul D., William D. Bygrave, und Erko Autio. 2003. *Global entrepreneurship monitor: 2003 executive report*. Babson College.
- Sagie, Abraham und Dov Elizur. 1999. „Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis“. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior* 20(3):375–87.
- Shane, Scott, Edwin A. Locke, und Christopher J. Collins. 2003. „Entrepreneurial motivation“. *Human resource management review* 13(2):257–79.
- van der Zwan, Peter, Roy Thurik, Ingrid Verheul, und Jolanda Hessels. 2016. „Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs“. *Eurasian Business Review* 6(3):273–95.