

# **Dokumentation der quantitativen Erhebung des Unterstützungsbedarfs von migrantischen Unternehmern/-innen in München im Rahmen des Projekts KiM**

Sami Ibrahim\*

Von Januar bis Februar 2014 wurde eine Befragung von 65 Unternehmer/-innen mit Migrationshintergrund durchgeführt um deren spezifischen Unterstützungsbedarf zu erfassen. Die Ergebnisse weisen auf die aktuellen Lage und Wünsche dieser Unternehmen hin. Die Themenfelder decken ein breites Spektrum ab, die am häufigsten geäußerten Wünsche nach Schulungen und Begleitung betreffen die Bereiche: Weiterentwicklung des Unternehmens, Kundenakquise, Austausch mit anderen Unternehmen, Kundenbindung, Darstellung der Besonderheiten des eigenen Angebots, betriebswirtschaftliche Fragen und rechtliche Anforderungen. Die zusätzlich frei formulierten Bedarfe sind sehr unterschiedlich und bewegen sich zwischen sehr spezifischen Fragestellungen und sog. Soft-Skills.

---

\*Dr. Sami Ibrahim, Diplom Psychologe, ist Forscher und Berater der GAB München, Gesellschaft für Ausbildungsforschung und Berufsentwicklung mbH. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Arbeitsgruppen, Diversität (Diversity) und Motivation. Anschrift: GAB München, Lindwurmstraße 41/43, 80337 München; Telefon: +49 (0)8104 37 89 69; Email:sami.ibrahim@gab-muenchen.de

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Hintergrund der Befragung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Inhaltliche Strukturierung des Fragebogens</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Daten zur Erhebung</b>	<b>4</b>
3.1	Alter, Geschlecht, Verweildauer . . . . .	5
3.2	Migrationshintergrund . . . . .	6
3.3	Bildungshintergrund . . . . .	8
3.4	Unternehmensmerkmale . . . . .	8
3.5	Bisherige Inanspruchnahme von Qualifizierungsangeboten . . . . .	9
3.6	Stellungnahme zum Unterstützungsbedarf . . . . .	11
3.7	Aktuelle Situation im Unternehmen . . . . .	12
3.8	Unterstützungswünsche . . . . .	12
3.9	Gestaltung von Qualifizierungsangeboten . . . . .	21
3.10	Erfolg und Zufriedenheit . . . . .	22
3.11	Kontakt zu Münchner Institutionen . . . . .	23



EUROPÄISCHE UNION  
EUROPAISCHER SOZIALFONDS

ESF IN BAYERN  
WIR INVESTIEREN IN MENSCHEN



Landeshauptstadt  
München  
Referat für Arbeit  
und Wirtschaft



### Zum Projekt KiM

Das Projekt KiM – Kompetenzoffensive in Migrantenunternehmen ist gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union und der Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft.

### Zum Projektträger GAB München

Die GAB München ist ein unabhängiges Forschungs- und Beratungsinstitut zu Fragen des Arbeitens und Lernens: Berufliche Aus- und Weiterbildung, Personal- und Organisationsentwicklung sowie Qualitätsmanagement. Ihre Spezialität ist es, Fragen und Probleme in Arbeit und Beruf als Lernherausforderungen zu verstehen, dafür gemeinsam mit den Praxispartnern individuell zugeschnittene und innovative Lernwege zu entwickeln und diese so zu begleiten, dass sie dem Einzelnen wie der Organisation gerecht werden. [www.gab-muenchen.de](http://www.gab-muenchen.de)

# 1 Hintergrund der Befragung

Die Entwicklung des vorliegenden Online-Fragebogens baut auf die sieben betrieblichen Tätigkeitsfelder des qualitativen U-Checks auf und ergänzt diese systematisch aus quantitativer Perspektive. Diese Befragung will weitere Antworten auf die im Projekt KiM anfallenden Fragen liefern. An dieser Stelle werden folgende Gesichtspunkte hervorgehoben: Vor allem kleine und mittlere Unternehmen, insbesondere aber solche aus der sog. Migrantenökonomie, nehmen die vorhandenen Angebote zur Weiterbildung in nur geringem Umfang wahr. Liegt es etwa daran, dass Bildungsanbieter Standardangebote offerieren, die sich zu wenig auf die konkreten betrieblichen Situationen und die speziellen Fragen, Probleme und Bedarfslagen dieser Unternehmen beziehen? Die genauen Motive der Unternehmer/-innen oder Gründe einer geringen Inanspruchnahme von Qualifizierungsangeboten sind kaum bekannt, ob dies primär ein Angebotsproblem oder eher eine Anpassungsschwierigkeit an die Bedürfnisse der Unternehmen sei. Ganz besonders geht es darum: Wie sind die speziellen Fragen und Probleme der Unternehmer/-innen mit Migrationshintergrund und wie benennen sie ihre Bedarfslage?

Ziel der hier vorliegenden Befragung ist es, Münchner Unternehmen mit Migrationshintergrund im Sinne der Fragestellungen des Projekts KiM zu beleuchten. Diese Befragung liefert Antworten aus der Selbsteinschätzung der Unternehmerinnen zu folgenden Gebieten:

1. Gründe/Motive für die relativ geringe Inanspruchnahme von Qualifizierungsangeboten seitens der Unternehmer/-innen mit Migrationshintergrund und Einschätzung des Nutzens der Angebote;
2. Beschreibung der Unternehmer/-innen und der aktuellen Situation der Unternehmen;
3. Unterstützungswünsche von Unternehmern/innen mit Migrationshintergrund und deren Ausgestaltung, damit sie auch genutzt werden;
4. Erfassung der Qualität des Kontakts zu relevanten Münchner Institutionen.

Die in dieser systematischen Erhebung gesammelten Informationen werden auf verschiedene Ebenen in kumulierter Art auf einander bezogen.

## 2 Inhaltliche Strukturierung des Fragebogens

Der Online-Fragebogen deckt verschiedene Fragenkomplexe auf, die durch Filterfragen, also in Abhängigkeit von der Besonderheit jedes einzelnen Unternehmens evtl. variieren können (siehe Anhang auf Seite 25). Im Folgenden werden die Fragegebiete stichwortartig wiedergegeben:

Fragenkomplex 1: Über das Unternehmen, seine Gründungsgeschichte und zur Person des/der Unternehmers/-in.

Fragenkomplex 2: Über die aktuelle Situation im Unternehmen.

Fragenkomplex 3: Über die Inanspruchnahme von Qualifizierungsmaßnahmen (Fortbildungen, Beratungen, Trainings o.Ä).

Fragenkomplex 4: Über den Wunsch an Unterstützung für das Unternehmen.

Fragenkomplex 5: Über Kontakt zu Institutionen der Münchner Wirtschaft.

Fragenkomplex 6: Über die Vernetzung mit (migrantischen) Unternehmen, Selbstbild hinsichtlich speziellen Unterstützungsbedarfs, Kontakt zu Behörden.

Fragenkomplex 7: Über Erfolg und Zufriedenheit mit der Unternehmensentwicklung.

Fragenkomplex 8: Über Gestaltung von Qualifizierungsangeboten.

Im Folgenden werden die Ergebnisse präsentiert.

## 3 Daten zur Erhebung

Diese Erhebung<sup>1</sup> fand zwischen dem 14. Januar und 6. Februar 2014 statt. Es wurden im Durchschnitt 15 – 20 Minuten zum vollständigen Ausfüllen eines Fragebogens benötigt. 1320 Unternehmer/-innen mit Migrationshintergrund im Raum München wurden per Email angeschrieben. Diese potenziellen Teilnehmer an der Befragung wurden jeweils aus den Datenbanken<sup>2</sup> der Handwerkskammer für München und Oberbayern – HWK, Landeshauptstadt München / Referat für Arbeit und Wirtschaft – RAW, der Gesellschaft für Ausbildungsforschung und Berufsbildung bzw. des Projekts Kompetenzoffensive in Migrantunternehmen – KiM und der Wirtschaftsuni München e.V. – WJ entnommen. Die Rücklaufquote betrug 136 Personen (~ 10%). 65 Personen (~ 5%) füllten den Fragebogen vollständig aus (siehe Tabelle 1).

Über die Beschreibung dieser Population hinaus ist diese Studie nicht repräsentativ und lässt keine verallgemeinerbaren wissenschaftlichen Erkenntnisse zu.

---

<sup>1</sup>Die Befragung wurde mit Hilfe des Online-Tools von SoSci Survey programmiert und administriert. Die statistische Auswertung erfolgte durch das Softwarepaket R.

<sup>2</sup>Vielen Dank an Frau Eva-Maria Beck (Handwerkskammer für München und Oberbayern) und an Herrn Teng Chen (Arbeitskreis Internationale Netzwerke, Wirtschaftsuni München) für ihre freundliche Unterstützung und dass sie dieser Studie Kontaktpersonen aus ihren Datenbanken zur Verfügung stellten.

Tabelle 1: Angeschriebene ( $N$ ) und teilnehmende ( $n$ ) Unternehmer/-innen nach Kontaktdatenbanken.

Rekrutierung durch	Angeschriebene Unternehmer/-innen	Teilnehmende Unternehmer/-innen
Handwerkskammer für München und Oberbayern	500	43
Kompetenzoffensive in Migrantenunternehmen	220	14
Referat für Arbeit und Wirtschaft der LHM	400	6
Wirtschaftsjunioren München e.V.	200	2
	$N = 1320$	$n = 65$

Nachfolgend werden die Hauptergebnisse (beschreibende Statistiken) aus verschiedenen Perspektiven dargestellt. Zunächst werden die soziodemographischen Daten der 65 Unternehmer/-innen und dann ihre Unternehmen beschrieben. Anschließend werden die Ergebnisse der Befragung präsentiert.

### 3.1 Alter, Geschlecht, Verweildauer

Es haben 29 Frauen und 34 Männer an der Befragung teilgenommen, so dass beide Geschlechter annähernd gleich vertreten sind. Die meisten Teilnehmer/-innen sind zwischen 30 und 44 Jahre alt. 12 Teilnehmer/-innen sind 45 – 65 Jahre alt. Bezogen auf den Median liegt das durchschnittliche Alter der Unternehmern/-innen bei 39 Jahren.

Hinsichtlich der Verteilung des Alters und der Dauer der Selbständigkeit gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Einen solchen Unterschied gibt es jedoch bei der Aufenthaltsdauer in Deutschland. Es fällt auf, dass die Aufenthaltsdauer der männlichen Unternehmer signifikant<sup>3</sup> länger war ( $z = -2.73$ ,  $p = .006$ ) als die der Unternehmerinnen. Die Verweildauer der Unternehmerinnen in Deutschland betrug  $M = 15.8$  ( $SD = 11.6$ ) Jahre oder  $Mdn = 13$  Jahre und der Unternehmer  $M = 24.4$  ( $SD = 13.7$ ) Jahre oder  $Mdn = 24$  Jahre<sup>4</sup>.

Die befragten Unternehmer/-innen waren im Durchschnitt seit 5.4 Jahren ( $M$ ) selbständig bei einer sehr breiten Streuung von  $SD = 6.5$  Jahren. Daraus ergibt sich auch der stark vom Mittelwert abweichende Median ( $Mdn$ ) von 2.5 Jahren. Die männlichen Unternehmer sind länger selbständig als die Unternehmerinnen (siehe Abbildung 1 auf der nächsten Seite).

Abbildung 1 zeigt, dass die meisten jungen Unternehmen dieser Stichprobe von Unternehmerinnen geführt werden, die im Vergleich zu den männlichen Unternehmern kürzer in Deutschland selbständig tätig sind.

<sup>3</sup>Als Signifikanz-Prüfung diente hierfür der Mann-Whitney-U-Test für unabhängige Stichproben, wobei  $z$  die standardisierte Teststatistik und  $p$  das Signifikanzniveau darstellen.

<sup>4</sup> $M$  stellt den Mittelwert,  $SD$  die Standardabweichung (also die Streuung von 68% der Werte um den Mittelwert) und  $Mdn$  den Median (50% der Werte liegen jeweils unterhalb bzw. oberhalb des Medians) dar. Der Median ist im Vergleich zum Mittelwert robuster gegen sog. Ausreißer.

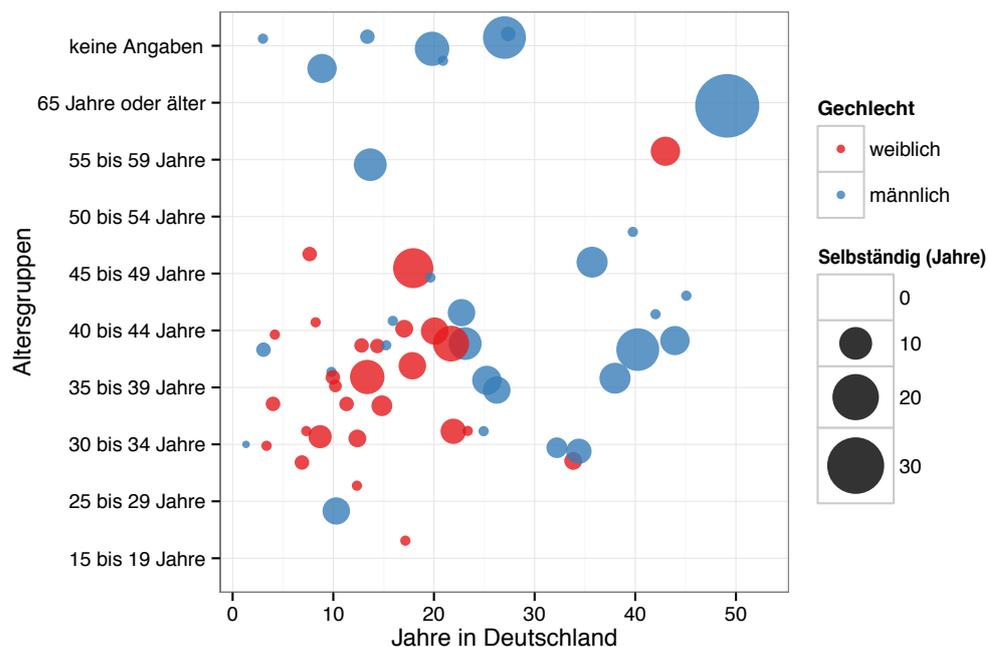


Abbildung 1: Die Verteilung von 65 Unternehmer/-innen im Hinblick auf die Verweildauer in Deutschland (x-Achse), die Altersgruppe (y-Achse), das Geschlecht (Farbe) und die Dauer der Selbständigkeit (Größe der Kreise).

### 3.2 Migrationshintergrund

Aus Abbildung 2 wird ersichtlich, dass insgesamt 55 Unternehmer/-innen aus der Gesamtzahl der Befragten einen Migrationshintergrund angeben. 39 der Unternehmer/-innen sind selbst nach Deutschland zugewandert, 2 davon zusammen mit mindestens einem Elternteil. 21 dieser 39 Personen sind Frauen.

26 Unternehmer/-innen wurden hier geboren, bei 16 von ihnen ist mindestens ein Elternteil nach 1955 nach Deutschland zugewandert (siehe Abbildung 2 auf der nächsten Seite).

In Abbildung 2 finden sich 10 Personen, die angeben, dass weder sie noch einer ihrer Elternteile nach 1955 nach Deutschland zugewandert sind. Auch geben 5 von diesen 10 Unternehmer/-innen Deutsch als Muttersprache an. Daher ist ein Migrationshintergrund dieser 5 unklar.

Die Frage nach dem Migrationshintergrund wurde zudem indirekt über die Muttersprache erhoben. 32 Muttersprachen sind in dieser Stichprobe vertreten. Die Unternehmer/-innen sprechen 15 zusätzliche Sprachen, die mehrfach in 113 Nennungen vorgekommen sind. Außer der Muttersprache werden also mindestens eine bis zwei zusätzliche Sprachen pro Person beherrscht. Unter allen genannten Zweit-Sprachen nimmt *Deutsch* den ersten Rang ein, gefolgt von *Englisch*, *Französisch*, *Russisch*, *Spanisch*, *Italienisch*, *Bosnisch*, *Griechisch* und *Tschechisch*, *Ewe*, *Polnisch*, *Portugiesisch*, *Serbokroatisch*, und *Slowakisch*. Der Grad der Beherrschung wurde nicht befragt (siehe Tabelle 2 auf der nächsten Seite).

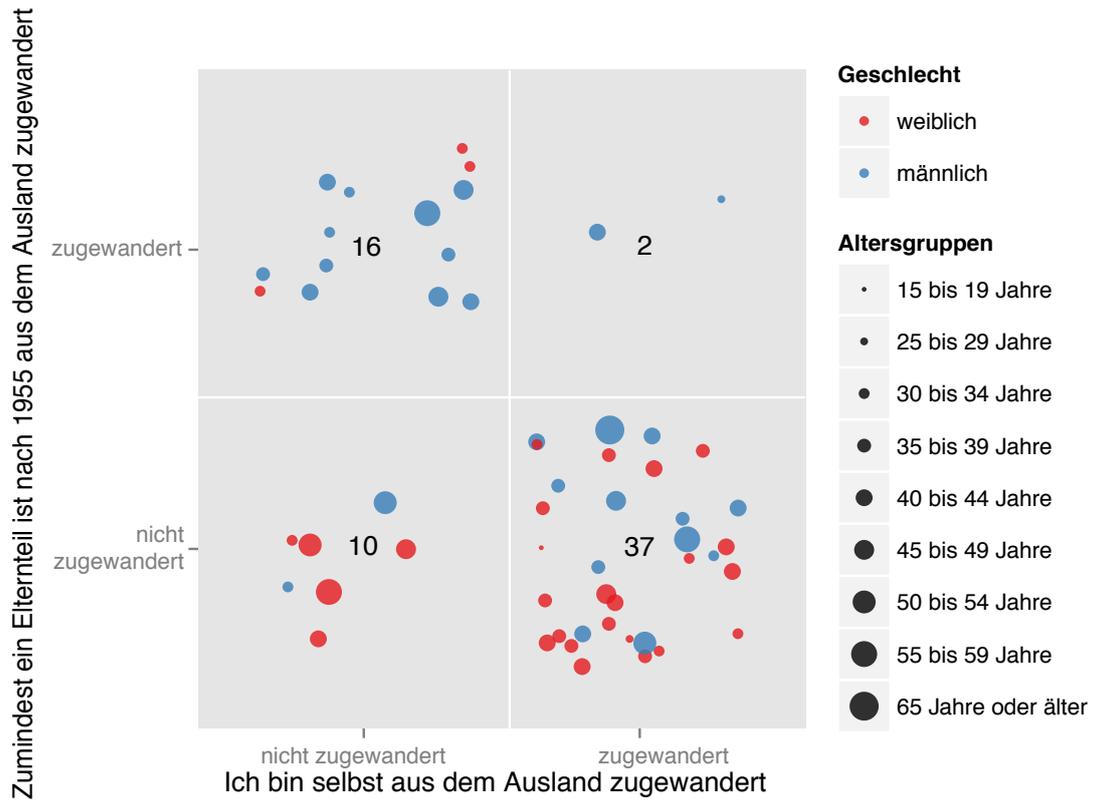


Abbildung 2: Auf der waagrecht Achse ist ersichtlich, ob die Unternehmer/-innen selbst nach Deutschland zugewandert sind. Auf der senkrechten Achse wird von ihnen zudem berichtet, ob mindestens eines ihrer Elternteile nach 1955 zugewandert ist. Das Geschlecht ist zudem farblich dargestellt. Die Größe der Kreise repräsentieren die Altersgruppen. Einige Kreise konnten hier z.T. entweder wegen Überlappungen oder wegen fehlender Werte nicht gezeigt werden.

Tabelle 2: In dieser Stichprobe sind 32 Muttersprachen vertreten. Die 65 Unternehmer/-innen beherrschen eigenen Angaben zufolge zusätzlich weitere 15 Sprachen. Die Deutsche Sprache wurde bei 5 Unternehmer/-innen mit Migrationshintergrund als Muttersprache angegeben.

Muttersprache	Nennungen
Russisch	6
Türkisch, Deutsch	5
Französisch, Italienisch, Kroatisch	4
Griechisch, Portugiesisch, Spanisch, Ungarisch	3
Bulgarisch, Polnisch, Serbisch, Serbokroatisch	2
Albanisch, Arabisch, Arapech, Armenisch, Bosnisch, Chinesisch, Englisch, Katalanisch, Koreanisch, Lettisch, Litauisch, Persisch, Rumänisch, Russisch, Weißrussisch, Slowakisch, Tschechisch, Ukrainisch	1

### 3.3 Bildungshintergrund

36 Unternehmer/-innen haben Fachhochschul-/Hochschulabschluss (siehe Tabelle 3). 13 dieser Abschlüsse wurden im Ausland erworben. Mindestens 6 Abschlüsse sind in Deutschland nicht anerkannt. Sie wurden von den Unternehmern/innen wie folgt benannt (in Klammern das Land, in dem dieser Abschluss erzielt wurde): *Studium (Spanien)*, *Diplom (Russland)*, *Rechtsanwältin (Argentinien)*, *Fachschule (Belarus)*, *Technische Berufsmittelschule (Russland)*, *Kunstpädagogin (Russland)*.

Tabelle 3: 13 der Unternehmer/-innen haben einen Abschluss im Ausland erworben. 6 dieser Fachhochschul- /Hochschulabschlüsse sind jedoch in Deutschland nicht anerkannt worden.

Formale Bildung	Nennungen
ohne Abschluss	4
Volks-, Hauptschulabschluss, Quali	4
Mittlere Reife, Realschul- oder gleichwertiger Abschluss	9
Abgeschlossene Lehre	5
Fachabitur, Fachhochschulreife	4
Abitur, Hochschulreife	1
Fachhochschul-/Hochschulabschluss	23
anderer Abschluss in Deutschland	2
im Ausland erworbener Abschluss	13

### 3.4 Unternehmensmerkmale

52 der Unternehmen haben die Rechtsform Einzelunternehmer, 9 verteilen sich auf Offene Handelsgesellschaft (OHG), Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) und Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH). 27 Unternehmen haben keine Mitarbeiter. 10 der weiteren 32 Unternehmen, die Mitarbeiter haben, beschäftigen auch Familienangehörige. Diese 32 Unternehmen haben im Durchschnitt jeweils einen bis maximal 16 Mitarbeiter.

7 Unternehmer/-innen sehen sich in der Rolle des Geschäftsführers im Unternehmen. 53 sehen sich sowohl in der Rolle des Geschäftsinhabers als auch des Geschäftsführers.

36 Unternehmer/-innen sind selbständig seit bis zu 3 Jahren, 17 Unternehmer/-innen seit bis zu 9 Jahren und 11 Unternehmer/-innen 9 Jahre und mehr. 8 Unternehmer/-innen waren vor ihrer aktuellen Tätigkeit auch selbständig tätig. 32 der jetzigen Unternehmer/-innen waren vor der Selbständigkeit angestellt. 10 befanden sich davor entweder in Studium oder Ausbildung. 10 waren vor der Selbständigkeit ohne Beschäftigung, arbeitslos oder Arbeit suchend.

Die Unternehmen sind in den folgenden Branchen tätig: 18 im Bereich Dienstleistung; 14 im Handwerk; 10 im Baugewerbe; 7 in der Beratung; 6 in Handel, Industrie und Wirtschaft; 6 im Bereich Medien (digitale Wirtschaft); 3 in der Bildung, Gesundheitswirtschaft/Kreativwirtschaft.

Lediglich 15 Unternehmen sind als Ausbildungsbetrieb anerkannt. 8 der 15 ausbildungsberechtigten Unternehmen gaben an, dass sie seit 5 – 15 Jahren bereits ausbilden. Die Zahl der Auszubildenden betrug zur Zeit der Erhebung 1 – 14 Personen.

Sie sind geographisch wie folgt verteilt: Das Hauptgeschäft von 56 der Unternehmen findet in München, von weiteren 5 Unternehmen im Großraum Bayern und von jeweils einem bundesweit, europaweit bzw. weltweit statt.

Von den 65 Unternehmern/-innen haben 25 kaum Beratung vor der Gründung in Anspruch genommen. Die restlichen 45 Unternehmer/-innen nahmen vor der Gründung Beratungen aus unterschiedlichen Quellen in Anspruch. Die Angaben überlappen sich z.T., da Mehrfachnennungen möglich waren. Freunde, Bekannte und Verwandte stehen mit 18 Nennungen an vorderster Stelle. Die Beratungsdienste der HWK, IHK und von diversen privaten Einrichtungen folgen mit jeweils 14, 11 bzw. 11 Nennungen. Ein Unternehmer nennt die Gründungsberatung des RAW. 10 der Unternehmer/-innen dieser Stichprobe sind ohne Mitgliedschaft weder bei der HWK noch bei der IHK. 34 bzw. 17 Unternehmer/-innen sind Mitglied der HWK bzw. der IHK.

### **3.5 Bisherige Inanspruchnahme von Qualifizierungsangeboten**

Zunächst wurden die Unternehmer/-innen über ihre bisherigen Aktivitäten wie folgt gefragt:

*“Ich nutze Fortbildungen, Beratungen, Schulungen, Trainings o.Ä. von öffentlichen oder privaten Anbietern.“*

Abhängig von ihren Antworten wurden danach unterschiedliche Fragen bezüglich ihrer bisherigen Inanspruchnahme von Qualifizierungsangeboten gestellt.

Bei “nein“ wurde sowohl mit geschlossenen als auch mit offenen Fragen gefragt:

*“Warum nutzen Sie keine Fortbildungen, Beratungen, Schulungen oder Trainings?“*

Bei “ja“ wurden sie nach den besuchten Kursen, Anbietern und dem Grad der Nützlichkeit befragt:

*“Bitte nennen Sie die Qualifizierungsangebote, die Sie genutzt haben, und geben Sie an, wie hilfreich diese Erfahrungen waren.“*

Ergebnis: Lediglich 24 der 65 Unternehmer/-innen geben an, dass sie bisher kaum Angebote von Qualifizierungsmaßnahmen in Anspruch nahmen. Ihre Gründe hierfür sind aus Tabelle 4 zu entnehmen.

7 Unternehmer/-innen haben keinen Bedarf gemeldet. Mindestens 4 der Unternehmer/-innen wünschen sich andere Unterstützung als die angebotene. Die weiteren Gründe sind selbsterklärend.

Im Kontrast dazu besuchen 41 der 65 Unternehmer/-innen jedoch Veranstaltungen im Rahmen von Qualifizierungsangeboten. Im Folgenden werden diese Nennungen nach dem Grad der Nützlichkeit entsprechend der vorgegebenen 5-stufigen Skala “sehr hilfreich“ bis “überhaupt nicht hilfreich“ eingestuft (die Reihenfolge der Kurse hat keine Bedeutung). Die

Tabelle 4: 24 der 65 Unternehmer/-innen geben die folgenden Gründe für fehlende Inanspruchnahme von Qualifizierungsangeboten an (Mehrfachnennung).

Warum nutzen Sie keine Fortbildungen, Beratungen, Schulungen oder Trainings?	Nennungen
Ich habe kein Interesse / keinen Bedarf	7
Ich kenne keine Angebote	10
Die Angebote sind zu teuer	13
Ich habe keine Zeit	14
Ich habe zwar Zeit, aber die Termine der Qualifizierungen passen nicht zu meinen Betriebszeiten	4
Ich habe niemanden, der meine Kinder bzw. pflegebedürftige Familienangehörige betreut	4
Die Sprache ist zu schwer	3
Ich brauche andere Unterstützung	4

Namen der Anbieter werden hier aus Anonymitätsgründen nicht genannt. Die in Anspruch genommenen Qualifizierungsmaßnahmen werden nachfolgend nach Nützlichkeit sortiert dargestellt (wörtliche Zitate):

*“Sehr Hilfreich”*: Ada Schein Prüfungsvorbereitungskurs, Ausbildereignungsprüfung, Fortbildungskurse, Fotokurs, Steinoberflächen-Sanierung, 1 Jahr Trainingspaket, Produktschulung, Buchhaltung und Steuer, Start-Up-Orientierung und praktische Hilfe im unternehmerischen Alltag, Fachhandwerker-Schulung, Beratung, Reiseveranstaltungen, mehrere fachspezifische Fortbildungen, CAD Lehrgänge, Gedächtnistraining, Fachzeitschriften, Schlüsseldienst Seminar.

*“Hilfreich”*: Existenzgründungsseminar, Weiterbildungen in meinem Fachgebiet, Referat für Arbeit und Wirtschaft, Prüfungsvorbereitung HP Psych, Entspannungstraining, Installation, Integrierte Managementsysteme, IT Schulungen, Seminare, Zeitmanagement etc., Schulung für Außenanlagen, Gründungskurse, Gründungstraining.

*“Mäßig hilfreich”*: Vortrag über Gewer begründung, Existenzgründungskurse, Marketing, Gründungscoaching, Betriebs Check.

*“Wenig hilfreich”*: Coaching, Beratung, Forschung Unterstützung.

*“Überhaupt nicht hilfreich”*: Gründungs-Training.

Oben stehendes stellt keineswegs eine Evaluierung der Angebote dar, sondern drückt den subjektiven Nutzen für die Unternehmer/-innen aus.

### 3.6 Stellungnahme zum Unterstützungsbedarf

Auf einer Skala von 1 "trifft überhaupt nicht zu" bis 5 "trifft voll zu" wurden die Unternehmer/-innen zu ihrer Zustimmung zu unterschiedlichen Aussagen gebeten (siehe Abbildung 3)

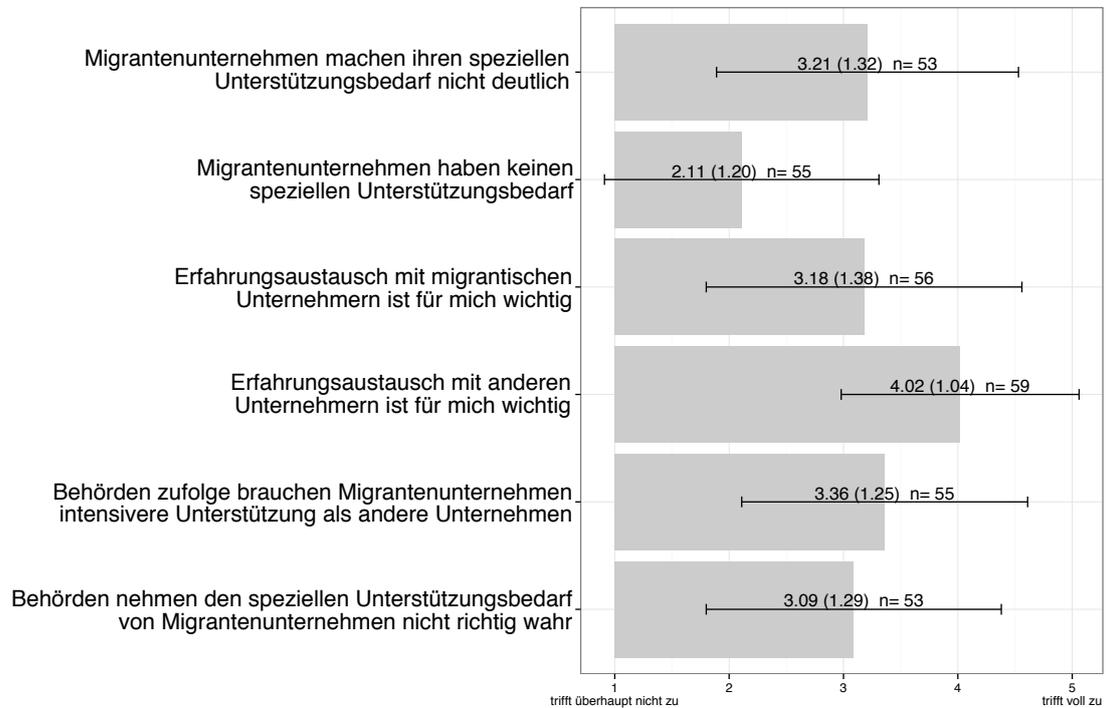


Abbildung 3: Die Mittelwerte ( $M$ ) und die Standardabweichung ( $SD$ ) der Zustimmungsaussagen der Unternehmer/-innen bezüglich der gefragten 6 Aussagen im Kontext von Unterstützungen. Die zugrunde liegende Skala reicht von 1 "trifft überhaupt nicht zu" bis 5 "trifft voll zu". Der Mittelwert und die Standardabweichung werden in der Schreibweise  $M(SD)$  dargestellt. Der Bereich um den Mittelwert um zwei Standardabweichungen – eine Standardabweichung niedriger und eine höher – gibt an, dass 68% der Unternehmer/-innen ( $n$ ) in diesem Bereich liegen.

Die Unternehmer/-innen geben an, dass sie speziellen Unterstützungsbedarf für sich sehen. Auch sind sie der Meinung, dass auch relevante Behörden davon ausgehen, dass "migrantische Unternehmen intensivere Unterstützung als sonstige bräuchten". Jedoch sind Sie der Ansicht, dass sie ihren "speziellen Unterstützungsbedarf nicht deutlich genug machen" und dass "Behörden die speziellen Anliegen der Unternehmer/-innen nicht richtig wahrnehmen".

Des Weiteren legen die Unternehmer/-innen tendenziell größeren Wert auf den "Austausch mit anderen Unternehmen" als auf den "Austausch mit anderen migrantischen Unternehmen".

### 3.7 Aktuelle Situation im Unternehmen

Die Leitfrage lautete:

*“Was trifft auf die aktuelle Situation Ihres Unternehmens zu?“*

Die zugrunde liegende Skala für die Zustimmung der Unternehmer/-innen zur aktuellen Situation im Unternehmen reicht von 1 *“trifft überhaupt nicht zu“* bis 5 *“trifft voll zu“*. Die Unternehmer/-innen gaben den Grad ihrer Zustimmung zu 26 Aussagen über Kunden, Angebote, Mitarbeiter und Organisation des Unternehmens an. Allen Unternehmern/-innen wurden die gleichen 26 Fragen vorgelegt. Nicht alle Unternehmer/-innen konnten alle Fragen sinnvoll beantworten, so konnten z.B. Solo-Selbständige keine Aussagen zu ihren Mitarbeitern machen. (siehe Abbildung 4 auf Seite 14).

Im Hinblick auf mitarbeiterbezogene Fragen ist auf eine Diskrepanz in den Antworten hinzuweisen: Auf die Frage *“Wie viele Mitarbeiter haben Sie (auch Teilzeitverträge, außer Ihnen)?“* im Fragenkomplex zum Unternehmen haben 32 Unternehmen eine positive Antwort bezüglich der Existenz eigener Mitarbeiter gegeben. 27 Unternehmer/-innen gaben an, keine Mitarbeiter zu haben. 6 Unternehmer/-innen ließen die Frage unbeantwortet. In Abbildung 4 scheint es jedoch, als gäbe es bis zu 49 Unternehmen mit Mitarbeitern, da sie die Fragen 8, 9, 13, 15, 16, 17, 19 und 23 (Fragen zu Mitarbeitern) beantworteten. Dies ergibt eine Diskrepanz von 11 Unternehmern ( $32+6=38$  gegen 49). Ähnliches gilt für die Frage 26, bei der sich 50 Unternehmen zur Ausbildung im eigenen Betrieb äußern, obwohl lediglich 15 von ihnen anerkannte Ausbildungsbetriebe sind. Dem könnten fehlerhafte Auskünfte und/oder ein sprachliches Missverständnis zugrunde liegen.

Die kumulierten Aussagen der Unternehmer/-innen geben eine generelle Tendenz des aktuellen Zustands mehrerer Unternehmen wieder. Die individuelle Situation eines Unternehmens kann dieser kumulierten Tendenz zuwider laufen.

### 3.8 Unterstützungswünsche

Die Eingangsfrage über die Unterstützungswünsche lautete:

*“Wofür wünschen Sie sich Unterstützung?“*

Die Unternehmer/-innen gaben ihre Meinung zu 25 Aussagen zu diversen Unterstützungsaspekten auf einer Skala von 1 *“keine Unterstützung“* bis 5 *“sehr viel Unterstützung“* an.

Allen Unternehmern/-innen wurden zunächst diese gleichen 25 Aussagen vorgelegt. Sie konnten zudem neue Unterstützungswünsche frei formulieren. In einem weiteren Schritt wurde den Unternehmern/-innen die Möglichkeit zu weiteren Erläuterungen oder Konkretisierungen der dringlichsten Unterstützungswünsche gegeben – d.h. wenn sie *“sehr viel Unterstützung“*, also 5 auf der 5-stufigen Skala angaben.

Die höchsten Unterstützungswünsche waren:

1. *Weiterentwicklung meines Unternehmens,*
2. *Kundenakquise,*

3. *Austausch mit anderen Unternehmen,*
4. *Kundenbindung,*
5. *Darstellung der Besonderheiten meines Angebots,*
6. *Betriebswirtschaftliche Fragen und*
7. *Rechtliche Anforderungen.*

Diese Aussagen waren besonders eindeutig, zumal sie eine sog. schiefe (asymmetrische) Verteilung aufweisen – also die Antworten häufen sich in Richtung höherer Werte (siehe Abbildung 5 auf Seite 15).

Bei Betrachtung dieser Unterstützungswünsche fällt auf, dass die Unternehmer/-innen die strategische Weiterentwicklung ihres Unternehmens und die Beziehung zu und Kommunikation mit ihren Kunden besonders im Blick haben.

Frei formulierte Unterstützungswünsche waren (nur von 2 Unternehmern/-innen):

*Betriebswirtschaftliche Auswertung.*

*Förderung für Auszubildende und finanzielle Unterstützung bei der Ausbildung.*

Die geringsten Wünsche an Unterstützung erhielten:

20. *Führung meiner Mitarbeiter,*
21. *Kommunikation im Betrieb,*
22. *Nutzung und Umgang mit Computer und Software,*
23. *Bedienung, Wartung und Reparatur von technischen Geräten,*
24. *Umgang mit Lieferanten“ und 25. “Herstellung meiner Produkte.*

Auch wenn für bestimmte Aspekte im Durchschnitt über alle Nennungen geringe Unterstützungswünsche angegeben wurden, können sich einzelne Unternehmer/-innen zu diesen Aspekten intensive Unterstützung wünschen.

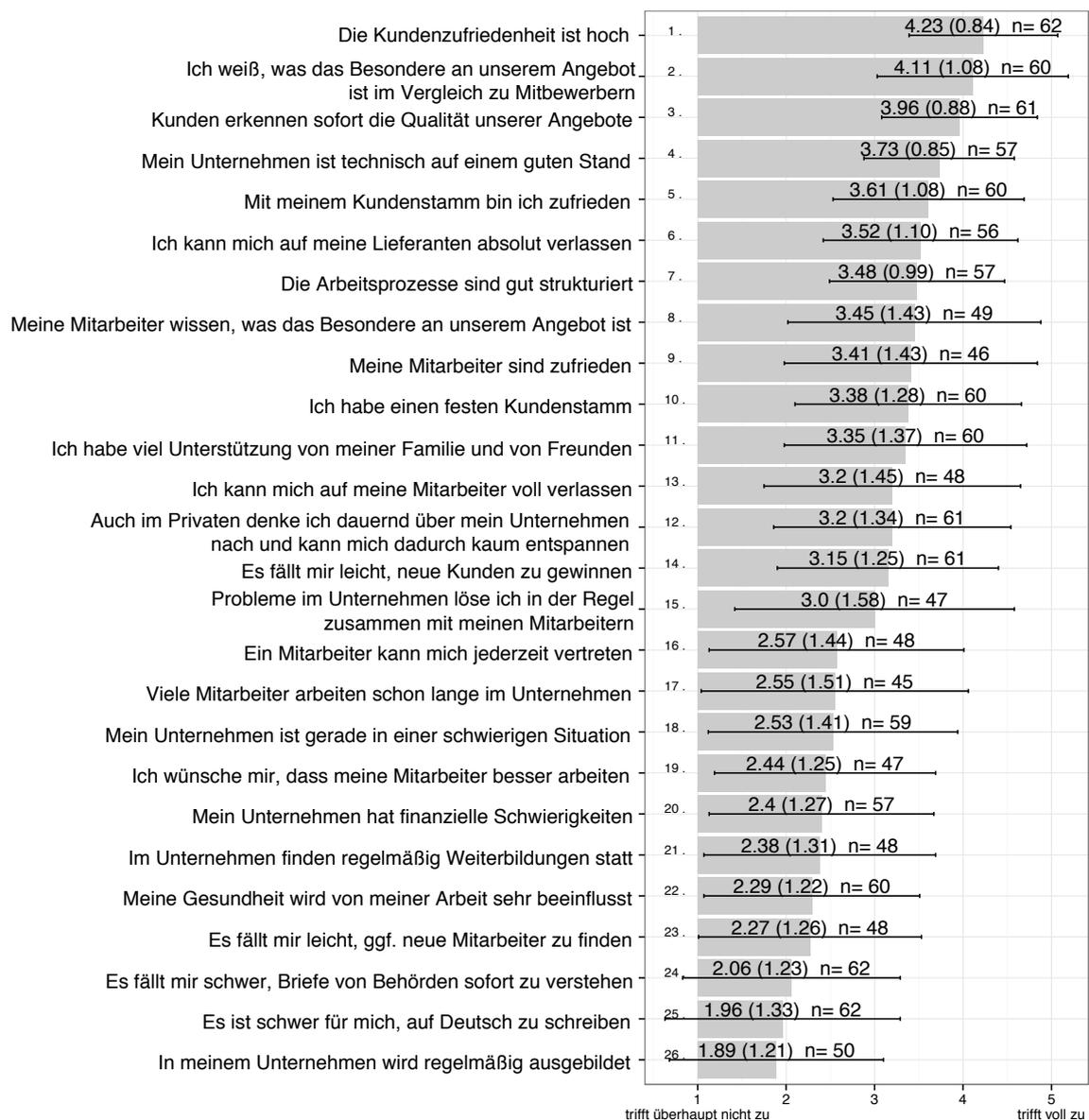


Abbildung 4: Die Mittelwerte und die Standardabweichungen der 26 Beschreibungen des aktuellen Zustandes des Unternehmens als Antwort auf die Frage "Was trifft auf die aktuelle Situation Ihres Unternehmens zu?" sind absteigend nach dem Grad der Zustimmung der 65 Unternehmer/-innen sortiert. Die den Zustimmungsaussagen über den aktuellen Zustand zugrunde liegende Skala reicht von 1 "trifft überhaupt nicht zu" bis 5 "trifft voll zu". Den Bereich um den Mittelwert um zwei Standardabweichungen – eine Standardabweichung niedriger und eine höher – gibt an, dass 68% der Antworten (n) in diesem Bereich liegen.

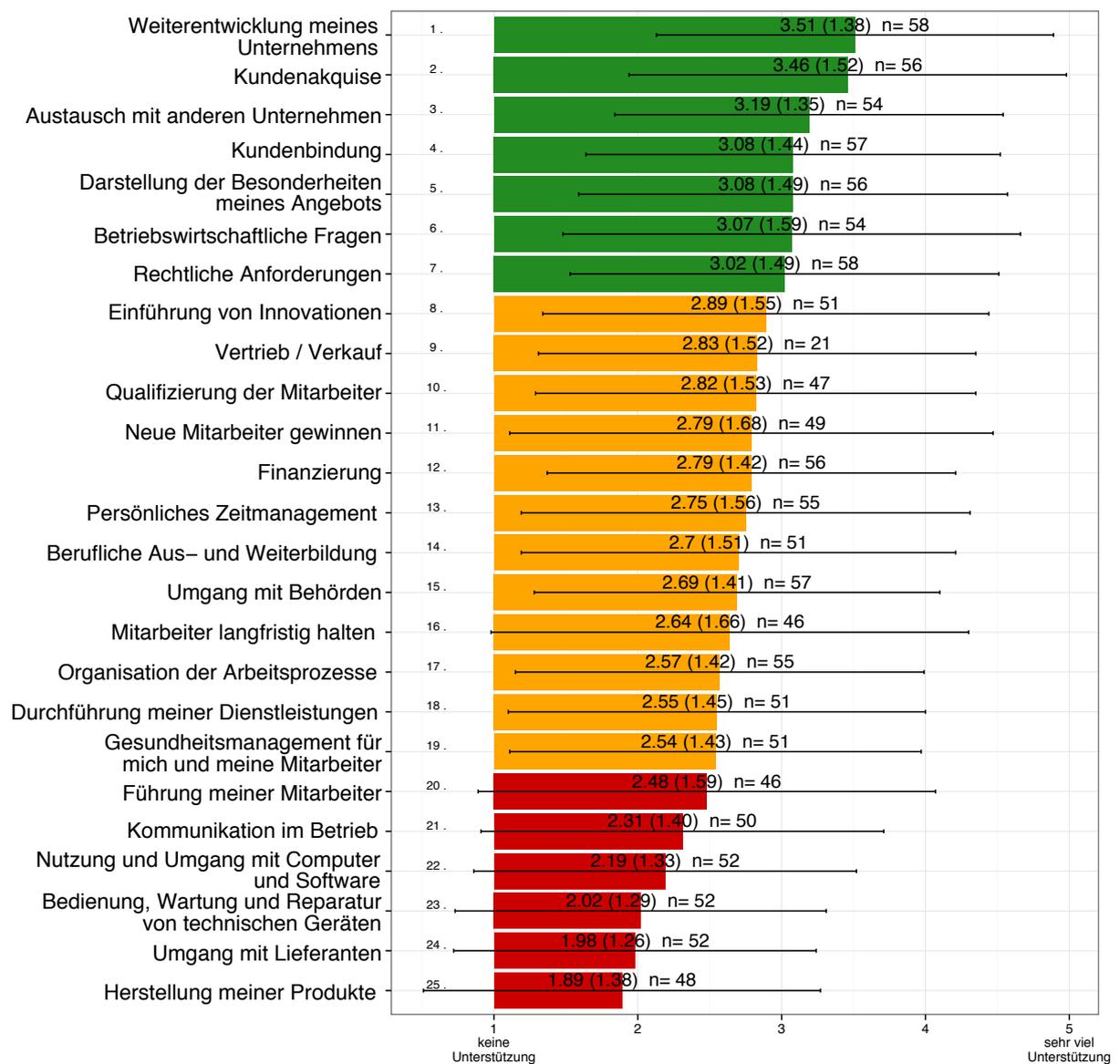


Abbildung 5: Die Mittelwerte und die Standardabweichungen der 25 Unterstützungsaussagen als Antwort auf die Frage *“Wofür wünschen Sie sich Unterstützung?”* sind absteigend nach dem Grad der Zustimmung der Unternehmer/-innen sortiert. Die zugrunde liegende Skala reicht von 1 *“keine Unterstützung“* bis 5 *“sehr viel Unterstützung“*. Den Bereich um den Mittelwert um zwei Standardabweichungen – eine Standardabweichung niedriger und eine höher – gibt an, dass 68% der Antworten (*n*) in diesem Bereich liegen.

Differenziert nach der in Anspruch genommenen Gründungsberatung zeigen sich signifikante Unterschiede hinsichtlich der Unterstützungswünsche. Die Unternehmer/-innen, die vor der Gründung eine Beratung erhielten, wünschen sich mehr Unterstützung als die anderen, und zwar in folgenden Bereichen: (siehe Tabelle 5):

- 2. *Kundenakquise*,
- 3. *Austausch mit anderen Unternehmen*,
- 4. *Kundenbindung*,
- 12. *Finanzierung*,
- 17. *Organisation der Arbeitsprozesse*,
- 19. *Gesundheitsmanagement für mich und meine Mitarbeiter*,
- 21. *Kommunikation im Betrieb* und
- 24. *Umgang mit Lieferanten*.

Tabelle 5: Die 25 Unternehmer/-innen, die keine Gründungsberatung erhielten, unterscheiden sich signifikant von den restlichen Unternehmer/-innen hinsichtlich der Wünsche nach Unterstützung. M stellt den Mittelwert und SD die Standardabweichung dar.

Item	Gründungsberatung		Signifikanz
	nein <i>M (SD)</i>	ja <i>M (SD)</i>	
2. <i>Kundenakquise</i>	2.80 (1.53)	4.00 (1.30)	$z = -3.081, p = .002$
3. <i>Austausch mit anderen Unternehmen</i>	2.61 (1.37)	3.58 (1.15)	$z = -2.545, p = .011$
4. <i>Kundenbindung</i>	2.58 (1.53)	3.43 (1.27)	$z = -2.162, p = .031$
12. <i>Finanzierung</i>	2.35 (1.56)	3.11 (1.28)	$z = -2.084, p = .037$
17. <i>Organisation der Arbeitsprozesse</i>	2.09 (1.24)	2.88 (1.47)	$z = -2.010, p = .044$
19. <i>Gesundheitsmanagement für mich und meine Mitarbeiter</i>	2.05 (1.17)	2.88 (1.52)	$z = -2.045, p = .041$
21. <i>Kommunikation im Betrieb</i>	1.87 (1, 22)	2.62 (1.47)	$z = -1.974, p = .048$
24. <i>Umgang mit Lieferanten</i>	1.48 (0, 93)	2.33 (1.36)	$z = -2.542, p = .011$

Als Signifikanz-Prüfung diente hierfür der Mann-Whitney-U-Test für unabhängige Stichproben, wobei  $z$  die standardisierte Teststatistik und  $p$  das Signifikanzniveau darstellen, wobei  $p < .05$  gelten als signifikant.

Die Daten liefern keine eindeutige Antwort darauf, warum diese 25 Unternehmer/-innen zwar Unterstützung wünschen, aber weniger als die anderen. Ein Interpretationsversuch dieser Diskrepanz mag wohl entweder an der spezifischen Bedarfslage dieser 25 Unternehmer/-innen liegen und/oder an den geschäftlichen Besonderheiten. Immerhin war die Gründungsberatung (von verschiedenen Institutionen) unterschiedlich hilfreich für diese Unternehmer/-innen.

Denjenigen Unternehmern/-innen, die *„sehr viel Unterstützung“* angekreuzt hatten, wurde die Möglichkeit gegeben, weitere Erläuterungen oder Konkretisierungen anzugeben. Es

wurden viele Angaben gemacht, die jedoch zum Teil höchst klärungs- bzw. interpretationsbedürftig sind. Konkrete Unterstützungsangebote können hieraus nicht abgeleitet werden. Im Folgenden werden diese Erläuterungen vollständig und wörtlich wiedergegeben. Daran ist erkennbar, wie vielfältig die Wünsche/Aussagen sind.

1. Näheres zu *“Weiterentwicklung meines Unternehmens”*:

- *Jahr auf dem Markt, wäre es schon eine Entwicklung zu erreichen.*
- *Hängt vom Ausbildungserfolg der Mitarbeiter ab.*
- *Kursen, Fortbildung.*
- *Man könnte sicher das Angebot ausbauen mit etwas mehr Zeit und Know-how. Ich bekomme leider immer mehr Konkurrenz in München.*
- *Was kann ich tun??*

2. Näheres zu *“Kundenakquise”*:

- *Händlerliste.*
- *Kunden anlocken. Internetmöglichkeiten.*
- *Macht den neu gegründeten Vertrieb – GmbH.*
- *Marketing / Google AdWords usw.*
- *Wie ich mein Produkt bekannt machen kann.*

3. Näheres zu *“Austausch mit anderen Unternehmen”*:

- *Erfahrungen von anderen Unternehmen lernen.*
- *Ist immer hilfreich um alle Themen.*
- *Kontaktforum / Kontakt-Plattform.*
- *Kursen, Fortbildung.*

4. Näheres zu *“Kundenbindung”*:

- *Beziehung mit Kunden bauen.*
- *Messe Information.*
- *z.B. einen Bewertungsbogen erstellen, so dass man Feedback über die Zufriedenheit des Hochzeitspaares (=Kunden) bekommt.*

5. Näheres zu *“Darstellung der Besonderheiten meines Angebots”*:

- *Formular.*
- *Lederware, bei mir designt, in Kolumbien handgefertigt.*
- *Werbung wäre wichtig und v.a. auch die Gelegenheit, bei Firmen/Clubs/Feiern, etc. mein Unternehmen einmal gratis oder für einen Sonderpreis vorzustellen (d.h. Fotos für alle Gäste).*

- *Wie werbe ich für mein Studio richtig und wo kann ich kosten sparen?*
  - *Wir haben ein Werbedesign Online Shop (Schilderherstellung) und die Beschreibung der ganzen Produkte in Deutsch ist für uns schwierig.*
6. Näheres zu *“Betriebswirtschaftliche Fragen“*:
- *Ich habe keinerlei Businessplan oder sonstige organisierte Wirtschaftsweise, bräuchte dringend tatkräftige Beratung, ohne aber dadurch viel Mehrarbeit zu bekommen.*
  - *Kursen, Fortbildung.*
  - *Lohnbuchhaltung.*
  - *USt-Voranmeldung, Auswertung.*
  - *Wie Rechne ich richtig ab im Studio.*
  - *Wir haben zwar Lexware (Warenwirtschaft) gekauft, aber ich kenne mich damit nicht so gut aus und versuche so gut es geht im Internet Antworten zu finden.*
7. Näheres zu *“Rechtliche Anforderungen“*:
- *Beim Finanzamt (fehlen Kenntnisse).*
  - *ElektroG, Gebrauchsmusterschutz, Markenschutz.*
  - *Kosten günstige Rechtsberatung.*
  - *Kursen, Fortbildung.*
8. Näheres zu *“Einführung von Innovationen“*:
- *Finanzielle Unterstützung.*
  - *Kontakt mit den neuen Tendenzen- Messe Besuch.*
  - *Neue technische Möglichkeiten benutzen.*
  - *z.B. Permanent Make-up.*
9. Näheres zu *“Vertrieb / Verkauf“*:
- *Handel im EU/Nicht EU, EU Verbraucherlinien.*
  - *Schulung der Mitarbeiter.*
10. Näheres zu *“Qualifizierung der Mitarbeiter“*:
- *Unterstützung bei der Ausbildung.*
  - *Was gibt es für Möglichkeiten ??*
11. Näheres zu *“Finanzierung“*:
- *Brauchen immer mehr Maschinen die wir und aber noch nicht leisten können.*
  - *Für soziale Projekte (wie macht man es?).*

- *Kursen, Fortbildung.*
  - *Unternehmenskredit mit nicht zu hohe Zinsen.*
12. Näheres zu *“Neue Mitarbeiter gewinnen“*:
- *Suche neue Mitarbeiter und wünsche mehr Beratung in Hinsicht auf Freiberufler/Selbständiger Basis oder evtl. doch Angestelltenverhältnis.*
  - *Wie?*
13. Näheres zu *“Persönliches Zeitmanagement“*:
- *Koordination von Home Office, Netzwerke etc.*
  - *Pers. Weiterbildung in entspr. Seminaren.*
  - *Wie am besten??*
14. Näheres zu *“Berufliche Aus- und Weiterbildung“*:
- *Ich brauche für unsere Unternehmen Ausbildung als Mediengestalter/in Digital und Print Gestaltung und Technik (oder vergleichbare Ausbildung) leider ist es für mich zu teuer.*
  - *Kursen, Fortbildung.*
15. Näheres zu *“Umgang mit Behörden“*:
- *Da ist die Problem mit Behörden-, Business- Deutsche Sprache.*
  - *Kursen, Fortbildung.*
  - *Sehr wichtig!*
16. Näheres zu *“Mitarbeiter langfristig halten“*:
- *Beratung.*
  - *Jemandem passendem zu finden, der wirklich engagiert ist.*
17. Näheres zu *“Organisation der Arbeitsprozesse“*:
- *Einführung der Zertifizierung DIN / ISO 9001.*
18. Näheres zu *“Durchführung meiner Dienstleistung“*:
- *Was gibt es auf dem Markt.*
  - *Wenn ich mehr Aufträge hätte, wäre es toll, wenn ein Mitarbeiter diese für mich ausführen könnte. Und ich bräuchte Hilfe bei Marketing/Finanzfragen und auch Versicherung meines kleinen 1-Mann-Betriebs.*
  - *Werbung z.B.*
19. Näheres zu *“Gesundheitsmanagement für mich und meine Mitarbeiter“*:

- *Auf was sollte man achten da wir noch jung sind?*
  - *Ext. Beratung.*
20. Näheres zu *“Führung meiner Mitarbeiter“*:
- *Pers. Weiterbildung in entspr. Seminaren.*
  - *Vertragsformen kennen lernen.*
  - *Was muss ich beachten und wie führe ich richtig? Ich hatte noch nie Mitarbeiter.*
21. Näheres zu *“Kommunikation im Betrieb“*:
- *Internet Kommunikation verbessern.*
22. Näheres zu *“Nutzung und Umgang mit Computer und Software“*:
- *Ich brauche für unser Unternehmen Ausbildung als Mediengestalter/in Digital und Print Gestaltung und Technik (oder vergleichbare Ausbildung) leider ist es für mich zu teuer.*
  - *Managing Programm.*
23. Näheres zu *“Bedienung, Wartung und Reparatur von technischen Geräten“*:
- *Eine Schulung für Bedienung von Laser, Plotter, Fräser.*
  - *Kann Mann die Wartungen auch selber durchführen???*
24. Näheres zu *“Umgang mit Lieferanten“*:
- *Da hackt es bei unserem schlechtem für Geschäft Deutsch.*
  - *Übrige / gesetzliche Auftragsprozesse, AGB.*
25. Näheres zu *“Herstellung meiner Produkte“*:
- *Malstunde bei YouTube (eigene Video herzustellen).*
  - *Schlüsselmaschinen.*

Die frei formulierten Wünsche waren sehr unterschiedlich und bewegen sich zwischen aktuellen, sehr spezifischen Fragestellungen und sog. Soft-Skills. Hinweise für Bildungsanbieter für ein verstärktes Angebot bestimmter Inhalte lassen sich daraus nicht ableiten.

### 3.9 Gestaltung von Qualifizierungsangeboten

Die Unternehmer/-innen wurden zudem gefragt:

*“Wie sollen Qualifizierungsangebote aussehen, damit Sie sie nutzen?”.*

Sie konnten ihre Präferenzen (Mehrfachnennungen) bezüglich der optimalen Rahmenbedingungen für die Gestaltung von Qualifizierungsangeboten angeben. Im Wesentlichen ging es um die Zusammensetzung der Teilnehmer, den Referenten sowie die zeitliche Gestaltung der Qualifizierungsangebote.

Die Aussagen von 38 Unternehmer/-innen über die Zusammensetzung der Teilnehmer bei Qualifizierungsmaßnahmen lassen sich wie folgt auflisten:

- *Nur Teilnehmer mit der gleichen/ähnlichen Fragestellung;*
- *Gemischt, und zwar in allen erwähnten Kriterien;*
- *Gemischte Unternehmen, auf keinen Fall nur Migranten;*
- *Gemischt, aber gleichen Alters (Generationenproblem selbst erfahren);*
- *Ist mir eigentlich egal.*

Der Grundtenor lautet bezüglich der Teilnehmer: Unbedingt gemischt (die einzige Einschränkung war bezüglich des Alters). Hinsichtlich der persönlichen Attribute (z.B. Motivation für Qualifizierung) und der geschäftlichen Bereiche (z.B. Fragestellung der Teilnehmer) sollte die Teilnehmergruppe jedoch homogen sein.

Die speziellen Wünsche an den Referenten waren spezifischer. Eine Zusammenfassung der Aspekte stellen folgende Aussagen von 40 Unternehmer/-innen dar:

- *Alter, Geschlecht und Herkunft spielt keine Rolle, aber mit theoretischen und praktischen Kompetenzen;*
- *Er/sie sollte kompetent auf ihrem Gebiet sein;*
- *Mit Erfahrung;*
- *Meiner Meinung nach sollte die Kurs leitende Person theoretische und praktische interkulturelle Kompetenzen aufweisen und in der deutschen Wirtschaft tätig sein / gewesen sein;*
- *Englischsprachig ist sehr wichtig, da ich sonst nicht wirklich folgen kann;*
- *Möglichst ohne starken bayerischen Dialekt, am besten Hochdeutsch;*
- *Gleichaltrig oder älter, Chemie muss stimmen;*
- *Hauptsache kompetent und zur Wissensvermittlung begabt;*
- *Mit Erfahrung!!; Mit Migrationshintergrund, Alter und Geschlecht egal, Erfolgreich!.*

Obwohl das Alter des/der Referenten/-in für einige Unternehmer/-innen gleichgültig erscheint, spielt es bei anderen doch eine Rolle. Der/die Kursleiter/-in sollte entweder gleichaltig, mittleren Alters oder älter sein. Er/Sie sollte zudem empathisch, wissensvermittelnd und fachlich kompetent sein. Die Erwartung an den/die Kursleiter/in unterscheidet sich kaum von der herkömmlichen Erwartung an einen guten Lehrer.

Bezüglich des gewünschten Wochentags der Qualifizierungsmaßnahme äußert sich die Stichprobe sehr heterogen. Einige bevorzugen das Wochenende, andere jedoch präferieren die Arbeitswoche oder eine Kombination von beiden. Ein leichter Trend ist in Bezug auf die Tageszeit abzulesen. Die Abendstunden werden geringfügig häufiger genannt als die Vor- oder Nachmittagsstunden. Eine etwas stärkere Tendenz ist jedoch bezüglich der optimalen Dauer zu erkennen. Eine deutliche Mehrheit bevorzugt Kompaktkurse. Es gibt aber auch eine nicht zu vernachlässigende Gruppe, die Kurse über mehrere kleinere Einheiten bevorzugt. Insgesamt lassen sich keine besonderen Präferenzen der Unternehmer/-innen bezüglich der Zeit erkennen.

### 3.10 Erfolg und Zufriedenheit

Die Unternehmer/-innen schätzten ihren eigenen Erfolg durch zwei Fragen auf einer 5-stufigen Skala mit den Polen 1 *“überhaupt nicht erfolgreich“* bis 5 *“sehr erfolgreich“* ein.

Die Antworten auf die erste Frage

*“Wie erfolgreich schätzen Andere die Entwicklung Ihres Unternehmens ein?“*  
und die zweite Frage *“Wie erfolgreich sehen Sie die Entwicklung Ihres Unternehmens?“*

waren die Antworten im Durchschnitt  $M = 3.62 (.95)$  bzw.  $M = 3.49 (.91)$ . Die Antworten sind also einstimmig hoch und weichen kaum voneinander ab.

Die subjektive Zufriedenheit *“Wie zufrieden sind Sie mit der Entwicklung Ihres Unternehmens, von der Gründung bis heute?“* wurde mittels einer Kunin-Skala (zahlenlose/wortlose Skala oder fünf Gesichtsausdrücke von *“Lächlis“* und *“Heulis“* 😊😊😊😊😊 ) erhoben. Die Zufriedenheit der meisten Unternehmer/-innen konzentrierte sich im mittleren Bereich mit der Tendenz zur Zufriedenheit, also auf die neutralen bis leicht lachenden Gesichtsausdrücke. Es waren 9 Unternehmer, die die traurigen Gesichtsausdrücke ausgewählt haben, welches deren generelles *“unzufrieden“* bis *“sehr unzufrieden“* ausdrückt.

Eine weitergehende Interpretation dieser Daten lässt sich nicht vornehmen.

### 3.11 Kontakt zu Münchner Institutionen

Die Unternehmer/-innen haben auf die Frage

“Wie hilfreich ist für Sie der Kontakt zu folgenden Institutionen?“

wie in Abbildung 6 geantwortet.

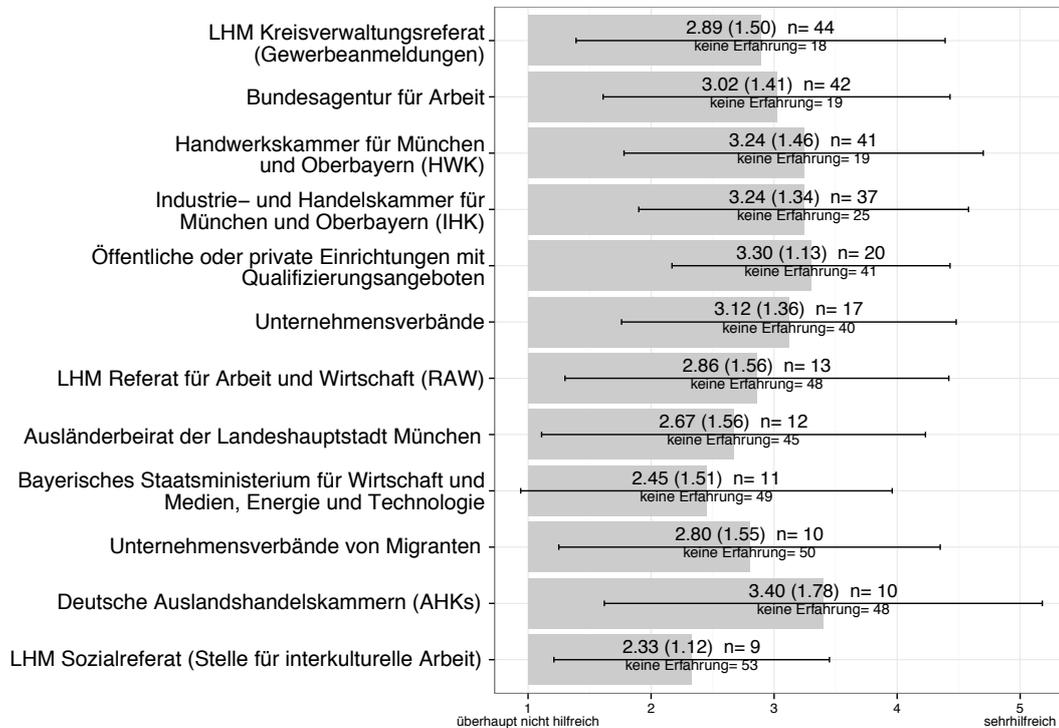


Abbildung 6: Die Unternehmer/-innen bewerteten ihre Erfahrungen mit den obigen Institutionen. Die Institutionen sind nach ihrem Bekanntheitsgrad (Zahl der Antworten  $n = 44, 42, \dots, 9$ ) sortiert. Die zugrunde liegende Skala reicht von 1 “überhaupt nicht hilfreich“ bis 5 “sehr hilfreich“. Die Mittelwerte und die Streuung der Antworten (Standardabweichungen) spiegeln die empfundene Qualität der Hilfe wieder, die sie bei diesen Institutionen erleben. Den Bereich um den Mittelwert ( $M$ ) um zwei Standardabweichungen ( $SD$ ) – eine Standardabweichung niedriger und eine höher – gibt an, dass 68% der Antworten ( $n$ ) in diesem Bereich liegen.

Aus der Zahl der Antworten ( $n$ ) zu den einzelnen Institutionen ist der Bekanntheitsgrad der Institution in dieser Stichprobe ablesbar. Die Institutionen sind in der folgenden Darstellung in der Reihenfolge ihrer Bekanntheit aufgelistet. Es zeigt sich, dass das Kreisverwaltungsreferat, in dem alle gewerblichen Unternehmer/-innen zwangsläufig ihr Gewerbe anmelden müssen, in der Bekanntheit ganz oben rangiert. Gefolgt wird es von der überregional vertretenen Institution Bundesagentur für Arbeit und den Kammern, bei denen ja ebenfalls

für alle Gewerbetreibenden eine Zwangsmitgliedschaft besteht. Von der Gruppe der teilnehmenden Unternehmen werden allgemeine Unternehmensverbände weit vor migrantischen Unternehmensverbänden genannt. Menschen mit Migrationshintergrund suchen den Kontakt mit diesen Institutionen aus unterschiedlichen Motiven zu verschiedenen Zeiten in diversen Kontexten auf.

Zur Frage, wie hilfreich der Kontakt zu den einzelnen Institutionen empfunden wird, liegen die Mittelwerte der Antworten relativ nah beieinander und zeigen relativ hohe Streuungen. Ein Vergleich der Mittelwerte zwischen den einzelnen Institutionen ist wenig sinnvoll, da die Institutionen unterschiedliche Dienstleistungen und Angebote für Unternehmen bieten. Jede Institution kann jedoch anhand ihres Mittelwerts und der Standardabweichung ablesen, wie hilfreich ihr Angebot von der hier angesprochenen Stichprobe empfunden wird.

# Anhang

## Herzlich Willkommen!

Die GAB München führt als Träger des Projekts KiM eine Online-Erhebung zum Thema „Ermittlung von *Qualifizierungsbedarfen von Migrantenunternehmen*“ durch.

Wir laden Sie gerne zu dieser interessanten Befragung ein und würden uns freuen, wenn Sie sich ca. 15-20 Minuten Zeit für die folgenden 10 Fragen-Bereiche nehmen.

Sie können die Befragung jederzeit unterbrechen und später wieder fortsetzen (siehe Knopf unten). Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym und vertraulich ausgewertet.

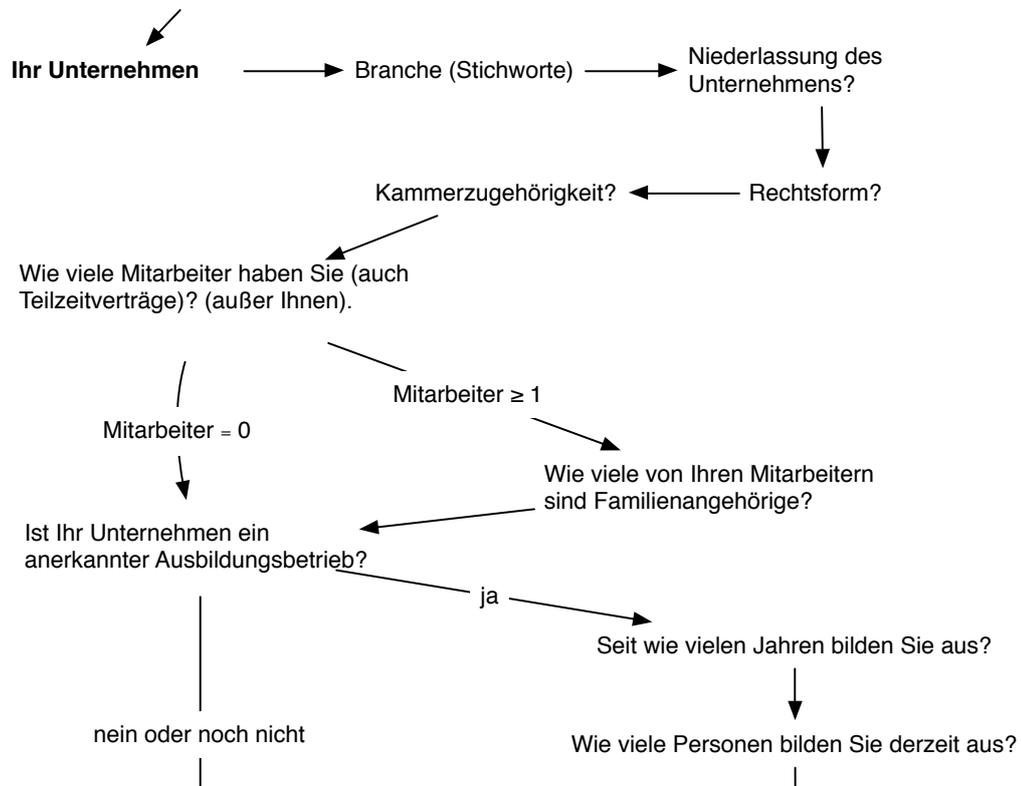
Für ein gutes Ergebnis ist es wichtig, dass Sie den Fragebogen möglichst **vollständig** ausfüllen.

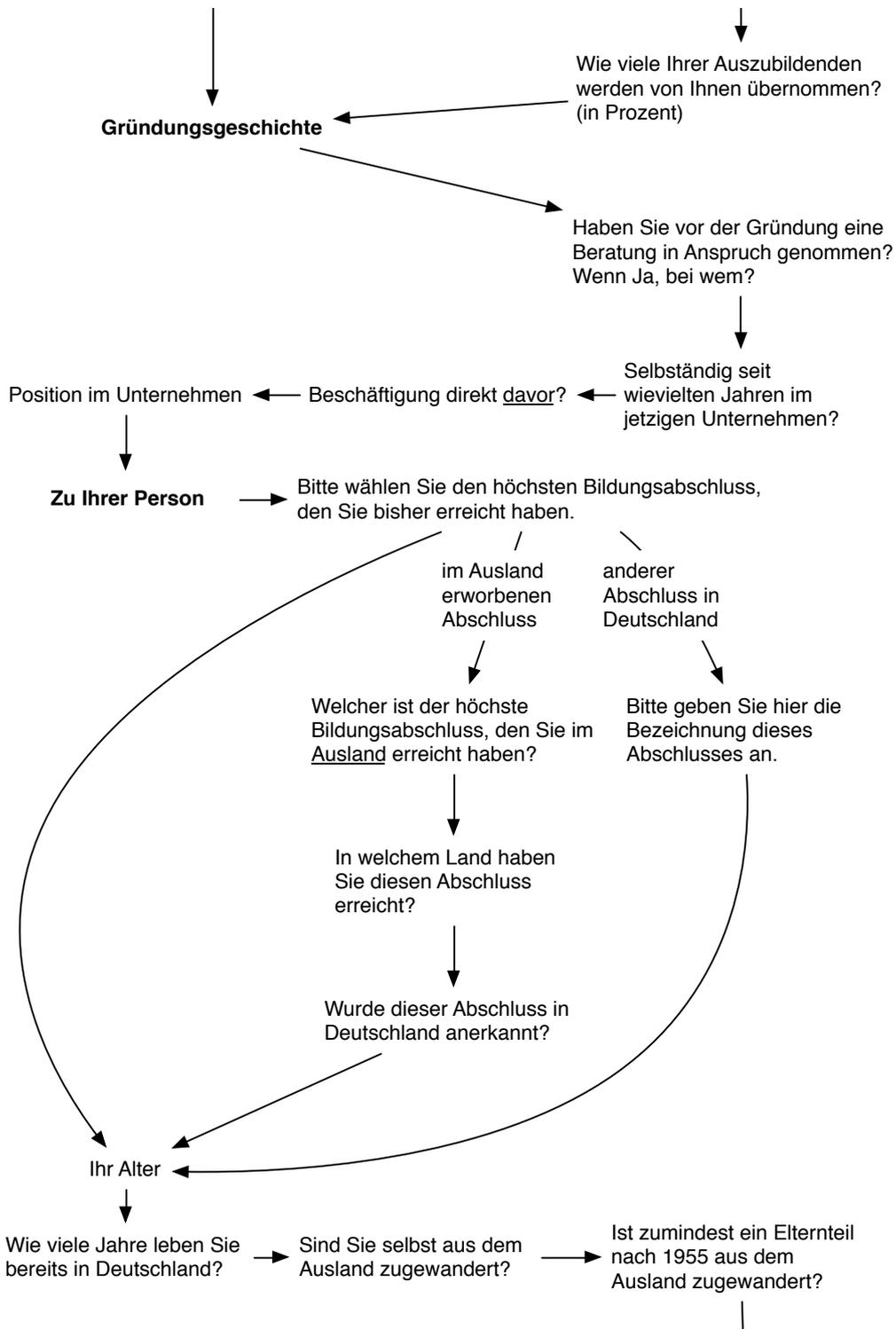
## Weitere Informationen

<http://www.gab-muenchen.de/>

Diese Studie wird durch den Europäischen Sozialfond der Europäischen Union und die Landeshauptstadt München (RAW) gefördert.

Wir verwenden die männliche Form. Natürlich sind aber beide Geschlechter angesprochen.





↓

Welche Sprachen sprechen Sie sonst noch? ← Muttersprache(n)? ← Geschlecht?

**Aktuelle Situation im Unternehmen**  
**Was trifft auf die aktuelle Situation Ihres Unternehmens zu?**

Kundenakquise.  
Kundenbindung.  
Darstellung der Besonderheiten meines Angebots.  
Vertrieb / Verkauf.  
Herstellung meiner Produkte.  
Durchführung meiner Dienstleistungen.  
Einführung von Innovationen.  
Organisation der Arbeitsprozesse.  
Kommunikation im Betrieb.  
Mitarbeiter langfristig halten.  
Führung meiner Mitarbeiter.  
Qualifizierung der Mitarbeiter.  
Berufliche Aus- und Weiterbildung.  
Neue Mitarbeiter gewinnen.  
Persönliches Zeitmanagement.  
Gesundheitsmanagement für mich und meine Mitarbeiter.  
Umgang mit Behörden.  
Rechtliche Anforderungen.  
Finanzierung.  
Betriebswirtschaftliche Fragen.  
Umgang mit Lieferanten.  
Austausch mit anderen Unternehmen.  
Nutzung und Umgang mit Computer und Software.  
Bedienung, Wartung und Reparatur von technischen Geräten.  
Weiterentwicklung meines Unternehmens.

↓

**Nutzen Sie Fortbildungen, Beratungen,  
Schulungen, Trainings o.Ä. von öffentlichen oder  
privaten Anbietern?**

nein

ja

Warum nutzen Sie keine Fortbildungen, Beratungen, Schulungen oder Trainings?

Bitte nennen Sie die Qualifizierungsangebote, die Sie genutzt haben, und geben Sie an, wie hilfreich diese Erfahrungen waren.



**Unterstützung für Ihr Unternehmen.  
Wofür wünschen Sie sich Unterstützung?**

Weiterentwicklung meines Unternehmens.  
Kundenakquise.  
Austausch mit anderen Unternehmen.  
Kundenbindung.  
Darstellung der Besonderheiten meines Angebots.  
Betriebswirtschaftliche Fragen.  
Rechtliche Anforderungen.  
Einführung von Innovationen.  
Vertrieb / Verkauf.  
Qualifizierung der Mitarbeiter.  
Finanzierung.  
Neue Mitarbeiter gewinnen.  
Persönliches Zeitmanagement.  
Berufliche Aus- und Weiterbildung.  
Umgang mit Behörden.  
Mitarbeiter langfristig halten.  
Organisation der Arbeitsprozesse.  
Durchführung meiner Dienstleistungen.  
Gesundheitsmanagement für mich und meine Mitarbeiter.  
Führung meiner Mitarbeiter.  
Kommunikation im Betrieb.  
Nutzung und Umgang mit Computer und Software.  
Bedienung, Wartung und Reparatur von technischen Geräten.  
Umgang mit Lieferanten.  
Herstellung meiner Produkte.



**Wie hilfreich ist für Sie der Kontakt zu folgenden Institutionen?**

Landeshauptstadt München / Referat für Arbeit und Wirtschaft (RAW).  
Landeshauptstadt München / Sozialreferat (Stelle für interkulturelle Arbeit).  
Landeshauptstadt München / Kreisverwaltungsreferat (Gewerbeanmeldungen).  
Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.  
Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern (IHK).  
Handwerkskammer für München und Oberbayern (HWK).  
Deutsche Auslandshandelskammern (AHKs).  
Bundesagentur für Arbeit.  
Ausländerbeirat der Landeshauptstadt München.  
Öffentliche oder private Einrichtungen mit Qualifizierungsangeboten.  
Unternehmensverbände.  
Unternehmensverbände von Migranten.





### **Was halten Sie von folgenden Aussagen?**

Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmern ist für mich wichtig.  
Erfahrungsaustausch mit migrantischen Unternehmern ist für mich wichtig.  
Migrantenunternehmen haben keinen speziellen Unterstützungsbedarf.  
Behörden zufolge brauchen Migrantenunternehmen intensivere Unterstützung als andere Unternehmen.  
Behörden nehmen den speziellen Unterstützungsbedarf von Migrantenunternehmen nicht richtig wahr.  
Migrantenunternehmen machen ihren speziellen Unterstützungsbedarf nicht deutlich.



### **Unternehmensentwicklung insgesamt, von der Gründung bis heute**

Wie erfolgreich schätzen Andere die Entwicklung Ihres Unternehmens ein?  
Wie erfolgreich sehen Sie die Entwicklung Ihres Unternehmens?  
Wie zufrieden sind Sie mit der Entwicklung Ihres Unternehmens, von der Gründung bis heute?



### **Wie sollen Qualifizierungsangebote aussehen, damit Sie sie nutzen?**

Zeit  
Zusammensetzung der Teilnehmer (z.B. nur Teilnehmer mit der gleichen/ähnlichen Fragestellung, Alter, Geschlecht, mit/ohne Migrationshintergrund, oder gemischt, usw.)  
Haben Sie spezielle Wünsche zum Referenten/Kursleiter? (z.B. Alter, Mann/Frau, mit/ohne Migrationshintergrund, soziale/interkulturelle Kompetenzen, usw.)  
Etwas Wichtiges vergessen? Was ist für Sie noch wichtig, das bisher nicht erwähnt wurde?



### **Gratulation!**

Sie sind einen Klick vom Ziel entfernt! Klicken auf "Abschicken", um die Befragung endgültig abzuschließen. Die Ergebnisse werden voraussichtlich Ende März öffentlich präsentiert. Ort und Datum werden auf unserer Webseite bekannt gegeben.

[http://www.gab-muenchen.de/de/detail-3\\_13\\_291-kim.htm](http://www.gab-muenchen.de/de/detail-3_13_291-kim.htm)

### **Über KiM**

Das Projekt KiM – Kompetenzoffensive in Migrantenunternehmen ist ein Projekt der GAB-München, Gesellschaft für Ausbildungsforschung und Berufsentwicklung. KiM wird gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union und der Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft (RAW).

### **Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

Wir bedanken uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe. Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Fenster nun schließen.