

07.03.2017 – 10:09 Uhr

Mut macht Unternehmerinnen, doch erst gute Rahmenbedingungen machen den Erfolg

Fueling Female Entrepreneurs

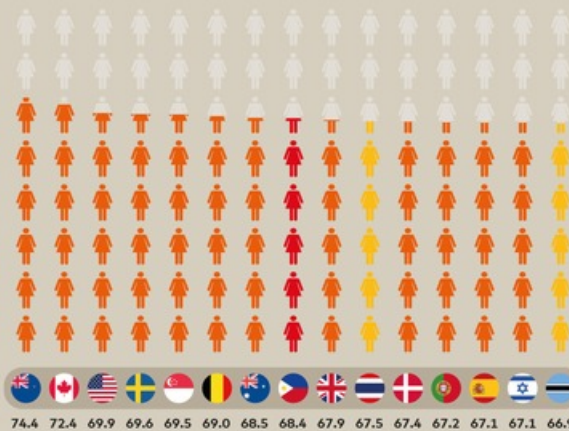
Understanding the factors and conditions that support and drive women entrepreneurship



OVERALL RANKING

Mastercard
Index of
Women
Entrepreneurs

-  High Income
-  Upper Middle Income
-  Lower Middle Income



TYPE OF ENTREPRENEURS



Opportunity-Driven

Markets with strong enabling conditions such as **New Zealand, Canada, United States, Sweden, Singapore, Belgium** and **Australia** foster more opportunity-driven entrepreneurs.



Necessity-Driven

Markets with less conducive supporting conditions like **Uganda, Bangladesh, Vietnam, Ecuador** and **Peru** tend to breed more necessity-driven entrepreneurs.

A CLOSER LOOK AT THE RESULTS

WOMEN IN THE WORKFORCE



Women in the Philippines, Thailand, Botswana, Canada and Colombia have the

highest opportunities for advancement in the workforce.



ACCESS TO FINANCIAL SERVICES AND KNOWLEDGE ASSETS

Singapore, New Zealand and South Africa have the **greatest gender equality**

when it comes to access to financial services/products, tertiary education enrollment, good conditions that support SMEs and borrowing or saving for business.



Less developed markets **Vietnam** (86.6, 4th), **Philippines** (82.3, 10th) and **Indonesia** (82.0, 11th) have surprisingly high scores, driven by a high tendency to borrow or save for business purposes and access to financial services/products.

SUPPORTING CONDITIONS FOR ENTREPRENEURS

The most conducive entrepreneurial conditions exist in

high income economies

where the basic physical, financial, governing and education infrastructures and systems are already in place.



The Mastercard Index of Women Entrepreneurs tracks female entrepreneurs' ability to capitalize on opportunities granted through various supporting conditions within their local environments and is the weighted sum of three components: 1) Women's Advancement Outcomes, 2) Knowledge Assets and Financial Assets, and 3) Supporting Entrepreneurial Conditions. Scores closer to 100 represent more gender parity.



Frankfurt/Main (ots) -

Trotz guter Bedingungen Deutschland nur Mittelmaß: Der Mastercard Index of Women Entrepreneurs zeigt, in welchen Ländern sich von Frauen geführte Firmen am besten entfalten

Der Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE / <http://newsroom.mastercard.com/eu/files/2017/03/Report-Mastercard-Index-of-Women-Entrepreneurs-2017-Mar-3.pdf>) untersucht anlässlich des Internationalen Frauentags am 8. März die Fortschritte und Leistungen von Frauen in der Arbeitswelt und zeigt auf, welche Faktoren und Rahmenbedingungen am

effektivsten sind, um den "Gender Gap" unter den Unternehmern zu schließen. Anhand von zwölf Indikatoren und 25 Sub-Indikatoren wurden 54 Märkte untersucht, um Unterschiede hinsichtlich der Auswirkung von Frauenförderung, Wissenskapital und Zugang zu finanziellen Ressourcen sowie Unterstützung unternehmerischer Faktoren aufzuzeigen.

Für die Auswertung wurde für jedes Land ein Index-Score erstellt. In Märkten mit hohen Scores machen Frauen als Unternehmerinnen eher Fortschritte, der Zugang zu finanziellen Services und Ausbildung ist gewährleistet, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) werden stärker unterstützt und es herrschen gute Bedingungen für Unternehmer.

Länder mit hoch entwickelter Volkswirtschaft führen den Index an. An der Spitze steht Neuseeland (74,4) gefolgt von Kanada (72,4) und den USA (69,9). Diese Märkte bieten die besten Bedingungen für die Förderung von Unternehmen, die von Frauen geführt werden. Dazu gehört ein stabiles Umfeld aus KMUs, gesellschaftliche Stabilität und ungehinderte geschäftliche Aktivität.

Mit einer Gesamtpunktzahl von 64,4 (Pos. 22) und einem weiblichen Anteil von 25,5 Prozent an allen Unternehmern (Pos. 27) befindet sich Deutschland im Mittelfeld des Rankings. Trotz einer starken, hochinnovativen und technologieorientierten Volkswirtschaft ist der Stand beim Unternehmertum im globalen Vergleich enttäuschend niedrig. Obwohl die zugrunde liegenden unternehmerischen Bedingungen und die staatliche Unterstützung günstig sind ("Unterstützende unternehmerische Bedingungen" 78,0, Pos. 11), sind andere Aspekte wie die Chancen von Frauen auf Karriere, das vorhandene Wissensvermögen und der Zugang zu Finanzierungen besonders schwach. Zum Beispiel fehlen Frauen auf ihrem Karriereweg weibliche Counterparts bei Führungskräften und in der Unternehmensleitung. Von 100 deutschen Führungskräften machen Frauen nur etwas mehr als ein Viertel aus (29,5 Prozent, Pos. 33).

Auffallend ist, dass die gesamte unternehmerische Aktivitätsrate (TEA), die sowohl Männer als auch Frauen in der Bevölkerung umfasst, für Deutschland sehr niedrig ist: Nur 5,3 Prozent der Bevölkerung im Alter von 18 bis 64 Jahren sind in irgendeiner Form unternehmerisch tätig. 40 Prozent der deutschen Bevölkerung möchten aus Angst zu Scheitern gar keine unternehmerische Verantwortung übernehmen. Von 100 Frauen im erwerbsfähigen Alter erwägen sogar nur 3,3 unternehmerisch tätig zu werden oder haben bereits ein Unternehmen gegründet.

Weiter verschärft wird dies durch eine mangelnde Integration der unternehmerischen Aus- und Weiterbildung im Schulsystem und die schlechte kulturelle Akzeptanz und Wahrnehmung von Unternehmerinnen.

Ganz anders stellt sich die Situation in Volkswirtschaften mit niedrigerem Einkommensniveau dar, die gleichzeitig mit den höchsten Anteil an von Frauen geführten Unternehmen aufweisen, beispielsweise Uganda (34,8 Prozent), Bangladesch (31,6 Prozent) und Vietnam (31,4 Prozent). Frauen gründen dort meist aus der Not heraus ein Unternehmen statt aus einer guten Geschäftsidee heraus.

"Unsere Studie zeigt, dass Frauen besser in der Lage sind, ihr volles Potenzial zu erkennen, ihre Ziele zu erreichen und letztendlich mehr integratives Wachstum zu generieren, wenn sie leichteren Zugang zu relevanten Netzwerken haben. Wir haben die Möglichkeit, kulturelle und organisatorische Themen anzusprechen und weibliche Führungskräfte noch stärker zu unterstützen", sagt Ann Cairns, President, International Markets, Mastercard.

"Das Auftreten ambitionierter, tatkräftiger Frauen sollte als wesentlicher wirtschaftlicher Erfolgsfaktor gesehen werden. Während die Gesellschaft vorhandene kulturell bedingte Vorurteile angehen muss, werden wir unseren Teil dazu beisteuern, die Bedingungen zu schaffen, die das Fundament persönlicher und wirtschaftlicher Entfaltung stärken und verbreitern", sagt Martina Hund-Mejean, Chief Financial Officer von Mastercard.

Weitere Ergebnisse

Innerhalb des MIWE wurde zudem untersucht, welche Faktoren Unternehmerinnen fördern oder sie behindern:

- In Entwicklungsländern treibt Frauen vor allem Mut und Einsatz an, ein Unternehmen zu gründen. In diesen Volkswirtschaften bauen Frauen Geschäftsmodelle auf, die nicht in erster Linie auf Wissen oder Innovation beruhen.

- Um als Unternehmerinnen langfristig erfolgreich zu sein, benötigen sie jedoch nicht nur Mut und Einsatz, sondern Zugang zu Finanzierungsquellen und -dienstleistungen, geringe bürokratische Auflagen, ausreichende KMU-Fördermaßnahmen und gut organisierte Behörden als Ansprechpartner - Bedingungen, wie sie unter anderem in den Top 5 des Indizes, Neuseeland (74,4), Kanada (72,4), den USA (69,9), Schweden (69,6) und Singapur (69,5), vorzufinden sind.

- Interessant ist, dass in den Philippinen (68,4, 8. Position), Peru (64,3, 23. Pos.), Malaysia (63,9, 25. Pos.), China (61,3, 31. Pos.) und Mexiko (59,1, 40. Pos.), wo die Förderbedingungen nicht so günstig sind, eine hochdynamische und sehr lebendige Unternehmerlandschaft existiert. Hier werden Business-Chancen oft schnell erkannt und der Status erfolgreicher Unternehmerinnen und Unternehmer genießt hohes Ansehen. Unternehmerinnen lassen sich in diesem Umfeld oft von einem starken Erfolgswillen leiten.

- Die niedrigen Platzierungen von Ländern wie Indien (41,7, 49. Pos.), Saudi-Arabien (37,2, 52. Pos.) und Ägypten (34,0, 53. Pos.) lassen vermuten, dass kulturell bedingte Vorurteile Frauen davon abhalten, in Führungspositionen aufzusteigen und unternehmerische Chancen zu nutzen.

- Zu den größten Hindernissen, die Frauen am Unternehmertum hindern, gehören laut der Studie fehlende Finanzierung oder fehlendes Beteiligungskapital, behördliche Auflagen und institutionelle Ineffizienz, Mangel an Selbstvertrauen und Unternehmertegeist, Angst vor Scheitern, soziokulturelle Einschränkungen sowie ungenügende Qualifikation und Bildung. In fast allen der beteiligten 54 Länder hemmt zumindest eine dieser Einschränkungen den Fortschritt von Frauen als Unternehmerinnen.

Die vollständigen Ergebnisse der Studie finden Sie hier: <http://newsroom.mastercard.com/eu/files/2017/03/Report-Mastercard->

Mastercard Index of Women Entrepreneurs - die 10 Topländer mit den besten Bedingungen und meisten Chancen für den Erfolg weiblich geführter Unternehmen

1. Neuseeland - 74,4
2. Kanada - 72,4
3. USA - 69,9
4. Schweden - 69,6
5. Singapur - 69,5
6. Belgien - 69,0
7. Australien - 68,5
8. Philippinen - 68,4
9. Großbritannien - 67,9
10. Thailand - 67,5

Anteil der Unternehmensinhaberinnen an der Gesamtzahl der Firmen - die 10 Topländer

1. Uganda - 34,8 Prozent
2. Botswana - 34,6 Prozent
3. Neuseeland - 33,3 Prozent
4. Russland - 32,6 Prozent
5. Österreich - 32,4 Prozent
6. Bangladesch - 31,6 Prozent
7. Vietnam - 31,4 Prozent
8. China - 30,9 Prozent
9. Spanien - 30,8 Prozent
10. USA - 30,7 Prozent

Deutschland im internationalen Vergleich

- Gesamt-Index-Score 64,4 - Position 22
- Weibliche Unternehmensinhaber 25,5 Prozent - Position 27
- Auswirkung von Frauenförderung 51,0 - Position 31
- Frauen in Führungspositionen 29,5 Prozent - Pos. 33
- Wissenskapital und Zugang zu finanziellen Ressourcen 72,6 - Position 34
- Positive sozio-kulturelle Wahrnehmung von Unternehmerinnen 64,7 - Position 35
- Unterstützende unternehmerische Bedingungen 78,0 - Position 11

Über den Mastercard Index of Women Entrepreneurs

Der Mastercard Index of Women Entrepreneurs bildet die Möglichkeiten von Frauen ab, Chancen für ihre Geschäftsmodelle zu nutzen, die sich durch günstige Bedingungen innerhalb des jeweiligen lokalen Umfeldes ergeben. Der Wert ist die gewichtete Summe aus drei Komponenten:

1. Auswirkung von Frauenförderung - Niveau der Voreingenommenheit gegenüber Frauen als wirtschaftlich Handelnde, als Führungskräfte in Politik und Unternehmen sowie Finanzkraft und unternehmerische Neigungen von Frauen
2. Wissenskapital und Zugang zu finanziellen Ressourcen - Niveau des Zugangs, den Frauen zu grundlegenden Finanzierungsmöglichkeiten haben, fortgeschrittenes Wissenskapital und KMU-Förderung
3. Unterstützende unternehmerischer Bedingungen - allgemeine Wahrnehmung der lokalen Rahmenbedingungen, unter denen Frauen wirtschaftlich tätig sein können, Niveau der behördlichen Verwaltung, weibliche Wahrnehmung des Sicherheitsniveaus und kulturell bedingte Wahrnehmung des Beitrags von Frauen zum Haushaltseinkommen

Es werden 54 Märkte anhand von zwölf Indikatoren und 25 Subindikatoren aus der Region Asien-Pazifik, dem Nahen Osten und Afrika, Nordamerika, Lateinamerika und Europa verglichen - damit werden 78,6 Prozent der weltweiten weiblichen Arbeitskräfte erfasst.

Über Mastercard

Mastercard (NYSE: MA <http://www.mastercard.com/>) ist ein internationales Technologieunternehmen im Zahlungsverkehr. Mit dem schnellsten Zahlungsabwicklungsnetzwerk der Welt verbindet Mastercard Kartenbesitzer, Banken, Händler, Regierungen und Unternehmen in über 210 Ländern und Gebieten. Die Produkte und Leistungen von Mastercard gestalten die alltäglichen Handelsgeschäfte für alle Beteiligten einfacher, sicherer und effizienter. Das gilt für Einkaufen und Reisen ebenso wie für Unternehmensführung und die Verwaltung von Finanzen. Folgen Sie uns auf Twitter [@MastercardDE](https://twitter.com/MastercardDE) (<https://twitter.com/MastercardDE>), reden Sie mit Beyond the Transaction Blog (<http://newsroom.mastercard.com/category/trending-topics/>) und abonnieren Sie die neuesten Nachrichten im Engagement Bureau (<http://newsroom.mastercard.com/eu/de/>).

Kontakt:

Juliane Wolff
Head of Communications
Germany and Switzerland, Mastercard
Tel: +49 172 1880720
E-Mail: juliane.wolff@mastercard.com
follow us on twitter @MastercardDE

Medieninhalte



Mut macht Unternehmerinnen, doch erst gute Rahmenbedingungen machen den Erfolg / Mastercard Index of Women Entrepreneurs. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/113997 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Mastercard Deutschland"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100061716/100799843> abgerufen werden.