

4.2 Die Beratung von Existenzgründerinnen und Existenzgründern – Analyse der online geführten ExpertInneninterviews (Christine Borryss)²⁹

4.2.1 Einleitung

Von der aktuellen Bedeutung der Gründungsberatung zeugt eine Vielzahl der zum Teil durch Bund und Länder geförderten Projekte und Institutionen zur Unterstützung und Förderung von GründerInnen. „Beste Bewertung für Deutschland bei der öffentlichen Förderinfrastruktur“ (Sternberg/Lückgen 2005: 26), heißt es im Global Entrepreneurship Monitor, mitunter bedingt durch Förderungsprogramme wie Überbrückungsgeld und Ich-AGs. Darüber hinaus offerieren neuerdings Institutionen wie Industrie- und Handelskammern oder Wirtschaftsförderungsgesellschaften neben dem ‚Hauptgeschäft‘ die Beratung für zukünftige Selbstständige. Ziele dieser Angebote sind die Verbesserung des „Unternehmergeistes“ und die Steigerung der Gründungsmotivation. Jeder

²⁹ Die folgenden Forschungsergebnisse sind im Rahmen einer Diplomarbeit entstanden, die im Forschungsprojekt „Vielfalt in der Unternehmerschaft – Facetten des UnternehmerInnenbildes in Deutschland“ entstanden ist.

gründungswilligen Person soll die Möglichkeit gegeben werden, Informationsdefizite auszugleichen und Fehleinschätzungen und -entscheidungen zu vermeiden. Studien wie die des IfM Bonn bestätigen, dass sich der Bedarf an Beratung als sehr hoch erweist (Gries/May-Strobl/Paulini 1997). Die Gründungsberatung von der Orientierungs- bis zur Realisierungsphase kann einen Beitrag dazu leisten, erfolgreicher selbstständig zu werden.

Das Thema Existenzgründungsberatung ist in der Forschung vor einigen Jahren noch sehr eingeschränkt thematisiert worden. Die Beschäftigung mit diesem Feld entstammt vorwiegend der klassischen Unternehmensberatung. Hier findet man Existenzgründungsberatung als ein Tätigkeitsfeld von UnternehmensberaterInnen. Allerdings konnte noch vor den 1980er Jahren von keiner nennenswerten wissenschaftlichen Debatte über dieses Thema gesprochen werden, da der „überwiegende Teil des Schriftguts [...] vor allem eine möglichst breite Öffentlichkeitswirksamkeit im Rahmen einer Leistungsbeschreibung [intendierte]“ (Steyrer 1991: 2). Das heißt, dass anhand der Beiträge der BeraterInnenseite versucht wurde, schwerpunktmäßig Kundenwerbung zu betreiben.

Im Gegensatz zur *Unternehmensberatung* wurden Fragen zur *Existenzgründungsberatung* in der Literatur jedoch kaum berücksichtigt (vgl. Gries/May-Strobl/Paulini 1997: 5). Zwar findet man als ExistenzgründerIn eine Vielzahl von Büchern und Broschüren, die praktische Tipps und Vorschläge vermitteln; die einschlägige wissenschaftliche Literatur zum Thema ist jedoch recht dünn. Zahlreiche Untersuchungen behandeln dieses Thema lediglich am Rande anderer Untersuchungsinhalte.

Bei näherer Betrachtung der wenigen bisher vorliegenden Untersuchungen ergibt sich ein unvollständiges Bild der Existenzgründungsberatung. Es fällt auf, dass die Forschung sich hauptsächlich auf die Beratung aus KlientInnensicht beschränkt. Im Vordergrund steht überwiegend die Einschätzung der Angebotsseite durch die GründerInnen, das heißt es wird untersucht, wie Gründerpersonen Beratung wahrnehmen und wie zufrieden sie mit ihr sind.³⁰ Wenig erforscht ist demgegenüber die Existenzgründungsberatung aus AnbieterInnensicht. Dieses Forschungsdefizit nimmt das vorliegende Unterkapitel auf, indem AnbieterInnen von Gründungsberatung befragt werden. Ziel ist es, das UnternehmerInnenbild, das die Gruppe der GründungsberaterInnen prägt und demzufolge nach außen transportiert, hiermit ansatzweise zunächst explorativ herauszuarbeiten.

³⁰ Vgl. dazu insbesondere Gries/May-Strobl/Paulini 1997; Schulte 2005; Haverkamp 1999.

Durch die intensive Beschäftigung der BeraterInnen mit dem Unternehmertum gelten sie als ExpertInnen für die Untersuchung des Fremdbildes von UnternehmerInnen. Denn BeraterInnen und deren KlientInnen stehen im Gespräch in einem für den Unternehmensgründungsprozess höchst bedeutsamen Kontakt. Meist kommen Personen, die sich erst mit dem Gedanken tragen sich selbstständig zu machen und noch kein feststehendes Konzept für eine Gründung besitzen. Beratung kann Rahmenbedingungen und Risiken analysieren und abwägen, ob eine Gründung realisierbar ist. Sie kann zur Entscheidung beitragen, eine selbstständige Berufsarbeit aufzunehmen oder doch angestellt zu arbeiten.

4.2.2 Ziel und Vorgehen der Untersuchung

Da Gründungsberatung direkt an zukünftigen UnternehmerInnen erfolgt, war zu erforschen, wie diese in den verschiedenen Institutionen abläuft und welche Konzepte, Meinungen und Einstellungen insbesondere zum UnternehmerInnenbild dahinter stehen. In diesem Sinne ging es darum, Aussagen über das Fremdbild von UnternehmerInnen in der Gründungsberatung zu gewinnen, und zu analysieren, welchen Einfluss im Vorfeld geprägte Vorstellungen auf die individuelle Beratung haben.

Das Vorgehen orientiert sich im Wesentlichen an den folgenden Forschungsfragen, die sich in zwei Themenblöcke gliedern lassen:

1. Konzepte der Gründungsberatung und Qualitätsaspekte
 - Nach welchen organisationsspezifischen Konzepten wird beraten?
 - Wann ist eine Gründungsberatung erfolgreich und qualitativ wertvoll?
2. Das UnternehmerInnenbild in der Gründungsberatung
 - Welches UnternehmerInnenbild ist vorherrschend?
 - Inwieweit beeinflusst das die Beratung?

Zur Klärung der Fragen wurden neben der Verwendung themenspezifischer Literatur eigenständig neue Daten generiert. Die Untersuchung stützt sich auf sieben ExpertInneninterviews, die online durchgeführt wurden. Der Leitfaden dafür wurde auf der Basis der oben aufgeführten Forschungsfragen entwickelt.