

EFA

ExistenzgründungsAgentur
für Frauen



GRÜNDERINNEN IM OLDENBURGER LAND: LANGE ERFOLG REICH AM MARKT

ANTJE TRÄGER | CLAUDIA BECKER



STUDIE:
RAHMENBEDINGUNGEN
UND NACHHALTIGKEIT
IN DER
EXISTENZGRÜNDUNG
VON FRAUEN

STUDIE:
RAHMENBEDINGUNGEN
UND NACHHALTIGKEIT
IN DER
EXISTENZGRÜNDUNG
VON FRAUEN

GRÜNDERINNEN IM OLDENBURGER LAND: LANGE ERFOLG REICH AM MARKT

Wildeshausen Juli 2021

ANTJE TRÄGER | EXISTENZGRÜNDUNGSAGENTUR FÜR FRAUEN
CLAUDIA BECKER | TRÄGERVEREIN FRAUEN UND WIRTSCHAFT e.V.

Gefördert durch:



Niedersächsisches Ministerium
für Soziales, Gesundheit
und Gleichstellung

**GLEICH
STELLUNG**
SICHTBAR MACHEN
CEDAW IN NIEDERSACHSEN

Gleichberechtigung
und Vernetzung e.V.

„EFA versteht sich als agile, selbstreflektive Einrichtung mit langjährig aufgebautem Know-how und orientiert sich nach einheitlichen Qualitätsstandards, die unter anderem im Niedersächsischen Netzwerk „Gründerinnen kompetent beraten“ erarbeitet wurden.“

Claudia Becker

DIE AUTORINNEN



CLAUDIA BECKER

Claudia Becker leitet als Geschäftsführerin des Trägervereins Frauen und Wirtschaft e.V. dessen Projekt EFA seit 2012. Sie studierte Germanistik, Wirtschaftswissenschaften und Rechtswissenschaft in Bielefeld sowie Organisationsentwicklung in Heidelberg und hat langjährige Erfahrung in der Geschäftsführung von Public-Private-Partnership-Projekten sowie in arbeitsmarktpolitischen Projekten für Frauen unter dem Dach des Trägervereins.



ANTJE TRÄGER

Seit 2019 ist Antje Träger als Gründungsberaterin bei der ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA) tätig. In Emden und Bremen absolvierte sie interdisziplinäre Studienfächer vorrangig in den Bereichen Wirtschaft und Soziales. Sie hat Erfahrungen in wissenschaftlicher Projektarbeit und engagierte sich bereits in der akademischen Frauenarbeit.

Die Autorinnen bedanken sich herzlich bei allen Kundinnen, die an der Befragung teilgenommen haben, und bei den Gleichstellungsbeauftragten der Trägerkommunen, die das Projekt begleitet und gefördert haben.

INHALT

| | |
|----|--|
| 9 | 1. Vorwort |
| 10 | 2. Gründerinnen im Oldenburger Land |
| 10 | 2.1 Die zehn wichtigsten Ergebnisse |
| 11 | 2.2 Sieben starke Schlussfolgerungen |
| 14 | 3. Die Studie |
| 14 | 3.1 Studiendesign |
| 14 | 3.1.1 Ziele und Herangehensweise |
| 15 | 3.1.2 Untersuchungsgrundlage |
| 15 | 3.2 Befunde und Auswertung |
| 15 | 3.2.1 Typologie der Gründerin |
| 15 | 3.2.2 Zur Entwicklung des Gründungsvorhabens |
| 16 | 3.2.3 Rahmenbedingungen der Gründungen |
| 17 | 3.2.4 Hintergründe und Durchführung der Gründung |
| 18 | 3.2.5 Zur aktuellen Situation des bestehenden Unternehmens |
| 18 | 3.2.6 Zum Marktaustritt des Unternehmens |
| 19 | 3.2.7 Zur Nicht-Gründung |
| 19 | 3.2.8 Abschließende Fragen |
| 24 | 4. Fazit und Ausblick |
| 26 | Impressum |



**Rund
6.500
gründungsinteressierte Frauen
hat die
ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA)
bei ihren Gründungsvorhaben
bisher beraten.**

Ende der 1990er Jahre betrug der Anteil von Frauen an den Gesamtgründungen in Deutschland – ebenso wie in der Region – rund 35 Prozent und hat sich seitdem kaum verändert. In der Vergangenheit fehlten Strukturen zur bedarfsgerechten Unterstützung von Unternehmerinnen am Markt ebenso wie genderbezogen aufgeschlüsselte Daten oder einschlägige Studien, die gezielt Frauen in den Blick nehmen. Existenzsicherung erfordert es, seine persönliche Existenz freibestimmt und unabhängig von familiären Situationen und Strukturen sichern zu können. Der Status Quo der monetären Verdienstsituation hat keinerlei Aussagekraft über die Existenzsicherung der Frau, stattdessen bildet die Existenzsicherung das gesamte Erwerbsleben ab. Jeglichen Formen von weiblicher Diskriminierung gilt es entgegenzutreten.

Als Gleichstellungsbeauftragte der Städte Oldenburg und Delmenhorst sowie des Landkreises Oldenburg zählt zu unseren Kernaufgaben auch der Abbau von Diskriminierungen in der Arbeitswelt. Um in unseren Kommunen gute Rahmenbedingungen und Beratungsangebote für Gründerinnen zu schaffen, wurde von uns daher im Jahr 1998 gemeinsam die ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA) als eine der ersten professionellen Beratungsstellen für Frauen in Niedersachsen gegründet. Von Beginn an stand dabei eine gute interkommunale Zusammenarbeit auf freiwilliger Basis im Vordergrund. Seit damals erhält das Vorhaben Unterstützung und eine erhebliche finanzielle Förderung durch das Land Niedersachsen und die EU. Bis heute begleiten wir die EFA in unserer Eigenschaft als Mitglieder im Vorstand des federführenden Trägervereins Frauen und Wirtschaft e.V.

Rund 6.500 gründungsinteressierte Frauen hat die ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA) bei ihren Gründungsvorhaben seitdem beraten. Eine auf Frauen spezialisierte Beratungsstelle, damals ein absolutes Novum, hat auch heute nichts von ihrer Aktualität und Notwendigkeit verloren. Frauen gründen anders. Ihr Lebensrahmen hat einen erheblichen Einfluss auf ihr Gründungsverhalten und auf den Erfolg ihrer Gründungen.

Die hier vorgelegte aktuelle Studie untersucht, wie Frauen gründen und wie erfolgreich und dauerhaft sie als Unternehmerinnen am Markt bestehen. Sie wird im Rahmen des Projektes „Gleichstellung sichtbar machen – CEDAW in Niedersachsen“ (www.gleichstellung-sichtbar-machen.de) vom Niedersächsischen Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung gefördert. Durch die langjährige Begleitung von Frauen durch die ExistenzgründungsAgentur auf dem Weg dahin, „die eigene Chefin“ zu sein, konnten wir auf wertvolle Grundlagen zurückgreifen. Mit dieser Studie lassen sich gültige Aussagen zum Gründungsverhalten von Frauen im Projektgebiet ableiten und notwendige Rahmenbedingungen sowie Unterstützungsbedarfe durch alle Akteurinnen und Akteure am Arbeitsmarkt werden deutlicher. Nicht zuletzt lässt sich mit den vorliegenden Ergebnissen die eigene Beratungsarbeit entsprechend zukunftsfähig ausrichten.

Wer ein Unternehmen gründen oder übernehmen möchte, muss zahlreiche Anforderungen erfüllen. Das Geschlecht sollte dabei keine Rolle spielen. Unmittelbare, mittelbare und strukturell bedingte Diskriminierungen von Frauen gilt es – ganz im Sinne der Frauenrechtskonvention – zu beseitigen.

Wovon der Erfolg am Markt abhängt und was wir daraus lernen können, das untersucht diese Studie. EFA wird auch weiterhin Frauen mit Gründungspotenzial zur Selbstständigkeit motivieren. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Die Gleichstellungsbeauftragten der Trägerkommunen

Petra Borrmann
Stadt Delmenhorst

Britta Hauth
Landkreis Oldenburg

Wiebke Oncken
Stadt Oldenburg

2/

GRÜNDERINNEN IM OLDENBURGER LAND

1. Insgesamt hat sich das Gründungsverhalten von Frauen in den letzten 20 Jahren nicht signifikant verändert.

2. Die Hälfte der Gründerinnen, die zwischen 2012 und 2015 eine Gründungsberatung bei der EFA in Anspruch genommen und an der Umfrage teilgenommen haben, ist noch am Markt. Hiervon ist weit über die Hälfte mit der Umsatz- und Gewinnentwicklung und der Markttabelle des Unternehmens mindestens zufrieden. 60 Prozent der Befragten würden wieder gründen.

3. Branchen, in denen Frauen gegründet haben, sind mit nahezu 85 Prozent die des Gesundheits- und Sozialwesens, freiberufliche und sonstige Dienstleistungen sowie Erziehung und Unterricht.

4. Gute Vorbereitung sichert den Erfolg: Gründerinnen bereiten sich gründlich und lange auf ihre Gründung vor. Sie belegen Workshops und Fortbildungen und haben in der Mehrheit eine solide Qualifikations- und Berufsbasis.

5. Frauen sind bei der Finanzierung vorsichtig: Sie gründen mit wenig Startkapital (in der Mehrheit bis 5.000 Euro). Wenn finanziert wird, dann häufiger mit Eigenkapital als mit Krediten, gefolgt vom Gründungszuschuss bei Bezug von Arbeitslosengeld I. Finanzierungsformen wie Crowdfunding, Beteiligungskapital und Bürgschaften spielen eher selten eine Rolle.

6. Gründerinnen sind hinsichtlich der zentralen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Umsatz, Investitionen, Beschäftigtenzahlen sowie Expansion zurückhaltend.

7. Frauen gründen eher spät im Lebensverlauf.

8. Frauen gründen im Voll-erwerb ebenso häufig wie im Nebenerwerb.

9. Gründerinnen sind nicht auf schnellen Erfolg und große Gewinne aus und legen eher Wert auf Stabilität und Nachhaltigkeit.

10. Es gibt eine große Vielfalt an Gründungsmotiven. Am häufigsten genannt werden Unabhängigkeit und Selbstbestimmung, berufliche Neu- oder Umorientierung und die Umsetzung einer konkreten Geschäftsidee.

2.2

SIEBEN STARKE SCHLUSSFOLGERUNGEN

1. Frauen als Einzelkämpferinnen – die wichtigsten Eckdaten

Frauen sind häufig im kleinen Stil auf dem Markt unterwegs. Sie gründen vornehmlich allein – ohne unternehmerische Partnerschaft – und in der Rechtsform des Einzelunternehmens. Die gewählte Rechtsform erklärt ein Stück weit, dass es sich zumeist um Neugründungen handelt und geschäftliche Übernahmen nur vereinzelt eine Rolle spielen. Der zeitliche Umfang, in dem gegründet wird – ob in Teilzeit oder Vollzeit – ist wiederum sehr individuell. Gründerinnen beschäftigen eher selten Mitarbeitende und wenn doch, dann zumeist nicht mehr als fünf, die überwiegend in Teilzeit- oder auf Minijob-Basis arbeiten. Care-Arbeit und sonstige personennahe Dienstleistungen sind unter den Gründerinnen gefragt. Zu den nennenswerten Branchen, in denen die Frauen zu fast 85 Prozent gegründet haben, gehören das Gesundheits- und Sozialwesen, freiberufliche und sonstige Dienstleistungen sowie Erziehung und Unterricht. Die Finanzierung der Gründung erfolgt insbesondere durch Eigenkapital, gefolgt vom Gründungszuschuss der Bundesagentur für Arbeit bei ALG-I-Bezug. Finanzierungs-konzepte wie Crowdfunding, Beteiligungskapital und Bürgschaften spielen punktuell eine Rolle. Frauen investieren in ihre Gründung vornehmlich maximal 5.000 Euro, nicht wenige bleiben investiv sogar unter der 1.000-Euro-Grenze.

Gründerinnen treten gut vorbereitet auf den Markt: Sie belegen Seminare und Workshops rund um das Thema „Gründung“ und bilden sich auf fachlicher Ebene weiter oder aus. Es gibt eine große Vielfalt in der Motivation für Existenzgründungen, die drei am häufigsten genannten sind Unabhängigkeit und Selbstbestimmung, berufliche Neuorientierung und die Umsetzung einer konkreten Geschäftsidee.

2. Welche Frauen gründen...

„Zu betreuende Kinder“ scheint kein Faktor zu sein, der das Gründungsinteresse per se hemmt. Im Gegenteil bietet die Selbstständigkeit eine Flexibilität, die für ein generelles Gründungsinteresse bei vorliegender Kinderbetreuung förderlich ist. Auch eine Lebenspartnerschaft scheint die Realisierung eines Gründungsvorhabens zu begünstigen, da sich einige Risikofaktoren minimieren. Ein zusätzliches Einkommen kann zu einer entlastenden finanziellen Situation beitragen, eine „helfende Hand“ unterstützt im privaten und familiären Bereich. Für alleinstehende und besonders alleinerziehende Frauen stellt die Umsetzung einer Selbstständigkeit eine größere Barriere dar. Der Schwerpunkt von Gründerinnen liegt mit 55 Prozent im mittleren Alter zwischen 40 und 55 Jahren. Unter 25-Jährige gründen selten, bevor eine solide berufliche Ausbildung abgeschlossen ist.

3. Gute Aussichten – lange am Markt

Positiv ist, dass die Hälfte der Befragten seit ihrer Gründung zwischen 2012 und 2015 noch am Markt vertreten ist. Die Mehrheit ist zudem mindestens zufrieden mit der individuellen Umsatz- und Gewinnentwicklung wie der aktuellen Marktsituation. Davon ist ein entscheidender Teil sogar sehr zufrieden.

4. Warum Frau kapituliert...

Der Marktaustritt erfolgt bei Frauen zumeist innerhalb der ersten drei bis fünf Jahre – und damit früh genug, bevor ein Missstand schwer auszugleichen ist. Die Motivlagen für die Geschäftsaufgabe sind vielfältig und hängen von der individuellen persönlichen und unternehmerischen Situation ab. Festzuhalten ist, dass für Frauen das Sicherheitsbedürfnis nach wie vor in beide Richtungen eine zentrale Rolle spielt. So ist der frühzeitige Rückzug vom Markt mit prophylaktischen Beweggründen zu erklären gemäß dem Motto „...lieber jetzt den Markt verlassen, bevor es zu spät ist!“. Dieses Gefühl kann sich sowohl auf einen finanziellen Schaden beziehen, als auch auf persönliche Herausforderungen wie das „in-Balance-halten“ einer intakten Gesundheit und eines Familienlebens. Solche persönlichen, familiären Gründe haben insbesondere Gewicht, wenn eine Gründung gar nicht erst realisiert worden ist. Auch wurde vielfach „in letzter Sekunde“ eine attraktiv erscheinende Berufsperspektive der Gründung vorgezogen, was sich vorrangig auf den Sicherheitsfaktor in einem Anstellungsverhältnis zurückführen lässt.

2.1 DIE ZEHN WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

5. Gründlich vorbereitet zum Erfolg

Offenbar kann insbesondere den wirtschaftlichen Gründen, die die Aufgabe des eigenen Unternehmens verursachen, durch eine gründliche Vorbereitung, klare Absprachen und mehr Unterstützungsleistungen vorgebeugt werden. Vorbereitende Maßnahmen wie intensive Marktanalysen können frühzeitig Schwächen im Gründungskonzept zeigen und so auch dazu beitragen, dass es gar nicht erst zu einer Gründung kommt.

Bei den persönlichen Motiven sind häufiger „falsche“ Erwartungen im Zusammenhang mit einer Selbstständigkeit wesentlich sowie der Eintritt unerwarteter Ereignisse und Situationen. Eine gründliche Vorbereitung – inhaltlich, fachlich wie unternehmerisch – bietet eine solide Basis für den Bestand am Markt. Es bleiben nicht planbare Risiken, die den Unternehmensbestand trotz einer vorangegangenen realistischen Planung und Kalkulation negativ beeinflussen können.

6. Fifty-fifty bei Vollzeit- und Teilzeitgründungen

Im Rahmen der Studie waren Vollzeitgründungen beinahe genauso häufig wie Teilzeitgründungen. Interessant ist, dass diese Wahrnehmung auch für den Wechsel der zeitlichen Erwerbskonstellationen gilt – von Teilzeit in Vollzeit und von Vollzeit in Teilzeit. Nach wie vor lassen sich weibliche Nebenerwerbsgründungen insbesondere auf sicherheitsbezogene Motivlagen zurückführen. Doch zeigen die Ambitionen für Vollzeitgründungen auch die Gewichtung anderer Motivlagen wie Unabhängigkeit und Selbstbestimmung oder die persönliche Überzeugung einer Gründungsidee.

Zwischen den Gründungsmotiven und der Entwicklung wie Beständigkeit des Unternehmens konnte kein direkter Zusammenhang festgestellt werden. So hat sich nicht einmal für eine Gründung aus der Not heraus ermitteln lassen, dass diese Gründung automatisch mit einer Kurzlebigkeit einhergeht. Die Motivlagen dafür, einer selbstständigen Tätigkeit nachzugehen, sind ähnlich vielfältig, wie solche, die dazu beitragen, ein Unternehmen wieder aufzugeben. Sie umfassen eine Bandbreite an unterschiedlichen wirtschaftlichen wie persönlichen Motivlagen. 60 Prozent der befragten Kundinnen würden erneut gründen oder ein weiteres Gründungsvorhaben angehen. Etwas weniger eindeutig ist die Erkenntnis, im Gründungsprozess heutzutage alles genauso zu machen (55 Prozent) oder manches anders angehen zu wollen (45 Prozent).

7. Wie Frauen von Frauen lernen können

Gründerinnen können ihren Gründungsprozess erfolgreicher umsetzen, wenn organisatorische Strukturen und Abläufe effizient gestaltet und unternehmerische Entscheidungen auf fundierten Grundlagen getroffen werden (z.B. hinsichtlich Standortwahl und Preiskalkulation), aktives Marketing betrieben wird und die Finanzierung sichergestellt ist (z.B. indem höhere Kreditsummen aufgenommen und frühzeitig Rücklagen gebildet werden). Zudem würden Gründerinnen in der Rückschau noch verstärkter auf Vernetzungs-, Kooperations- und Unterstützungsmöglichkeiten sowie Wissensvermittlung zurückgreifen. Ein Appell an die weiblichen Gründungsinteressierten ist auch, der eigenen Person mehr zuzutrauen, und dieses nach außen hin selbstbewusst zu vertreten. Frauen sollten für einen eleganten Einstieg ins Business unter Berücksichtigung ihrer Lebenssituation und ihrer Erwartungen vorab genau abstecken, in welchem zeitlichen Rahmen eine Gründung für sie möglich ist (Neben- oder Vollerwerbsgründung).



Anja Hauerken
live-global, Delmenhorst



Kathrin Wellmann

„Mein Angebot startete bereits 2018 nebenberuflich und wird nach und nach um einzelne Themen ausgebaut. Im Frühjahr 2020 lief mein Angebot so gut, dass ich mir Gedanken über weitere Schritte machen musste.“

Anja Hauerken,
live-global, Delmenhorst

„Am Anfang war die größte Herausforderung mir vorstellen zu können, dass eine Buchhandlung hier auf dem Hof wirklich laufen könnte und den Mut aufzubringen, den Schritt mit Großfamilie in die Selbstständigkeit zu wagen.“

Kathrin Wellmann,
Hofbuchhandlung in Westerholt, Wardenburg

1 | Sich selbst mehr zutrauen!

2 | Mutiger sein, größer denken:
Mehr Invest, mehr Profit,
mehr Marketing und Vertrieb

3 | Nicht alles selber machen:
Delegieren, Arbeitsplätze schaffen,
Dienstleistungen vergeben

4 | Besser vernetzen!

5 | Schneller reagieren!



GROSSE ERKENNTNISSE
VON GRÜNDERINNEN
AUS DER EIGENEN
GRÜNDUNGSGESCHICHTE

3/ DIE STUDIE

3.1 STUDIENDESIGN

3.1.1 ZIELE UND HERANGEHENSWEISE

Die vorliegende Studie soll dazu beitragen, das Gründungsverhalten und das Gründungsklima für Frauen im Oldenburger Land und in den angrenzenden Städten Oldenburg und Delmenhorst abzubilden. So können Potenziale und Hürden der Selbstständigkeit als Möglichkeit der Existenzsicherung von Frauen sichtbar werden. Ausgangslage war die Frage, wie sich frühere Gründungsvorhaben entwickelt haben und wo diese Vorhaben heute stehen.

Folgende Fragestellungen spielen im Rahmen der Studie eine entscheidende Rolle:

- Wurde nach der Beratung durch die EFA tatsächlich gegründet?
- Existieren Selbstständigkeit oder Firma heute noch?
- Welche Motivationen waren maßgeblich für das Gründungsvorhaben?
- Was waren die Gründe dafür, dass das Gründungsvorhaben aufgegeben wurde?
- Aus welchen Lebenssituationen heraus haben die Frauen gegründet?
- Wie häufig begründen ein prekärer Arbeitsmarkt oder mangelnde Karrierechancen den Weg in die Selbstständigkeit?
- Denken Frauen das Thema „Familie“ gleich mit?
- Wurde finanziert und wenn ja, wie?
- Wie haben sich die Geschäftsmodelle monetär entwickelt und sind sie heute am Markt fest etabliert?
- Wurde im Voll- oder Nebenerwerb gegründet und mit welchem zeitlichen Budget ist die Unternehmerin heute aktiv?
- Wie bewerten die Kundinnen ihr Business aktuell?
- Was hätten sie in der Rückschau im Gründungsprozess anders gemacht oder was hätten sie gebraucht?
- Ist die Selbstständigkeit nach wie vor eine Option als Existenzgrundlage?

Und letztlich wollten wir schauen, ob sich am Gründungsverhalten von Frauen in den vergangenen Jahren signifikante Veränderungen ablesen lassen.

Empirische Daten wurden zunächst durch eine Online-Umfrage und in einem zweiten Schritt als Lückenschluss durch telefonische Befragung erhoben. Zielgruppe der Befragung waren Frauen, die zwischen 2012 und 2015 eine Gründungsberatung der Existenzgründungsagentur für Frauen (EFA) wahrgenommen hatten. Die Datenerhebung fand in einem Zeitraum von Februar bis einschließlich Juni 2020 statt. In Summe wurden 651 Kundinnen im genannten Untersuchungszeitraum kontaktiert. Die Rücklaufquote betrug mit 132 Teilnehmerinnen rund 20 Prozent.

Die Studie ergänzen Statements von Gründerinnen, die heute erfolgreich ein Business führen und die EFA in den vergangenen zwei Jahren porträtiert hatte. Diese zusätzlichen Aussagen bilden die Vielfalt weiblicher Gründungsaktivitäten ab.

Die Befragung wurde mit Beginn der Coronapandemie durchgeführt. Sicher ist diese besondere Situation in die Einschätzungen des Status Quo und der Zukunftsaussichten der Betriebe in und nach einer Krise eingeflossen.

3.1.2 UNTERSUCHUNGSGRUNDLAGE

Untersuchungsgrundlage war ein Fragebogen. Zunächst wurden soziodemografische Angaben zur Gründerinnenperson wie Alter, Familienstand oder Ausbildungsgrad erfragt. Es folgten Fragen zur Entwicklung des damaligen Gründungsvorhabens. Hatte die Teilnehmerin ihr damaliges Gründungsvorhaben realisiert, evaluierten wir zu den Rahmenbedingungen (z. B. Branche, Rechtsform, Erwerbsumfang) sowie hinsichtlich der Umsetzung der Gründungsidee (z. B. Finanzierung, Gründungsmotive). Bestand das Business bis zum Evaluationszeitpunkt, bezogen sich die folgenden Fragen auf die aktuelle Situation des Unternehmens. Dabei wurden u. a. Fragen zu Beschäftigten, zur Umsatz- und Gewinnentwicklung oder Marktetablierung gestellt. Wurde das Unternehmen aufgegeben, erfragten wir die Gründe für den Marktaustritt. Kam es gar nicht erst zu einer Gründung, fragten wir nach den Gründen dafür.

Abschließend wurden alle Teilnehmerinnen, unabhängig von der Realisierung ihres Gründungsvorhabens, gefragt, ob sie heute noch einmal gründen würden und ob sie rückblickend anders vorgehen würden.



3.2 BEFUNDE UND AUSWERTUNG

3.2.1 TYPOLOGIE DER GRÜNDERIN

**Mittleres Alter, gebunden,
mit Kindern, qualifiziert!**

Nach Auswertung der soziodemografischen Daten konnten folgende Merkmale der Zielgruppe identifiziert werden: Die Mehrheit der Teilnehmerinnen (55 Prozent) ist zwischen 40 und 55 Jahre alt. Frauen im Alter von 25 bis 39 hatten einen Anteil von 21 Prozent, die über 55-Jährigen von 24 Prozent. Auffällig: Jünger als 25 Jahre alt war zum Befragungszeitpunkt keine der Frauen. Verheiratet oder in Partnerschaft lebend sind nahezu 70 Prozent der ehemaligen Gründungsinteressierten, alleinstehend etwa ein Viertel der Frauen, während mit 5 Prozent der geringste Anteil angab, alleinerziehend zu sein. Dabei haben mit 64 Prozent weit mehr als die Hälfte der Frauen Kinder unter 18 Jahren. Der verbleibende Anteil hat entweder keine Kinder oder diese sind bereits über 18 Jahre alt und damit volljährig.

Die potenzielle Gründerin ist qualifiziert

Alle Gründungsinteressierten verfügen über einen Schulabschluss, die meisten haben Abitur. Der überwiegende Teil (rd. 70 Prozent) weist eine abgeschlossene Berufsausbildung nach oder einen Hochschulabschluss. Beinahe zehn Prozent haben einen Meistertitel oder promoviert.

3.2.2 ZUR ENTWICKLUNG DES GRÜNDUNGSVORHABENS

Die Mehrheit ist weiter am Markt

Von insgesamt 132 Teilnehmerinnen haben deutlich mehr als die Hälfte, nämlich 67 Prozent, ihr damaliges Gründungsvorhaben verwirklicht. Bei knapp über 50 Prozent besteht die gegründete Existenz auch heute noch, während die verbleibenden 16 Prozent ihre Existenz aufgegeben haben. 33 Prozent der Teilnehmerinnen haben ihr Gründungsvorhaben nicht realisiert.

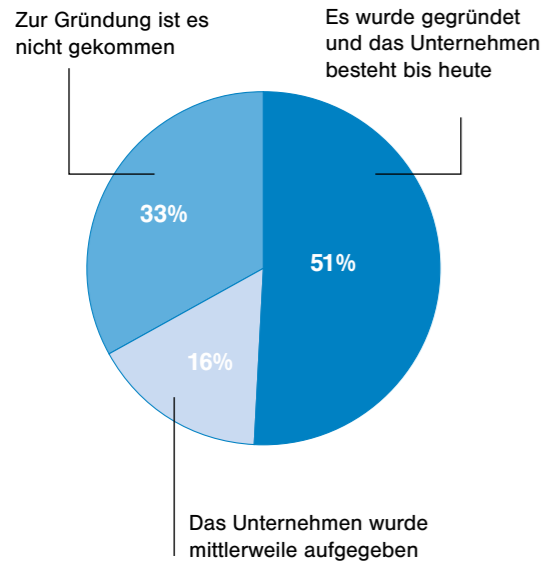


Abbildung 1: Prozentuale Verteilung der verschiedenen Entwicklungen der ehemaligen Gründungsvorhaben im Untersuchungszeitraum. Die prozentualen Werte beziehen sich auf insgesamt 132 Teilnehmerinnen.

3.2.3 RAHMENBEDINGUNGEN DER GRÜNDUNGEN

Von Rechtsform bis Branche – so gründet Frau!

93 Prozent der Existenzgründungen sind im Rahmen einer Neugründung erfolgt. Die restlichen sieben Prozent der Gründungen haben sich durch Nachfolge- bzw. Übernahmeregulungen oder sonstige Gründungsarten ergeben. Franchising ist dabei nicht einmal angegeben worden.

Die Gründungen sind zum überwiegenden Teil allein erfolgt (90 Prozent). Die verbleibenden zehn Prozent splitten sich in Teamgründungen (7 Prozent) und Gründungen in Partnerschaft (3 Prozent).

Über 90 Prozent der Gründerinnen haben zum Gründungszeitpunkt die Rechtsform eines Einzelunternehmens/einer Solo-Selbstständigkeit gewählt. Ansonsten sind Existenzgründungen als Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR) (3 Prozent) oder als Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) (2 Prozent) verwirklicht worden.

Von 89 befragten Teilnehmerinnen, die damals gegründet hatten, haben 52 Prozent ihre Selbstständigkeit im Vollerwerb und 48 Prozent im Nebenerwerb gestartet.

Ein ähnliches Bild zeichnet sich in der einzelnen betrachteten Kategorie der bis heute bestehenden Unternehmen ab. 53 Prozent führen ihre Selbstständigkeit weiter im Nebenerwerb, sieben Prozent davon sind im Laufe der Zeit aus dem Vollerwerb in den Nebenerwerb gewechselt. 47 Prozent sind mit ihrer selbstständigen bzw. unternehmerischen Tätigkeit im Vollerwerb tätig, wobei ebenfalls sieben Prozent ihre Tätigkeit wiederum im Zeitverlauf in den Vollerwerb ausgeweitet haben.

Am häufigsten gründeten Frauen im Gesundheits- und Sozialwesen (28 Prozent), gefolgt mit jeweils 20 Prozent von Gründungen in „freiberuflichen Dienstleistungen“ sowie „sonstigen Dienstleistungen“, zu denen beispielsweise Training, Coaching, Frisör- und Kosmetiksalons, Reinigung und Reparatur zählen. Mit 15 Prozent ist der Bereich „Erziehung und Unterricht“ vertreten, die Sparte „Kunst, Unterhaltung und Erholung“ sowie „Einzelhandel/Handel mit Waren aus Eigenproduktion“ mit jeweils sechs Prozent. Eher vereinzelt gab es Existenzgründungen in den Bereichen „Öffentliche Verwaltung“, „Energieversorgung, Grundstücks- und Wohnungswesen“, „Verkehr und Lagerei“ sowie „Land- und Forstwirtschaft, Fischerei“. Weibliche Gründungen fehlen beispielsweise im „Baugewerbe“, „Verarbeitenden Gewerbe“ sowie bei „Information und Kommunikation“.

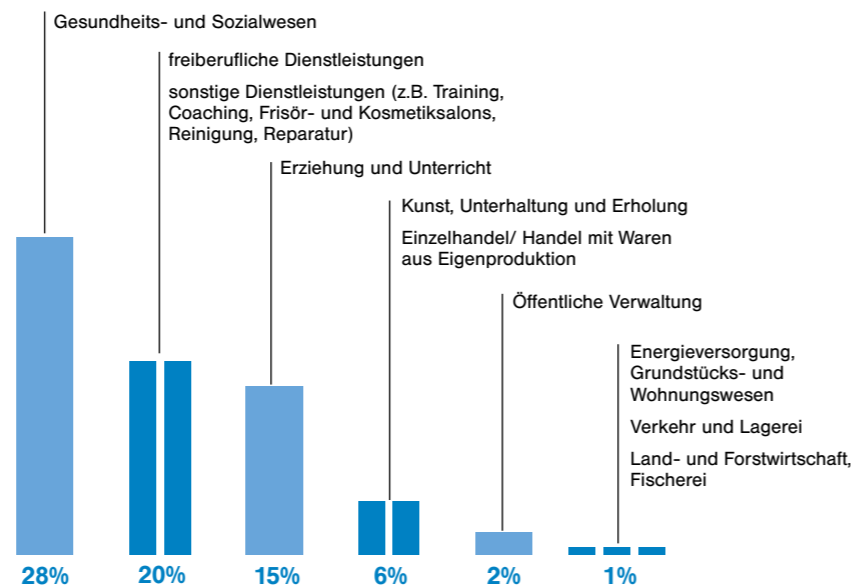


Abbildung 2: Prozentuale Verteilung einzelner Branchen, in denen gegründet wurde. Die prozentualen Werte beziehen sich auf insgesamt 89 Teilnehmerinnen, die ihr damaliges Gründungsvorhaben umgesetzt haben.

3.2.4 HINTERGRÜNDE UND DURCHFÜHRUNG DER GRÜNDUNG

Think small...!?

In der Finanzierung des Gründungsvorhabens hat bei den meisten Gründerinnen mit nennenswertem Abstand vorhandenes Eigenkapital eine zentrale Rolle gespielt. Am zweithäufigsten wurde der Gründungszuschuss der Bundesagentur für Arbeit bei ALG-I-Bezug als Finanzierungsquelle genannt. Im Mittelfeld liegen Finanzierungen durch Privatdarlehen aus dem persönlichen Umfeld als auch durch Bankkredite. Es folgen Unterstützungsleistungen von Förderbanken wie der NBank oder der KfW, Fördermittel der kommunalen Wirtschaftsförderungen sowie sonstige Finanzierungsformen. Vereinzelt sind Leistungen durch das sogenannte „Einstiegsgeld“ des Jobcenters (bei ALG-II-Bezug), Crowdfunding oder Beteiligungskapital bzw. Bürgschaften in Anspruch genommen worden.

Die meisten Frauen gründeten mit einem Invest von maximal 5.000 Euro (66 Prozent). Davon benötigten über die Hälfte der Gründerinnen lediglich weniger als 1.000 Euro. Lediglich 3 Prozent hatten einen Finanzbedarf von mehr als 50.000 Euro.

Gut vorbereitet!

Gründerinnen hatten als Vorbereitung auf ihre unternehmerische Tätigkeit vor allem einschlägige Seminare und Workshops rund um das Thema „Gründung“ belegt (32 Prozent), gefolgt von fachlichen Weiterbildungen (25 Prozent) wie auch Berufsausbildungen inkl. Studium (22 Prozent). Mit einem Anteil von elf Prozent wurde die Anlernung einer Tätigkeit genannt sowie sonstige

„Als studierte BWLerin mit einer großen Liebe für Social Media war irgendwie klar, dass ich irgendwann beide Leidenschaften kombinieren würde.“

Sinah Janßen,
Social Media Consulting, Aurich

vorbereitende Maßnahmen mit einem Anteil von sechs Prozent. Als sonstige Gründungsvorbereitung konkret aufgeführt wurden das Selbststudium (Recherche- und Literaturarbeit), Erfahrungsaustausch und Netzwerkgespräche, Erfahrungen und Anknüpfungspunkte durch Ausübung von Ehrenamt und Praktika sowie das Aufwachsen in einer „Unternehmerfamilie“. Keinerlei vorbereitende Maßnahmen für das Gründungsvorhaben getroffen haben lediglich vier Prozent der Teilnehmerinnen.

„Ich habe bei EFA an einem Kurs „Buchführung für Freiberuflerinnen und Kleinunternehmerinnen“ teilgenommen. Der war sehr hilfreich. Der Austausch mit anderen Gründerinnen hat mir viel gebracht und der Kontakt besteht bis heute!“

Elga Spille,
Brandschutz Spille, Hatten

Top-Gründungsmotive bei Frauen: Selbstbestimmt und unabhängig!

Die Motivationen zur Existenzgründung sind unterschiedlich und vielfältig. Mit 25 Prozent haben die Teilnehmerinnen am häufigsten den Willen zur „Unabhängigkeit und Selbstbestimmung“ genannt. Die „berufliche Neuorientierung“ (15 Prozent) sowie die „Umsetzung einer konkreten Geschäftsidee“ (15 Prozent) sind in der Nennung gleichermaßen am zweithäufigsten vertreten. Danach folgen die „Verbesserung des persönlichen Lebensstandards“ (13 Prozent), die „Verainbarkeit von Familie und Beruf“ (10 Prozent) sowie sonstige Motive und Gründe (9 Prozent). Seltener resultierte die Gründung aus einer Notlage, z.B. aus der Arbeitslosigkeit, veränderten Arbeitsmarktbedingungen oder aus fehlenden Perspektiven im Beruf.

„Mit dreißig Jahren Berufserfahrung und über zehn Jahren Erfahrung in leitender Position hat man sehr präzise Vorstellungen, was das Arbeitsumfeld angeht. Das wollte ich jetzt endlich so umsetzen, wie ich es mir wünsche, ohne Kompromisse mit einem Arbeitgeber.“

Sandra Panneke,
Hörstudio, Wildeshausen



Sinah Janßen



Elga Spille

3.2.5 ZUR AKTUELLEN SITUATION DES BESTEHENDEN UNTERNEHMENS

Klein und überschaubar

Insgesamt sechzehn Teilnehmerinnen, bei denen das Unternehmen bis heute noch besteht (insgesamt 68), – und damit etwa ein Viertel – beschäftigen Mitarbeitende. Von diesen Unternehmen hat die Mehrheit mit knapp über 80 Prozent bis zu fünf Beschäftigte. Es folgen Belegschaften mit zehn bis fünfzig Mitarbeitenden (13 Prozent). Der Beschäftigtenanteil zwischen fünf und zehn Mitarbeitenden macht sechs Prozent aus. Über einen Personalstamm von mehr als fünfzig Mitarbeitenden verfügt keine der Unternehmerinnen. Die Beschäftigungsformen variieren. In drei Viertel der Fälle sind die Mitarbeitenden in Teilzeit oder auf Minijob-Basis angestellt. 14 Prozent beschäftigen Vollzeitkräfte. Beschäftigte in Ausbildung (4 Prozent) sowie in sonstigen Beschäftigungsformen (7 Prozent) bilden den verbleibenden prozentualen Anteil.

Überwiegend zufrieden

Abbildung 3 spiegelt wider, wie zufrieden die Teilnehmerinnen mit der Umsatz- und Gewinnentwicklung bzw. mit der Etablierung ihres Unternehmens am Markt sind. Weit über die Hälfte der Teilnehmerinnen ist sowohl mit der Umsatz- und Gewinnentwicklung als auch der Marktetablierung zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Nur 21 Prozent sind mit ihrem Umsatz unzufrieden, 18 Prozent mit der Marktetablierung. Auf ähnliche Prozentwerte kommt die entsprechende Kategorie, in der die Teilnehmerinnen angegeben haben, mit den Entwicklungen weder zufrieden noch unzufrieden zu sein.

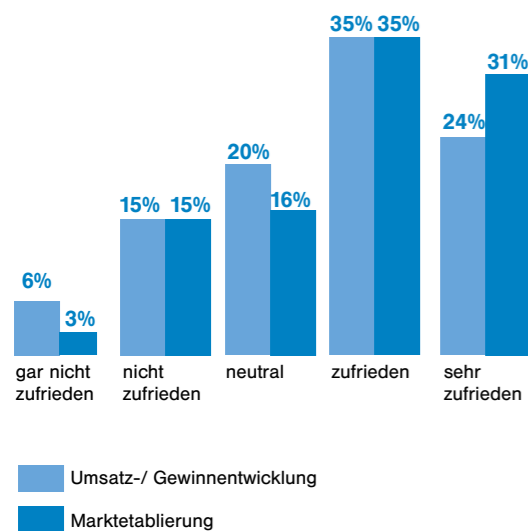


Abbildung 3: Prozentuale Angabe, wie zufrieden die damaligen Gründerinnen mit der Umsatz- und Gewinnentwicklung sowie der Marktetablierung ihres Unternehmens heutzutage sind. Die prozentualen Werte beziehen sich auf insgesamt 68 Teilnehmerinnen, deren Unternehmen bis heute besteht.

3.2.6 ZUM MARKTAUSTRITT DES UNTERNEHMENS

Attraktiver Job und Vereinbarkeitshürden schlagen Selbstständigkeit

Beweggründe, die zur Aufgabe des Unternehmens geführt bzw. dazu beigetragen haben, können in ökonomische und geschäftliche Gründe sowie in persönliche Gründe differenziert werden. Dabei wurden persönliche Gründe prozentual häufiger angegeben. Allerdings ist die Differenz zwischen ökonomischen und geschäftlichen Motiven und den persönlichen Beweggründen mit einem Verhältnis von 43 Prozent zu 57 Prozent nicht stark ausgeprägt.

Im Bereich der ökonomischen und geschäftlichen Gründe waren mit 24 Prozent am häufigsten das Ausbleiben der erwarteten Kundschaft und die schlechte Auftragslage für eine Geschäftsaufgabe maßgeblich. Mit jeweils 19 Prozent haben eine nicht kostendeckende Preiskalkulation und „sonstige Gründe“ eine Rolle für die Geschäftsaufgabe gespielt. Als Beispiele sind der „falsche“ Standort, der Verlust von Geschäftsräumen und Ladenflächen (z.B. durch Kündigung) oder Hürden wie Steuern und Buchführung genannt worden. Daneben haben Unstimmigkeiten in der Geschäftsführung (14 Prozent), fehlendes Wissen im unternehmerischen oder kaufmännischen Bereich (10 Prozent), fehlende Zukunftstauglichkeit der Geschäftsidee (9 Prozent) oder mangelnde Zahlungsmoral der Kundschaft (5 Prozent) zum Marktaustritt des Unternehmens geführt.

Zu den persönlichen Aufgabegründen gehören mit 25 Prozent alternative Berufsperspektiven. Für 18 Prozent der Gründerinnen waren zudem familiäre Aspekte wie Veränderungen oder Belastungen maßgeblich. In einem gleichen Verhältnis von 14 Prozent waren die fehlende monetäre Sicherheit oder der persönlich zu gering empfundene finanzielle Verdienst, der mit dem Business zu erzielen war, wesentliche Gründe. Für 11 Prozent der Befragten waren gesundheitliche Barrieren entscheidend. Zudem bestanden für ebenfalls 11 Prozent der Teilnehmerinnen zu hohe Erwartungen an die Selbstständigkeit, die sich nicht erfüllt haben. Seltener oder gar nicht angegeben wurden neben sonstigen Gründen (4 Prozent) oder Stress und Druck (3 Prozent), die mangelnden zeitlichen Kapazitäten (0 Prozent) oder altersbedingte Gründe wie der Eintritt in die Rente (0 Prozent).

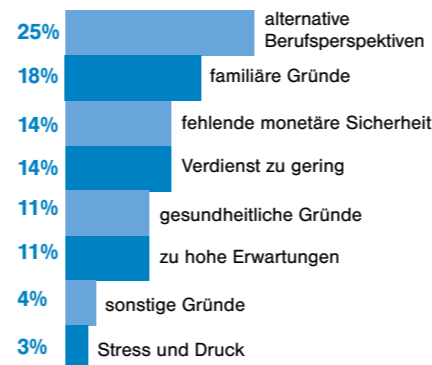


Abbildung 4: Prozentuale Verteilung der persönlichen Gründe, die zur Aufgabe des Unternehmens geführt haben. Die Angaben beziehen sich auf 28 Nennungen von 21 Teilnehmerinnen, die den Markt nach einer Gründung wieder verlassen haben.

Klein und solide:

Im Schnitt 5 Jahre am Markt

Mit über 40 Prozent hat die Mehrheit nach weniger als drei Jahren ihr Business aufgegeben. Knapp unter 40 Prozent hatten drei bis fünf Jahre mit ihrem Unternehmen am Markt Bestand, während nahezu 20 Prozent ihr Unternehmen länger als fünf Jahre gehalten haben.

3.2.7 ZUR NICHT-GRÜNDUNG

Zu viele Gründe verhindern Gründung

Bei den Motiven für eine Nicht-Gründung ergibt sich ebenfalls ein differenziertes Bild aus ökonomischen, geschäftlichen und persönlichen Aspekten: Mit fast 70 Prozent überwiegen hier die persönlichen Gründe, während für nur etwa 30 Prozent der Gründerinnen wirtschaftliche und unternehmerische Motive für eine Nicht-Gründung (mit)verantwortlich gewesen sind.

Bei den ökonomischen Gründen wurden mit 32 Prozent vorrangig „sonstige Gründe“ genannt. Im Mittelfeld rangierten „mangelnde Finanzierungsmöglichkeiten“ (24 Prozent) sowie „mangelnde Planbarkeit“ und „Unsicherheit der wirtschaftlichen Entwicklung“ (20 Prozent). Jeweils acht Prozent der potenziellen Gründerinnen benannten eine „nicht zukunftstaugliche Geschäftsidee“ sowie die Einschätzung des „eigenen unternehmerischen Know-hows“ als Gründungshemmnisse. Vereinzelt waren offenbar auch der „Mangel an Kooperationen“ sowie „Unstimmigkeiten in der geplanten Geschäftsführung“ maßgeblich (jeweils 4 Prozent).

Zu den persönlichen Gründen gehören mit 29 Prozent vorrangig „Veränderungen und Belastungen im familiären Bereich“, gefolgt von „alternativen Berufsperspektiven“ (23 Prozent). Sonstige, nicht näher erläuterte Gründe haben für elf Prozent der Teilnehmerinnen eine Rolle gespielt. Auf neun oder sieben Prozentpunkte kommen die folgenden persönlichen Motive für eine Nicht-Gründung: „Gesundheitliche Gründe“, „Mangel an zeitlichen Ressourcen“, die „geringe Verdiensthöhe“ sowie die „fehlende Sicherheit im monetären Verdienst“. Drei Prozent gaben als Gründungshemmnis „Stress und Druck“ durch die erwartete Arbeitsbelastung an.

3.2.8 ABSCHLIESSENDE FRAGEN

60 Prozent würden wieder gründen!

Weit über 60 Prozent aller Teilnehmerinnen der Befragung würden erneut gründen. Zudem haben ebenfalls mehr als die Hälfte (55 Prozent) der Teilnehmerinnen geäußert, dass sie im Rahmen ihres Gründungsvorhabens alles genauso machen würden wie zum Zeitpunkt des Gründungsvorhabens.

„Anders machen würde ich nichts wirklich. Denn durch die ganzen Ups and Downs bin ich jetzt in Berlin gelandet und kann mich stolz „Häklerin“ von Beruf nennen.“

Gloria Sophie Wille, Häklerin/ Häkelkünstlerin, Berlin



Gloria Sophie Wille arbeitet als freischaffende Häkelkünstlerin und Textile Artist für Film und Fernsehen. Im September 2021 wird ihr erstes Häkelbuch erscheinen.



„Wir haben Hilfe und Unterstützung in jeglichen Bereichen angenommen. Angefangen mit den Gründungsberatungen der EFA, der Stadt Oldenburg, dem GO! Start-up Zentrum und dem Gründungs- und Innovationszentrum der Uni Oldenburg sowie der Gründerinnenzentrale in Berlin. Durch diese Institutionen, Veranstaltungen und private Kontakte haben wir uns ein großes Netzwerk in und um Oldenburg und Berlin aufgebaut, welches wir mit viel Freude immer wieder kontaktieren.“



Alexandra Petrikat und Marie Greive von Teethlovers, Oldenburg

Noch einmal gründen? Motivationen für ein weiteres Gründungsvorhaben

Die Teilnehmerinnen wurden abschließend gebeten anzugeben, warum sie heute erneut gründen würden. Für diese manuellen Antworten wurden verschiedene Kategorien identifiziert.

Finanzielle und wirtschaftliche Perspektiven.

Die Motivationen der Teilnehmerinnen wieder zu gründen, sind vielfältig. So sind finanzielle wie wirtschaftliche Perspektiven motivierende Aspekte. Im Rahmen finanzieller Perspektiven wurden beispielsweise „höhere Erzielung von Einkommen“ sowie ein „flexibles Einkommen“ genannt. Unter wirtschaftliche Perspektiven fallen eine „aussichtsreiche Marktlage“, „Erfolgs- und Erfahrungswerte“, das „Erschließen von Marktlücken“ oder der „Nachfragebedarf“, der an dem Produkt oder an der Dienstleistung besteht.

Berufung und Selbstverwirklichung.

Vielfach wurden auch Aspekte genannt, die in die Kategorie von „Berufung und Selbstverwirklichung“ fallen. Dazu gehört zum Beispiel „das Hobby und die Leidenschaft zum Beruf zu machen“, „Spaß an der Tätigkeit“ oder „anderen Menschen zu helfen“.

Flexibilität, Selbstbestimmung und Entwicklungspotenziale.

„Flexibles Arbeiten von zu Hause“, die „Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben“, „eigene, freie Zeiteinteilung“, „Eigenständigkeit“, „Unabhängigkeit“ und „Selbstverantwortung“ – diese Motive wurden zusammenfassend benannt. Ebenso gaben Teilnehmerinnen als Gründungsmotor auch „Ausschöpfung von Entwicklungspotenzialen“, „Möglichkeit zur Umsetzung eigener Ideen“ und „Gestaltungsmöglichkeiten in der Selbstständigkeit“ an.

Gründe in der Person und Gründungsidee.

Zudem fielen Begriffe wie „Mut“ und „Ehrgeiz“ oder das „Streben nach einer persönlich wertvollen Erfahrung“. Auch die „eigene Überzeugung von der Gründungsidee“ ist eine Motivation für manche Teilnehmerin. Damit verknüpft ist, Perspektiven für andere Menschen zu bieten oder die Auseinandersetzung mit „wichtigen“ Themen. Ebenso lassen sich Angaben wie das „Schließen von Marktlücken“, der „erforderliche Handlungsbedarf im entsprechenden Gründungsbereich“ oder die „Zukunftstauglichkeit des Business“ in den Kontext der Gründungsidee einbetten.

Änderung persönlicher Verhältnisse.

Weiterhin hat die Änderung von persönlichen Lebensumständen unter den Teilnehmerinnen dazu geführt, dass eine erneute bzw. zusätzliche Gründung heutzutage eine Option wäre. Dazu gehören die Beendigung der Phase einer (intensiven) Kinderbetreuung und -erziehung, der Zuzug an zeitlichen Kapazitäten sowie an finanzieller Freiheit, indem Verpflichtungen weggefallen sind.

Perspektivlosigkeit am Arbeitsmarkt.

Für manche Teilnehmerinnen waren auch „mangelnde Perspektiven am Arbeitsmarkt“ ein Gründungsargument. Aber auch die „finanzielle Notwendigkeit“, möglicherweise durch den Verlust eines Arbeitsplatzes, begünstigen den Gründungsgedanken. Nicht zuletzt gibt es auch Tätigkeiten, die den Status der Selbstständigkeit bedingen und üblicherweise in dieser Form erbracht werden.

Weitere Motivationen.

Auch „Zufriedenheit“ und „Lebensqualität“ sowie „Netzwerk und Austausch“ gehören zu den genannten Motivationen.

Keine weitere Gründung – Fehlendes Kapital, bürokratische Hürden!

Die Teilnehmerinnen wurden zudem gebeten anzugeben, warum sie heute keine erneute Gründung angehen würden.

Fehlende Sicherheit und finanzielle Aspekte.

Teilnehmerinnen nannten „fehlendes Kapital und Rücklagen“ sowie „mangelnde Risikobereitschaft“, „Steuerbelastung“ sowie „unzureichende soziale Absicherung“ als Gründe gegen eine erneute Gründung. Überdies empfanden einige Gründerinnen den Verdienst im Verhältnis zum Arbeits-einsatz und -pensum als zu gering.

Unternehmerische und wirtschaftliche Herausforderungen.

Das allgemeine „unternehmerische und wirtschaftliche Risiko“ mit all den damit verbundenen Konsequenzen wurde häufiger als Gründungshemmnis benannt, nicht zuletzt besonders auch im Kontext der Corona-Krise zum Zeitpunkt der Befragung. „Große Konkurrenz“ und „fehlende Käuferschaft“ spielen eine Rolle, ebenso ist die „Kundengewinnung“ eine Hürde. Auch „buchhalterische Erfordernisse“, die ein Betrieb zwangsläufig mit sich bringt, wurden als Barriere benannt.

Keine Änderung des Status-Quo.

Einige Befragte würden an ihrer aktuellen Situation nichts ändern. Gründe hierfür sind mangelnde Kapazitäten, die eine höhere Auslastung erschweren oder unmöglich machen. Aufzubringende zeitliche Ressourcen harmonisieren mit dem Gründungsvorhaben ebenso wenig wie die derzeitige Lebenssituation. Bei der ein oder anderen Teilnehmerin liegt zudem eine feste Anstellung vor. Diese Form der Sicherheit möchte die Befragte beibehalten.

Gründe in der Person.

„Alter“ und „gesundheitliche Einschränkungen“ wurden ferner als Gründungshemmnisse benannt. Auch sehen sich nicht alle Umfrage-Teilnehmerinnen als Unternehmerintyp.

Sonstige Gründe.

Weitere Hemmnisse, die benannt wurden: „hohe Verantwortung“, „Mangel an Information und Unterstützung“, andere „externe Hürden und Einflüsse“, „schlechte Erfahrungen mit Teamgründungen“ sowie „familiäre Barrieren“.

Optimierungspotenziale im Gründungsprozess – Größer denken, Delegieren, mehr Mut und Vernetzung

Würden die Teilnehmerinnen noch einmal gründen, würden sie sich strategisch und planerisch heute noch besser vorbereiten, sich gründlicher informieren und mehr Zeit in den Gründungsprozess investieren. Vermehrt ist auch angeführt worden, das eigene Know-how und die eigenen Kompetenzen im Gründungsprozess zu vertiefen und Unterstützungs- wie Weiterbildungsangebote anzunehmen.

Teilnehmerinnen gaben auch an, rückblickend mutiger und risikofreudiger handeln zu wollen, aggressiver am Markt zu agieren, bürokratische Hürden konsequenter zu bewältigen und kleine Fehler zum Gründungsbeginn zu vermeiden.

Überdies reflektierten Teilnehmerinnen, dass sie bereits zum Gründungszeitpunkt auf personelle Unterstützung oder auf externe Dienstleistungen zurückgreifen würden (z. B. für buchhalterische Aufgaben).

„Wir würden uns von Anfang an Unterstützung für die Buchhaltung holen, da das ein Thema ist, das zwar eine von uns kann, aber es richtig Zeit frisst. Und wenn man das ungern macht, dann kann man sich das auch eingestehen und sich gleich jemanden ins Boot holen, der das gerne und gut macht. Weiterhin hätten wir uns von Anfang an Unterstützung zum Thema Social Media holen sollen.“

Kerstin Druivenga-Kreitsmann
und Maren Sigmund,
KrautSalon GbR, Oldenburg

Genannt wurde weiterhin eine „räumliche Trennung“ von selbstständiger Tätigkeit und privatem Umfeld. Die „Intensivierung von Werbe- und Marketingmaßnahmen“ wurde zudem angeführt sowie die „Durchführung von Marktforschung und -analysen“, um sich optimal auf die Gründung vorzubereiten.

Unternehmerische Entscheidungen und Auftreten.

Bei den unternehmerischen Entscheidungen, die die Umfrage-Teilnehmerinnen heute anders treffen würden, wurden die „Wahl des Standortes“, die „Preiskalkulation“ und die „Erweiterung der Zielgruppen“ benannt. Rückgemeldet wurde auch, dass eine Liquiditätsprüfung der Kundschaft vorgenommen und weniger Kulanz in der Begleichung von Rechnungen gezeigt werden würde.

Die Ergebnisse spiegeln, dass unternehmerische Verantwortlichkeiten frühzeitig abgesteckt und getroffene Absprachen und Vereinbarungen abgesichert werden würden. Durch Selbstreflexion wurde zudem offengelegt, dass manche Gründerin rückblickend eine andere Gründungsidee wählen oder den Fokus inhaltlich auf einen anderen Schwerpunkt richten würde. Andersherum haben Teilnehmerinnen auch angegeben, das Business von Beginn an in größeren Dimensionen zu denken.



Kerstin Druivenga-Kreitsmann
und Maren Sigmund

Finanzierung.

Einige Gründerinnen würden heute auch „satter kalkulieren“ mit höheren Kreditsummen oder Eigenkapital. Zudem würde manche Gründerin frühzeitiger Rücklagen bilden und ihr Business finanziell profitabler angehen.

Vernetzung, Kooperationen, Soft Skills.

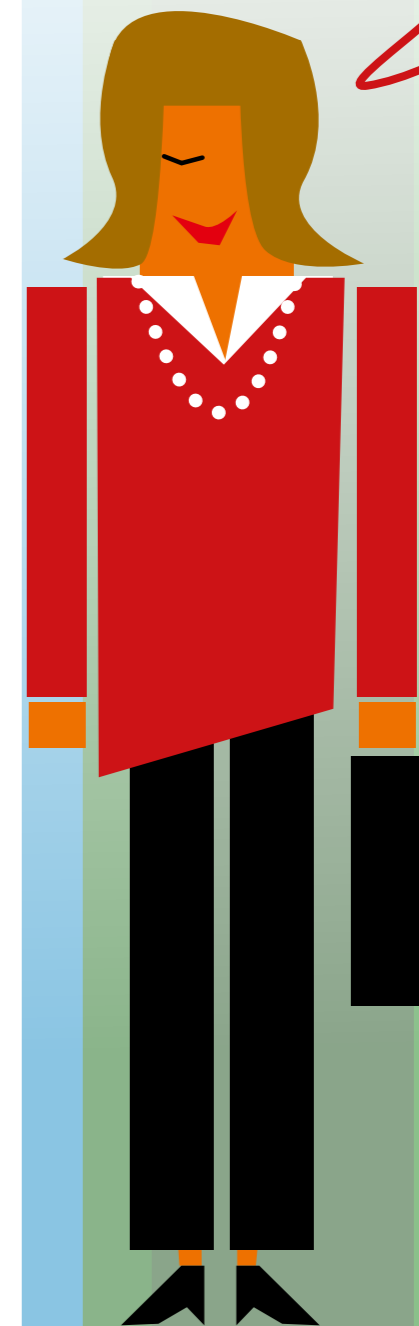
Einige Teilnehmerinnen haben angegeben, sich im Zuge des Gründungsprozesses heute (stärker) um eine Vernetzung und Wahrnehmung von Kooperationen zu bemühen. In diesem Rahmen wurde der „Erfahrungsaustausch“ und das „Führen von Gesprächen“ genannt.

„Wir sind sehr froh darüber, ein Gründungsteam zu sein. So können wir wichtige Entscheidungen gemeinsam treffen, Aufgaben aufteilen, Erfolge feiern und Herausforderungen zusammen meistern. Dafür benötigt es eine respektvolle Zusammenarbeit und eine produktive Streitkultur. Wir lernen miteinander und voneinander und motivieren uns jeden Tag aufs Neue. Aber auch wer allein gründet, kann und sollte ihr bzw. sein Netzwerk nutzen, um sich stetig im Austausch mit anderen weiterzuentwickeln.“

Alexandra Petrikat und Marie Greive,
Teethlovers, Oldenburg

Zudem haben sich persönliche „Soft Skills“ identifizieren lassen, mit denen sich Befragte gegenwärtig effizienter im Gründungsprozess positionieren würden. So würden Gründerinnen rückblickend heute mit mehr Selbstvertrauen agieren und ein entschiedeneres und fokussierteres Auftreten „an den Tag legen“.

Größer denken,
Delegieren,
mehr Mut
und Vernetzung!





Swantje Heuten

Potenziale erkennen – Stereotypen abbauen – passgenau fördern!

Die berufliche Selbstständigkeit empfinden die von uns befragten Gründerinnen als eine gute existenzsichernde Erwerbsoption, weil sie Freude am Beruf, Familienleben, Gesunderhaltung, Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung in Einklang bringen kann.

Dabei sehen sich Frauen ähnlichen überwiegend bürokratischen und betriebswirtschaftlichen Gründungshemmnissen gegenübergestellt wie Männer. Folgende Aspekte erschweren weibliche Gründungen jedoch zusätzlich: tradierte Berufswahl in typische weibliche Berufe mit geringeren Verdienst- und Umsatzmöglichkeiten, berufliche Unterbrechungszeiten durch die Erziehung von Kindern und damit eine Erschwernis zur Bildung von Ersparnissen. Nach wie vor agieren gründungsinteressierte Frauen eher konservativ, überschaubar und zurückhaltend im Invest, was mit einer ausgeprägten Risikoaversion und einem hohen Sicherheitsbedürfnis einhergeht. Der persönliche Lebensrahmen, ein erschwerter Zugang zu den Finanzmärkten sowie das vorhandene Gründungsökosystem müssen als entscheidende Einflussgrößen auf das weibliche Gründungsverhalten und in einem ganzheitlichen Kontext betrachtet werden.

„Ich hoffe, dass sich mein Business gut entwickelt und wünsche mir, dass es in den nächsten 5 Jahren noch genau so viel Spaß macht wie jetzt und dass ich vielleicht meine Arbeitszeit aufstocken kann, wenn die Kinder etwas größer sind.“

Swantje Heuten,
Space-and-Place, Oldenburg

Gründungen von Klein- und Kleinstbetrieben in Branchen und Geschäftsfeldern, die nicht als innovativ, technologieorientiert und beschäftigungswirksam gelten, finden in der gesellschaftlichen Diskussion und bei der Vergabe von Förder- und Kreditmitteln sowie bei Investorinnen und Investoren wenig Beachtung. Im Fokus von Förderleistungen stehen häufig Gründungsvorhaben und Start-ups aus den Bereichen „Digitalisierung“, „Innovation“ und „Technik“, die nach wie vor vornehmlich männlich dominiert sind. Frauen sind in IT-bezogenen Fachgebieten, bei den Start-ups und in den meisten Zukunftsbranchen nach wie vor kaum vertreten. Der öffentliche Fokus sollte sich auf die gezielte Förderung von Frauen in Start-ups richten sowie die klassischen Existenzgründungen von Frauen in einem kleineren Stil stärker wertschätzen. Frauen gründen nach wie vor im Schwerpunkt in den „klassischen Frauenberufen“, in der Care-Arbeit, die auch in der abhängigen Beschäftigung eher keine exorbitant hohen Einkunftsöglichkeiten bietet. Nicht selten fallen Gründerinnen daher in Kombination mit ihrem Vorhaben, ihrer Gründungsart (wie Solo-Selbstständigkeiten) und aufgrund der eher geringen Investitionssummen durch das Raster für Förderleistungen und bei Investorinnen und Investoren. Nicht zuletzt wurde diese Problematik mit den vom Bund initiierten Corona-Hilfen deutlich. So bestand für viele Solo-Selbstständige keine Anspruchsberechtigung, da ihr Business keine laufenden Betriebsausgaben aufwies.

„Ich hätte es begrüßt, eines der vielen Förderprogramme nutzen zu können, aber leider passt mein Angebot in keine der zurzeit geförderten Kategorien.“

Anja Hauerken,
„live-global“, Delmenhorst

Auf Bedarfe von Gründerinnen zugeschnittene Beratungsstellen sind unverzichtbar!

Insgesamt bedürfen die aufgezeigten Rahmenbedingungen für weibliche Gründungen auch künftig einer besonderen Beachtung und Herangehensweise innerhalb der Gründungsberatung.

Die Ergebnisse der Studie spiegeln eine gründliche Vorbereitung als Voraussetzung für eine erfolgreiche Gründung. An verschiedenen Stellen wird ein Unterstützungsbedarf von Frauen im Gründungsprozess ersichtlich. Die Maßnahmen, die für einen erfolgreichen Start ins Business hilfreich sein können, sind vielfältig und individuell. Sie unterscheiden sich je nach gewünschtem Vorhaben, vor dem fachlichem Hintergrund sowie durch den persönlichen Lebensrahmen der Gründerin.

Der Unterstützungsbedarf kann organisatorische und strukturelle Abläufe betreffen, betriebswirtschaftliche Fragestellungen und Aktivitäten sowie Fragen der Finanzierung. Die Notwendigkeit von Institutionen der Gründerszene, den Interessierten unterstützend und begleitend zur Seite zu stehen, wird dabei sehr deutlich. Gründerinnen sollten noch mehr als bisher motiviert werden, ihre Möglichkeiten für Kontakt- und Netzwerkarbeit unter sich und in Fachkreisen auch zu nutzen und auszubauen. Frauen in der Gründungsphase haben häufig Mehrwerte, wenn sie sich einerseits mit anderen in der Gründungsphase befindlichen Frauen austauschen können und andererseits mit bereits auf dem Markt agierenden weiblichen Unternehmerinnenpersönlichkeiten.

Die Studie hat bestätigt, dass die besondere Herangehensweise der EFA, das Gründungsvorhaben, die Gründerinnenpersönlichkeit und deren individuellen Lebensrahmen ganzheitlich in das Vorhaben einzubeziehen, ihre Berechtigung und ihren Bedarf haben. Es hat sich auch gezeigt, dass weibliche Gründungen nicht selten mit begrenzten Ressourcen wie Zeit und Geld einhergehen. Im Zuge einer ganzheitlichen Betrachtung kann beurteilt werden, ob das Vorhaben mit den persönlichen Rahmenbedingungen harmonieren kann. Neben wichtigen klassischen Existenzgründungen, die die Region beleben, tummeln sich viele innovative und kreative Gründungs-ideen in den Köpfen der Frauen, die zum Teil aus Selbstzweifeln, falscher Bescheidenheit, konservativen Denkschemata und begrenzten Möglichkeiten an der gesellschaftlichen Wahrnehmung ins Leere zielen. Eine Aufgabe der Gründungs-

förderung ist es daher auch, weibliche Gründerinnen und ihre Gründungsgeschichten sichtbar zu machen, damit sich einerseits weibliches Unternehmertum in den Köpfen der Gesellschaft verankert und andererseits der Erfolg und die Vielfalt weiblicher Gründung Frauen dazu motiviert, die Existenzgründung als eine Möglichkeit existenzsichernder Beschäftigung in den Blick zu nehmen. Deutlich geworden ist durch die Aussagen der Gründerinnen auch, wie wichtig es ist, dass ein Gründungsökosystem auch eine positive Fehlerkultur schafft, die das Scheitern enttabuisiert. Der Markt verliert nicht schon von vornherein Frauen mit Gründungspotenzialen durch äußeren Erwartungsdruck und Versagensängste und potenzielle Gründerinnen können aus den Fehlern anderer lernen. Verändert sich die persönliche Einstellung zum Misserfolg und steigt die gesellschaftliche Akzeptanz gegenüber Herausforderungen und Rückschlägen, wagen tendenziell mehr Frauen den Schritt in die Selbstständigkeit.

Die Potenziale für eine erfolgreiche Gründung sind häufig vorhanden und Frauen müssen nur entsprechend mobilisiert, informiert, gestärkt und vernetzt werden. EFA versteht sich als agile, selbstreflektive Einrichtung mit langjährig aufgebautem Know-how und orientiert sich nach einheitlichen Qualitätsstandards, die u.a. im Niedersächsischen Netzwerk „Gründerinnen kompetent beraten“ erarbeitet wurden. Einrichtungen der Gründungsberatung für die Zielgruppe Frauen, wie die EFA, die einen ganzheitlichen lebensweltbezogenen Ansatz verfolgen, die die Aspekte einer ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit der Gründung sowie eine Wachstumsorientierung mitdenken und die Notwendigkeit einer frauenfreundlichen Förder- und Investorenpolitik verdeutlichen, tragen erheblich dazu bei, die Teilhabe von Frauen im regionalen Gründungsgeschehen positiv zu beeinflussen.

„Die Potenziale für eine erfolgreiche Gründung sind häufig vorhanden und Frauen müssen nur entsprechend mobilisiert, informiert, gestärkt und vernetzt werden.“

Claudia Becker

IMPRESSUM

IMPRESSUM

Herausgeber:

Trägerverein Frauen und Wirtschaft e. V.

Redaktion:

Claudia Becker | Geschäftsführerin

Gestaltung:

moltkedesign | Gerd Jegelka

Fotos:

Seite 12, Privat

Seite 12, Privat

Seite 17, Privat

Seite 17, Privat

Seite 19, Sebastian Geis

Seite 20, Maurice Weiss

Seite 22, Privat

Seite 24, ZDF

Irrtum und Änderungen vorbehalten

Wildeshausen, Juli 2021

Copyright Hrsg.



Die Studie wurde mit Mitteln des Niedersächsischen Ministeriums für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung im Rahmen des Projektes „Gleichstellung sichtbar machen – CEDAW in Niedersachsen“ sowie mit Mitteln der Gleichstellungsbeauftragten des Landkreises Oldenburg sowie der Städte Oldenburg und Delmenhorst gefördert.

Gefördert durch:



Niedersächsisches Ministerium
für Soziales, Gesundheit
und Gleichstellung

**GLEICH
STELLUNG**
SICHTBAR MACHEN
CEDAW IN NIEDERSACHSEN

Gleichberechtigung
und Vernetzung e.V.



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds



Landkreis Oldenburg

Delmenhorst
verbindet

STADT OLDENBURG ^{i.O.}

**ExistenzgründungsAgentur
für Frauen (EFA)**

Geschäftsstelle

Delmenhorster Str. 6

27793 Wildeshausen

T. (04431) 85-649 | 85-472

www.existenzgruendungsagentur-fuer-frauen.de