

Studie

zur Situation von gründungsinteressierten Frauen
und Existenzgründerinnen im ländlichen Raum

SCHLUSSBERICHT



Impressum

Auftraggeber

Deutscher LandFrauenverband e. V. (dlv)

Claire-Waldoff-Str. 7, 10117 Berlin

Telefon: (030) 28 44 929-0

Fax: (030) 28 44 929-19

info@landfrauen.info

www.landfrauen.info

Auftragnehmer

empirica ag

Bearbeitung: Ludger Baba, Katrin Wilbert, Dr. Benjamin Otto, Markus Schmidt, Alexander Raetz

Gestaltung

die königskinder

Berlin, Dezember 2020

Liebe LandFrauen, sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Gründungen von Frauen im ländlichen Raum stärken die Frauen selbst, aber auch den ländlichen Raum. Hierfür sind gute Rahmenbedingungen erforderlich: angemessene Finanzierungsmöglichkeiten für Gründungsvorhaben von Frauen, eine nutzbare Infrastruktur und guter Breitbandausbau, andere Gründerinnen als Vorbilder oder auch frauenspezifische Gründungsberatung. Wir Land-Frauen setzen uns für Gerechtigkeit und Chancengleichheit von Frauen im ländlichen Raum ein – auch im Berufsleben und auf dem Weg in die Existenzgründung.

Mit dieser Studie nehmen wir deshalb gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum in den Blick: Wer sind sie? In welchen Branchen gründen sie? Welche Gründungsmotive haben sie? Vor welchen Herausforderungen und Hemmnissen stehen sie? Welche Rahmenbedingungen brauchen sie?

Die gewonnenen Zahlen, Daten und Fakten sind mehr als eine informative Lektüre, denn es gibt noch viel zu tun, damit Frauen im ländlichen Raum erfolgreich gründen können. Deshalb enthält die Studie auch Handlungsempfehlungen und Beispiele guter Praxis. Vertreterinnen und Vertreter aus Politik und Wirtschaft sowie Gründungsberatungsstellen und Netzwerke sind aufgefordert, diese zu nutzen und umzusetzen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine aufschlussreiche und spannende Lektüre!

Petra Bentkämper

Präsidentin des Deutschen LandFrauenverbands

Liebe Leserinnen und Leser,

prioritäres Ziel der Gleichstellungspolitik ist die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern am Erwerbsleben. Dieses Ziel ist noch nicht erreicht, das zeigen uns der Gender Pay Gap und der zu geringe Anteil von Frauen in Führungspositionen. Die Bundesregierung verfolgt hier einen ganzheitlichen Lösungsansatz mit ursachengerechten Maßnahmen wie dem Entgelttransparenzgesetz und dem Führungspositionen-Gesetz.

Auch im Bereich der Existenzgründungen von Frauen ist noch einiges zu verbessern, denn Frauen gründen seltener als Männer. Das Innovationspotenzial von Gründerinnen ist jedoch enorm und wir können alle viel gewinnen, wenn sie ihre Gründungsideen verwirklichen. Deshalb fördert das Bundesgleichstellungsministerium das Projekt „Selbst ist die Frau!“ des Deutschen LandFrauenverbandes, in dessen Rahmen die vorliegende Studie zu Gründerinnen im ländlichen Raum erstellt wurde.

Die Studie enthält wichtige Hinweise, wie Gründerinnen gerade im ländlichen Raum besser unterstützt werden können. So sollte die Sichtbarkeit von weiblichen Vorbildern für gründungsinteressierte Frauen erhöht werden und es sollten niedrigschwellige und auf Frauen ausgerichtete Beratungs- und Unterstützungsangebote zur Verfügung stehen. Das Projekt „Selbst ist die Frau“ hat mit den Workshops der Gründungs-Lotsinnen hierzu bereits einen wichtigen Beitrag geleistet.

Ich wünsche der Studie und ihren Erkenntnissen viel Beachtung und eine breite Umsetzung der Handlungsempfehlungen in die Praxis.

Mit freundlichen Grüßen

Daniela Behrens

Leiterin der Abteilung Gleichstellung
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und
Jugend

Inhalt	Seite
Kurzfassung	8
1. Vorbemerkung	12
1.1 Ziele und Aufgabenstellung	12
1.2 Definitionen: Existenzgründerinnen und ländlicher Raum	13
1.3 Datengrundlage zur Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum	16
1.4 Methodisches Vorgehen	19
2. Aktueller Forschungsstand	
2.1 Existenzgründungen von Frauen	24
2.2 Erwerbssituation und Rollenbilder von Frauen auf dem Land	25
2.3 Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum	27
2.4 Zentrale Ergebnisse	29
3. Gründungsgeschehen von Frauen in ländlichen Räumen: Ergebnisse der Gründungsstatistik	
3.1 Deutschlandweite Trends	31
3.2 Gründungen von Frauen im ländlichen Raum (amtliche Statistik)	33
3.3 Andere Datenquellen	45
4. Gründerinnen in ländlichen Räumen	
4.1 Phasen der Gründung: Von der Sensibilisierung bis zur Gründung	48
4.2 Wer sind die Gründerinnen? Strukturmerkmale und Rahmenbedingungen	52
4.3 Was motiviert Gründerinnen?	64
5. Hemmende und fördernde Rahmenbedingungen auf dem Weg zur Gründung	67
5.1 Infrastrukturen und Finanzierung	69
5.2 Rollenbilder und Einstellungen	72
6. Netzwerke und Beratung: Angebote und Bedarfe	75
7. Empfehlungen und Beispiele guter Praxis	80
7.1 Sensibilisierung	80
7.2 Aktivierung	83
7.3 Beratung	85
7.4 Vernetzung	87
8. Schlussfolgerungen und Ausblick	89
9. Quellenverzeichnis	91
10. Anhang	
10.1 Interviewpartnerinnen und -partner	93
10.2 Leitfaden für die Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern der Kammern	93
10.3 Leitfaden für Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern der Netzwerke	96
10.4 Onlinefragebogen für Gründerinnen	98
10.5 Onlinefragebogen für Gründungsberatungsstellen	106

Abkürzungsverzeichnis

ASG	Agrarsoziale Gesellschaft
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
bga	bundesweite gründerinnenagentur
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
BMFSFJ	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Destatis	Statistisches Bundesamt
DL	Dienstleistung
dlv	Deutscher LandFrauenverband e. V.
EFA	ExistenzgründungsAgentur für Frauen
ESTG	Einkommensteuergesetz
ESF	Europäischer Sozialfonds
FFM	Female Founders Monitor
FIFA	Förderung der Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HWK	Handwerkskammer
IAQ	Institut Arbeit und Qualifikation der Universität Duisburg-Essen
IfM	Institut für Mittelstandsforschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
IMF	Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum
k. A.	keine Angabe
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KG	Kommanditgesellschaft
LK	Landkreis
LWK	Landwirtschaftskammer
MUP	Mannheimer Unternehmenspanel
N	Anzahl
OHG	offene Handelsgesellschaft
SGB	Sozialgesetzbuch
VdU	Verband deutscher Unternehmerinnen
ZEW	Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung

Abbildungsverzeichnis

Seite

Abb. 1: Flächen-, Bevölkerungs- und Kreisanteil der unterschiedlichen Raumtypen nach dem Thünen-Institut	15
Abb. 2: Übersicht Rücklauf Gründungsberatungsstellen	21
Abb. 3: Übersicht Rücklauf Gründerinnen	23
Abb. 4: Die „typische Gründerin“ auf der Basis der Literaturrecherche	30
Abb. 5: Gründungsintensitäten in Deutschland nach verschiedenen Quellen, 2011–2019	31
Abb. 6: Gewerbetreibende, die eine Neugründung vorgenommen haben, nach Geschlecht, 2011–2018	32
Abb. 7: Gründungsintensität nach Geschlecht und Raumtyp	36
Abb. 8: Verteilung der Gründungsintensität von Frauen nach Kreis und Thünen-Raumtyp	36
Abb. 9: Kreise mit höchster Gründerinnenintensität	39
Abb. 10: Kreise mit geringster Gründerinnenintensität	40
Abb. 11: Branchen, in denen Frauen im ländlichen Raum am häufigsten gründen	43
Abb. 12: Branchen, in denen Frauen im ländlichen Raum am häufigsten gründen (nach Raumtyp)	44
Abb. 13: Branchen mit einem Frauenanteil von über 50 % bei Neugründungen	45
Abb. 14: Gründerinnen- und Gründerquote, 2012–2019	46
Abb. 15: Zielgruppen nach Phasen im Gründungsgeschehen	48
Abb. 16: Gründungsinteressierte Frauen: Was hat Sie bislang an einer Selbstständigkeit gehindert?	49
Abb. 17: Zahl der selbstständigen Personen in Deutschland	53
Abb. 18: Zahl der selbstständigen Frauen im ländlichen Raum nach Dauer der derzeitigen Tätigkeit	54
Abb. 19: Frauenanteil an den neuen Existenzgründungen	55
Abb. 20: Gründerinnen in ländlichen Räumen nach Branchen (Onlinebefragung)	58
Abb. 21: Gründende und Erwerbstätige nach Geschlecht und Branchen 2018	59
Abb. 22: Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung	60
Abb. 23: Normalerweise geleistete Wochenarbeitszeit	61
Abb. 24: Monatliches Nettoeinkommen	62
Abb. 25: Größenstruktur nach Anzahl der Beschäftigten	63
Abb. 26: Weiterbildung im Jahr 2018	63
Abb. 27: Gründerinnen: Warum haben Sie sich selbstständig gemacht bzw. wollen dies tun?	64
Abb. 28: Gründerinnen: Kennen Sie in Ihrem Umfeld selbstständige Frauen?	65
Abb. 29: Gründungsberatungsstellen: Wie bewerten Sie die Rahmenbedingungen für Gründerinnen/gründungsinteressierte Frauen in Ihrer Region?	67
Abb. 30: Gründerinnen: Wie bewerten Sie die Rahmenbedingungen für Gründerinnen/gründungsinteressierte Frauen in Ihrer Region?	68
Abb. 31: Gründungsberatungsstellen: Hemmende Faktoren für das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen	68
Abb. 32: Gründungsberatungsstellen: Förderliche Faktoren für das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen	69
Abb. 33: Gründerinnen: Welche Form von Beratungsangeboten würde Ihnen am meisten helfen?	75
Abb. 34: Gründerinnen: Zu welchem Thema haben Sie ein Beratungsangebot in Anspruch genommen?	77
Abb. 35: Gründerinnen: Welche Themenbereiche sind für Sie von besonderem Interesse?	77
Abb. 36: Gründungsberatungsstellen: Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote bieten Sie an?	78
Abb. 37: Gründungsberatungsstellen: Bedeutung folgender Themen für Beratungs- und Unterstützungsangebote aus Sicht der Anbietenden	79

	Seite
Abb. 38: Handlungsansätze	80
Abb. 39: Gründungsberatungsstellen: Wie kann man Frauen im ländlichen Raum für die Möglichkeit der Existenzgründung sensibilisieren?	81
Abb. 40: Beispiel guter Praxis: Sensibilisierung durch Vorbild-Unternehmerinnen	82
Abb. 41: Beispiel guter Praxis: Aktivierung durch niederschwellige Angebote	83
Abb. 42: Beispiel guter Praxis: Frauenspezifische Gründungsberatung	86
Abb. 43: Beispiel guter Praxis: Vernetzung von Gründerinnen	88

Kartenverzeichnis

Karte 1: Abgrenzung des ländlichen Raums und seiner vier Typen nach Definition des Thünen-Instituts	17
Karte 2: Frauenanteil bei Neugründungen auf Kreisebene, 2015–2019	35
Karte 3: Gründerinnenintensität auf Kreisebene, 2015–2019	38
Karte 4: Anteil der Frauen, die ein Kleinunternehmen gründen oder eine Nebenerwerbsgründung vornehmen (Kreisebene)	42
Karte 5: ZEW-Frauengründungsquote, 2015–2019	47



Kurzfassung

Ziele und Aufgabenstellung

Zum allgemeinen Gründungsgeschehen in Deutschland gibt es unzählige Analysen und Studien. Auch das Gründungsgeschehen von Frauen wurde vielfach untersucht. Hingegen liegen kaum Erkenntnisse über die Lebenssituation und die Bedürfnisse von Gründerinnen in ländlichen Räumen vor. Ziel der Studie ist es, diese Forschungslücke zu schließen.

Methodisches Vorgehen

Die Studie basiert auf einer Primärerhebung in Form von zwei Onlinebefragungen (121 Gründungsberatungsstellen, 336 Gründerinnen in ländlichen Räumen), einer Sonderauswertung der Gewerbeanzeigenstatistik und des Mikrozensus, einer Auswertung weiterer sekundärstatistischer Daten zum Gründungsgeschehen (KfW, ZEW, IfM) sowie qualitativen Experteninterviews mit unterschiedlichen Gründungs- und Netzwerkakteuren.

Deutschlandweite Trends

Seit dem Jahr 2011 geht deutschlandweit die Gründungsintensität zurück. Die anhaltend gute wirtschaftliche Entwicklung und die sinkende Arbeitslosigkeit haben zu einer nachlassenden Gründungsintensität in Deutschland geführt. Die Zahl der Frauen in Deutschland, die eine Neugründung vorgenommen haben, ist entsprechend dem deutschlandweiten Trend seit 2011 von rund 223.000 auf etwa 184.000 jährlich gesunken. Da auch die Zahl der gründenden Männer zurückging, lag der Frauenanteil an allen Gewerbetreibenden, die eine Neugründung vorgenommen haben, konstant bei circa 30 %.

Ergebnisse der Gründungsstatistik: Gründungen von Frauen in ländlichen Räumen

Im städtischen Raum sind etwa 29 % aller Gewerbetreibenden, die eine Neugründung anmelden, weiblich. In ländlichen Räumen liegt dieser Anteil mit knapp 32 % etwas höher. Auf Kreisebene gibt es erhebliche Schwankungen beim Frauenanteil, auch im kleinräumigen Maßstab. Es ist allerdings kein eindeutiges räumliches Muster in Deutschland erkennbar.

Während die Gründungsintensität bei Frauen in den letzten Jahren im Schnitt bei 72 Neugründungen je 10.000 erwerbsfähige Frauen lag, war der Wert bei den Männern mit 163 mehr als doppelt so hoch. Am niedrigsten ist die Gründungsintensität von Frauen in ländlichen Regionen mit einer weniger guten sozioökonomischen Lage. Die meisten weiblichen Gründungen auf dem Land finden im Einzelhandel (etwa 22 %) sowie im Bereich der sonstigen überwiegend persönlichen Dienstleistungen (circa 20 %) statt. Auch wenn Frauen in ländlichen Räumen am häufigsten im Einzelhandel gründen, so ist die Zahl der Gründungen durch Männer dort noch höher. Anteile von 50 % und mehr erreichen Frauen bei Gründungen im Veterinärwesen, in einigen Branchen des verarbeitenden Gewerbes (z. B. Textil), im Gesundheits- und Sozialwesen, bei den sonstigen persönlichen Dienstleistungen (u. a. Friseur- und Kosmetiksalons) sowie in der Rechts- und Steuerberatung.

Typische Hemmnisse in unterschiedlichen Phasen des Gründungsgeschehens von Frauen in ländlichen Räumen

Grundsätzlich können alle erwerbsfähigen Frauen in ländlichen Räumen als potenzielle Existenzgründerinnen betrachtet werden. Oftmals haben diese sich aber noch nie mit einer Existenzgründung auseinandergesetzt. Auch fehlt es an Vorbildern.

Dann gibt es die Gruppe der gründungsinteressierten Frauen in ländlichen Räumen. Der größte Hemmnisfaktor für eine Existenzgründung für diese Frauen ist der fehlende Mut. Bei Frauen in ländlichen Räumen, die sich bereits in der Gründungsphase befinden, liegen die größten Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung in den finanziellen Unsicherheiten im Vergleich zu einer abhängigen Beschäftigung, im mangelnden Zutrauen in die eigenen Kompetenzen und in den hohen bürokratischen Hürden.

Strukturmerkmale von Gründerinnen in ländlichen Räumen

Ungefähr jede zweite Existenzgründerin in ländlichen Räumen ist zwischen 35 und 54 Jahre alt. Gründerinnen in ländlichen Räumen sind deutlich häufiger verheiratet bzw. leben häufig als Paarhaushalte mit einem Partner mit und ohne Kinder zusammen. Gründerinnen im ländlichen Raum sind sehr gut ausgebildet, das gilt sowohl für die schulische als auch für die berufliche Ausbildung. Jede zweite Gründerin hat die Fachhochschul- oder Hochschulreife, und mehr als jede Vierte verfügt über einen Hochschulabschluss oder eine Promotion. Im Vergleich zu allen Erwerbstätigen sind sie sehr viel besser gebildet, im Vergleich zu den männlichen Gründern und den Gründerinnen im städtischen Raum dagegen etwas weniger gut.

Etwas mehr als jede Zweite neue Gründerin arbeitet in Vollzeit. Dieser Wert unterscheidet sich kaum zwischen ländlichen und städtischen Räumen. Zwar arbeiten Gründerinnen nicht häufiger in Teilzeit als weibliche abhängig Beschäftigte, die Wochenarbeitszeit ist trotzdem etwas geringer als bei den erwerbstätigen Frauen insgesamt. Dies ist eine Folge des hohen Anteils der Gründungen von Frauen im Nebenberuf. Frauen gründen vergleichsweise häufig in finanziell abgesicherter Position (zweites Einkommen durch den Mann) bei möglichst geringen Risiken (Absicherung durch Haupterwerb).

Die Einkommenssituation der Gründerinnen unterscheidet sich nicht wesentlich zwischen den Raumtypen. Das Erwerbseinkommen der Gründerinnen ist darüber hinaus etwas höher als das der erwerbstätigen Frauen insgesamt. Allerdings ist das Einkommen von Gründerinnen sehr viel geringer als das von Gründern. Gründe hierfür sind die geringere Wochenarbeitszeit, Gründungen in Branchen mit vergleichsweise niedrigen Gehaltsniveaus und das auch bei Angestellten vorliegende Gender-Pay-Gap.

Existenzgründerinnen und -gründer beginnen in den meisten Fällen mit weniger als fünf Beschäftigten und haben auch nach fünf Jahren nicht mehr als fünf Beschäftigte. Das gilt sowohl für den ländlichen als auch für den städtischen Raum und ebenso für Frauen wie Männer.

Motivationen von Gründerinnen in ländlichen Räumen

Frauen gründen häufig in Verbindung mit dem Eintritt in eine neue Lebensphase (wie Abschluss des Studiums, Auszug der Kinder etc.). Hauptmotivationen sind dabei die Selbstverwirklichung und Selbstbestimmung. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf spielt, insbesondere bei Frauen mit Kindern im Kleinkind- und Grundschulalter eine Rolle, speziell da längere Pendelfahrten (zum Arbeitsort und für Bildungs- und Freizeitaktivitäten) in die nächsten Oberzentren viele Zeitkapazitäten erfordern. Zudem gründen Frauen, weil sie beruflich nicht mehr weiterkommen oder es Schwierigkeiten in Führungspositionen gibt. Das Motiv, viel Geld zu ver-

dienen, spielt bei Frauen – anders als bei Männern – nur eine untergeordnete Rolle. Vorbilder in der Familie und im Umfeld, die Erfahrung mit Selbstständigkeit haben, erhöhen die Gründungsintensität bei Frauen.

Hemmende und fördernde Rahmenbedingungen

Die befragten Gründungsberatungsstellen bewerten besonders die Beratungsangebote und die Erreichbarkeit der Angebote als gut. Die Gründerinnen bewerten die Netzwerke für Unternehmerinnen und die Verkehrsanbindung am besten. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Gruppe der befragten Frauen vielfach über vorhandene Netzwerke erreicht wurde.

Der Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten wird von den Gründerinnen meist negativ bewertet. Nach Aussage der Expertinnen und Experten besteht die Problematik in den häufig vergleichsweise geringen Kreditbeträgen und dem eher zurückhaltenden Auftreten von Frauen bei der Präsentation ihrer Geschäftsidee. Die Verfügbarkeit von Fachkräften wird sowohl von den Gründerinnen als auch von den Gründungsberatungsstellen unter allen Rahmenbedingungen mit am schlechtesten bewertet. Auch die Bürokratie bewerten beide befragten Gruppen als (eher) schlecht.

Traditionelle Rollenbilder beeinflussen immer noch die Erwerbstätigkeit und das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen. 86 % der befragten Gründungsberatungsstellen gehen davon aus, dass moderne Rollenbilder Gründungen von Frauen in ländlichen Räumen fördern. Im Zuge dessen wird auch ein Ausbau der Kinderbetreuungsangebote als förderlich bewertet. Darüber hinaus fehlt es Frauen oft an Mut, ihre Idee für eine Existenzgründung umzusetzen. Hier besteht prinzipiell kein Unterschied zwischen Stadt und Land. Insbesondere in ländlichen Räumen aber fehlen Vorbilder, die erzählen, warum und aus welchen Gründen sie Unternehmerinnen geworden sind.

Angebote und Bedarfe im Bereich Netzwerke und Beratung

Gründerinnen wünschen sich persönliche Coachings und einen Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerke). Die Organisation eines Erfahrungsaustausches steht bei den Gründungsberatungsstellen aber noch nicht im Fokus. Auch spezielle Beratungsangebote für Gründerinnen bieten nur 35 % der befragten Gründungsberatungsstellen an. Insbesondere bei den befragten IHKs, HWKs und Wirtschaftsförderungen spielen frauenspezifische Angebote nur eine untergeordnete Rolle.

Besonderes Interesse haben Gründerinnen an rechtlichen und finanziellen Fragestellungen. Gründungsberatungsstellen messen hingegen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Thema die höchste Bedeutung zu.

Empfehlungen und Beispiele guter Praxis

Die Empfehlungen unterscheiden sich je nach Phase der Gründung:

- » In der Phase der Sensibilisierung gilt es, die Zugänge zu den erwerbsfähigen Frauen in ländlichen Räumen, die sich bislang noch nicht mit einer Existenzgründung auseinandergesetzt haben, zu verbessern. Ein wichtiger Ansatz hierzu bildet die stärkere Kommunikation von Vorbildern. Ein gutes Beispiel stellt die Initiative „FRAUEN unternehmen“ dar.
- » In der Phase der Aktivierung gilt es, Frauen in ländlichen Räumen stärker für die Alternative der Existenzgründung zu begeistern und Hemmschwellen der Gründung zu senken. Dabei stehen niedrigschwellige Angebote sowie der Abbau bürokratischer Hürden im Vordergrund. Ein gutes Beispiel bildet die ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA).

- » In der Beratungsphase geht es darum, den Weg zur Existenzgründung in allen erforderlichen Bereichen zu begleiten (u. a. Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten verbessern, Auf- und Ausbau von Netzwerken vorhandener Institutionen, frauenspezifische Beratungsformen und -themen). Die drei LandFrauenverbände in Baden-Württemberg bieten beispielsweise frauenspezifische Gründungsberatung in Form von Gruppencoachings an.
- » Die Vernetzung ist eine Querschnittsaufgabe, die in allen Phasen der Existenzgründung eine sehr hohe Bedeutung hat. Hier geht es um den Ausbau von Netzwerken für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen. Ein gutes Beispiel stellt das Projekt ThEx FRAUENSACHE dar.

Schlussfolgerungen und Ausblick

Die Rahmenbedingungen für Existenzgründerinnen in ländlichen Räumen unterscheiden sich gegenüber denen in städtischen Räumen vor allem hinsichtlich existierender Rollenbilder. Die Studienergebnisse zeigen, dass Frauen weiterhin die Hauptverantwortung für die Sorgearbeit innerhalb der Familie übernehmen (mit oder ohne Gründung). Daher ist der gesellschaftliche Diskurs hinsichtlich der Rollenverteilung und des Rollenverständnisses zwischen Frauen und Männern weiter zu führen, und die gesetzlichen Rahmenbedingungen sind auf eine ausgeglichene Verteilung von Erwerbs- und Sorgearbeit zwischen Frauen und Männern auszurichten.

Ferner fehlt es in vielen ländlichen Räumen an spezifischen Unterstützungsangeboten: angefangen bei einer stärkeren Kommunikation von Vorbildern über frauenspezifische Unterstützungsangebote – insbesondere auch bei den klassischen Anbietern wie Kammern und Wirtschaftsförderungen – bis hin zum Aufbau von Netzwerken.

1. Vorbemerkung

1.1 Ziele und Aufgabenstellung

Zum allgemeinen Gründungsgeschehen in Deutschland gibt es unzählige Analysen und Studien. Das allgemeine Existenzgründungsgeschehen in Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren verändert. Während die Anzahl an gewerblichen Existenzgründungen von Einzelunternehmen gesunken ist, hat sich das Gründungsgeschehen in den Freien Berufen positiv entwickelt. Auffällig ist der überproportionale Anstieg an Existenzgründungen gewerblicher Einzelunternehmen von ausländischen Männern – ausländische Männer gründen tatsächlich häufiger als deutsche Männer. Ausländische Frauen gründen hingegen genauso häufig (oder selten) wie deutsche Frauen. Dies ist ein wesentlicher Grund, warum der Anteil der Frauen an den gewerblichen Gründungen von Einzelunternehmen insgesamt gesunken ist (vgl. IfM Bonn 2019).

Auch die Perspektive der Frauen im Gründungsgeschehen wurde vielfach erforscht und analysiert. Hingegen liegen bislang kaum wissenschaftliche Erkenntnisse über die Lebenssituation und die Bedürfnisse von Existenzgründerinnen in ländlichen Räumen vor. Dabei besteht die begründete These, dass Gründerinnen in ländlichen Räumen andere Bedürfnisse und Herausforderungen haben als Gründerinnen in Städten oder als Gründer (in Städten und in ländlichen Räumen). Damit ist auch kaum bekannt, welche spezifischen Unterstützungsstrukturen notwendig und bedarfsgerecht sind, um Existenzgründungen von Frauen im ländlichen Raum zu fördern.

Die letzten Studien hierzu wurden vor mehr als zehn Jahren erarbeitet (vgl. bga 2007, ASG 2008). Danach haben in der Vergangenheit Geschlechterrollenbilder eine entscheidende Rolle bei Existenzgründungen von Frauen in ländlichen Räumen gespielt. Ferner mangelt es in den ländlichen Räumen vielfach an einem adäquaten und differenzierten Arbeitsplatzangebot. Zudem sind Familie und Beruf angesichts fehlender oder nicht hinreichender Kinderbetreuungsmöglichkeiten häufig nur schwer zu vereinbaren. In der Folge ziehen zumeist gut ausgebildete Frauen aus den ländlichen Räumen fort oder kommen nach dem Studium nicht mehr in den ländlichen Raum zurück. In dieser Situation kann die Existenzgründung Frauen im ländlichen Raum eine Perspektive bieten, sowohl mit Blick auf die beruflichen Möglichkeiten sowie die eigene Existenz- und Alterssicherung als auch zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Da diese Ergebnisse bereits mehr als zehn Jahre zurückliegen, betritt die vorliegende Studie Neuland und soll einen Beitrag zur Schließung dieser Forschungslücke leisten. empirica untersuchte daher im Auftrag des Deutschen LandFrauenverbandes e. V. (dlv) die Situation von gründungsinteressierten Frauen und Gründerinnen in ländlichen Räumen. Im Fokus der Studie standen folgende Fragestellungen:

- » Überblick: Wie viele Gründerinnen gibt es in ländlichen Räumen? Wie gestalten sich wesentliche Strukturdaten (z. B. Branche, Einkommen, Anzahl der Angestellten, Form der Gründung)?
- » Langfristiger Erfolg: Welche Faktoren sind ausschlaggebend für den langfristigen Erfolg? Welche Rahmenbedingungen sind förderlich, welche ein Hemmnis?
- » Motivation und Sensibilisierung: Was motiviert Frauen in ländlichen Räumen zu gründen, und wie können sie dafür sensibilisiert werden?

- » Beratungs- und Unterstützungsangebote: Wie sollten zielgruppenspezifische Beratungs- und Unterstützungsangebote ausgestaltet sein?
- » Unterschiede zwischen ländlichen und städtischen Räumen: Welche Spezifika und Besonderheiten gibt es in den ländlichen Regionen Deutschlands? Was bedeutet das für Gründerinnen?

Ziel der Studie ist es, ein umfassendes Bild über die Gründerinnen in ländlichen Räumen zu erhalten (Daten und Fakten), um daraus Handlungsempfehlungen für eine zielgerichtete Sensibilisierung und Unterstützung von Frauen in ländlichen Räumen abzuleiten. Die Studie ist Teil des Projektes „Selbst ist die Frau – Existenzgründung von Frauen im ländlichen Raum“, das der Deutsche LandFrauenverband e. V. zurzeit durchführt. Die nachfolgende Studie gliedert sich in folgende Teile:

- » Nachdem die Datengrundlagen und das methodische Vorgehen erörtert wurden (Kapitel 1), erfolgt zunächst ein kurzer Überblick über den aktuellen Stand der Forschung (Kapitel 2).
- » Anschließend wird das Gründungsgeschehen von Frauen in ländlichen Räumen auf Basis der Ergebnisse der Gründungsstatistik dargestellt (Kapitel 3).
- » Die Beschreibung der Gründerinnen in ländlichen Räumen basiert auf einer Sonderauswertung des Mikrozensus sowie auf eigenen empirischen Erhebungen (zwei Onlinebefragungen) und Expertengesprächen (Kapitel 4).
- » In Kapitel 5 werden hemmende und fördernde Rahmenbedingungen auf dem Weg zur Gründung auf Basis der beiden Onlinebefragungen und der Experteninterviews abgeleitet.
- » In Kapitel 6 werden vorhandene Beratungs- und Unterstützungsangebote den spezifischen Bedarfen von Gründerinnen in ländlichen Räumen gegenübergestellt.
- » Auf Basis der empirischen Ergebnisse werden Empfehlungen zur Förderung von Existenzgründungen von Frauen in ländlichen Räumen formuliert und Beispiele guter Praxis aufgezeigt (Kapitel 7).
- » Abschließend erfolgt eine Gesamtbewertung der Studienergebnisse (Kapitel 8).

1.2 Definitionen: Existenzgründerinnen und ländlicher Raum

Für die beiden im Fokus stehenden Aspekte der Studie liegen keine allgemeingültigen Definitionen vor. Es bedarf deshalb zunächst einer Definition der Begriffe „Existenzgründerin und existenzgründungsinteressierte Frau“ sowie des Begriffs „ländlicher Raum“, um auf einem gemeinsamen Verständnis des Forschungsgegenstandes aufbauen zu können.

Existenzgründerinnen und -gründer sowie gründungsinteressierte Personen

Als Gründung werden jede in der amtlichen Statistik erfasste Gewerbeanmeldung nach § 14 der Gewerbeordnung sowie die Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit in den Freien Berufen oder der Urproduktion verstanden. Der Katalog der Freien Berufe wird in § 18 EStG genau definiert. Dazu zählen etwa Ärztinnen

und Ärzte, Rechtsanwältinnen und -anwälte oder Steuerberaterinnen und -berater. In der amtlichen Gewerbeanzeigenstatistik werden drei Arten von Neugründungen unterschieden:

- » **Betriebsgründungen** sind Gründungen, bei denen eine größere wirtschaftliche Bedeutung unterstellt werden kann: Die Gründung erfolgt durch eine juristische Person, eine Personengesellschaft oder eine natürliche Person mit mindestens einer oder einem Mitarbeitenden, oder das Unternehmen ist im Handelsregister bzw. der Handwerksrolle eingetragen.
- » **Nebenerwerbsgründungen** sind Neugründungen, bei denen die Gründerinnen und Gründer weiterhin einer anderen, in der Regel abhängigen Beschäftigung nachgehen, über die sie ihren Lebensunterhalt primär bestreiten. Ursachen für eine Nebenerwerbsgründung können der Zuverdienst sein, aber auch das Testen einer Geschäftsidee. Auch aus Nebenerwerbsgründungen können größere Unternehmen entstehen.
- » **Sonstige Gründungen** sind Neugründungen von sogenannten Kleinunternehmen, also Neugründungen im Haupterwerb von natürlichen Personen ohne Beschäftigte und ohne Eintrag in das Handelsregister oder die Handwerksrolle.

Eine unbeantwortete Frage ist, über welchen Zeitraum eine Person nach Aufnahme einer Selbstständigkeit oder nach Gründung eines Unternehmens noch als „Existenzgründerin“ oder „-gründer“ bezeichnet werden kann. In den jeweiligen Statistiken zum Gründungsgeschehen wird die Person nur im Jahr der Gründung als Gründende erfasst. In der Onlinebefragung werden dagegen auch noch Frauen als Existenzgründerinnen bezeichnet, die innerhalb der letzten fünf Jahre eine Selbstständigkeit realisiert oder ein Gewerbe angemeldet haben.

Die Begriffe „**Existenzgründung**“ und „**Unternehmensgründung**“ sind dagegen nicht amtlich definiert. Als Existenzgründung verstehen wir den Beginn der beruflichen Selbstständigkeit. Das kann als Gewerbetreibende, die ihr Gewerbe als natürliche Person anmeldet, oder als Freiberuflerin geschehen. Im ersten Fall erfolgt die Erfassung in der amtlichen Statistik überwiegend als Neugründung eines Kleinunternehmens oder als Nebenerwerbsgründung. Bei Unternehmensgründungen handelt es sich dagegen überwiegend um Betriebsgründungen im statistischen Sinne, die Gründung erfolgt also als juristische Person, mit Beschäftigten und/oder mit Eintrag ins Handelsregister oder in die Handwerksrolle.

Gründungsinteressiert sind Frauen, die den Beginn einer beruflichen Selbstständigkeit planen. Um diese Grundgesamtheit für die Zwecke der Untersuchung genauer fassen zu können, galten als gründungsinteressiert Frauen, die Unterstützungs- oder Beratungsleistungen von entsprechenden Institutionen (z. B. Netzwerken, Vereinen, Kammern oder Wirtschaftsförderungen) oder Personen (etwa Gründungslotsinnen des dlV) in Anspruch genommen hatten.

Der ländliche Raum

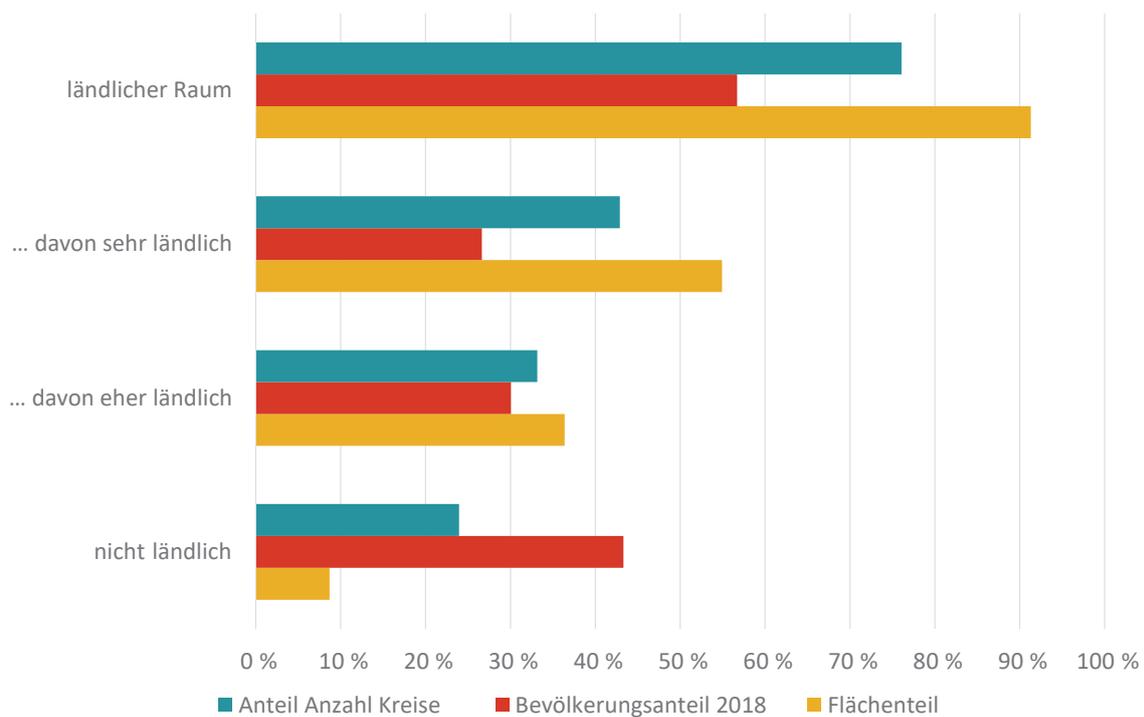
Es gibt unterschiedliche Abgrenzungen des Raumes, der als ländlich gilt. Für wissenschaftliche Zwecke sind vor allem drei Abgrenzungen geläufig. Eurostat unterscheidet bei der Raumtypologie drei Klassen: Städte, die Vororte der Städte sowie die Gemeinden mittlerer Einwohnerdichte und die ländlichen Räume.¹

¹ Die Abgrenzung der Räume erfolgt nach einem zweistufigen Verfahren. Die Städte sind dicht bewohnte Gebiete, in denen mindestens 50 % der Bevölkerung in einem oder mehreren urban centres („Stadtkernen“ mit mindestens 1.500 Einwohnerinnen und Einwohnern/km² und mit absolut mindestens 50.000 Einwohnerinnen und Einwohnern) leben. Die Vororte der Städte (towns und suburbs) sind Gebiete mittlerer

Diese Definitionen werden vor allem auf Ebene der Europäischen Union verwendet. In Deutschland dominieren die beiden Ansätze nach dem Thünen-Institut und dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR). Die Typisierung nach dem BBSR unterscheidet auf Kreisebene zwischen städtischen und ländlichen Räumen. Alle kreisfreien Großstädte sowie die städtischen Kreise bilden den städtischen Raum, alle ländlichen Kreise bilden den ländlichen Raum. Ländliche Kreise werden dabei definiert als Kreise mit einer Einwohnerdichte von unter 150 Einwohnerinnen und Einwohnern pro Quadratkilometer. Nach dieser Typisierung leben rund 32 % der Bevölkerung im ländlichen Raum.

Für die Zwecke der Studie wird auf die Definition des Thünen-Instituts zurückgegriffen. Das Thünen-Institut grenzt ländliche von städtischen Räumen anhand der Kombination räumlicher Merkmale in Bezug auf geringe Siedlungsdichte, lockere Wohnbebauung, Prägung der Landschaft durch land- und forstwirtschaftliche Flächen sowie Einwohnerzahl im Einzugsbereich und Erreichbarkeit großer Zentren ab. Die ländlichen Räume werden wiederum in sehr ländliche und eher ländliche Räume unterteilt (vgl. Abb. 1). Im Ergebnis dieser Abgrenzung leben 57,2 % der deutschen Wohnbevölkerung in ländlichen Räumen (vgl. Thünen-Institut 2016).

Abb. 1: Flächen-, Bevölkerungs- und Kreisanteil der unterschiedlichen Raumtypen nach dem Thünen-Institut



Quelle: Thünen-Institut, empirica-regio, eigene Berechnungen

empirica

Die Abgrenzungen des ländlichen Raumes als homogene Region beziehen sich in erster Linie auf die Siedlungsstruktur und die Einwohnerdichte. Mit Blick auf die Sozioökonomie bildet der so abgegrenzte ländliche Raum allerdings keine Einheit. Aus diesem Grund hat das Thünen-Institut neben der Ländlichkeit auch die

Bevölkerungsdichte, in denen weniger als 50 % der Bevölkerung in einem oder mehreren urban centres, aber mindestens 50 % der Bevölkerung in urban clusters (Gebieten mit mindestens 300 Einwohnerinnen und Einwohnern/km² und mit absolut mindestens 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern) leben. Die ländlichen Gebiete sind die übrigen dünn besiedelten Räume.

Dimension „Sozioökonomische Lage“ über die Bildung eines Indexes aus neun Indikatoren berücksichtigt. Im Ergebnis des Indexes wurden Regionen mit guter und weniger guter sozioökonomischer Lage abgegrenzt. Aus der Kombination der Dimensionen Ländlichkeit und sozialökonomische Lage ergeben sich die in der Karte 1 dargestellten vier ländlichen Raumtypen:

- » Typ 1: sehr ländlich und weniger gute ökonomische Lage – überwiegend Kreise im Osten und Norden Deutschlands, im Bayerischen Wald sowie in Rheinland-Pfalz
- » Typ 2: sehr ländlich und gute ökonomische Lage – überwiegend Kreise im Süden und Nordwesten Deutschlands
- » Typ 3: eher ländlich und gute ökonomische Lage – überwiegend Kreise im Süden und Westen Deutschlands im Umland der großen Metropolregionen wie München, Stuttgart oder dem Rhein-Main-Gebiet
- » Typ 4: eher ländlich und weniger gute ökonomische Lage – überwiegend Kreise in Sachsen und Brandenburg, im südlichen Umfeld Hannovers sowie im weiteren Umland Hamburgs.

1.3 Datengrundlage zur Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum

Es liegen einige wenige Datengrundlagen vor, auf deren Basis Aussagen zum Gründungsgeschehen sowie zur Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum möglich sind. In der Vergangenheit wurden diese Daten noch nicht in der Kombination der drei Merkmale Geschlecht, Gründung bzw. Selbstständigkeit und ländlicher Raum ausgewertet. Im Rahmen dieser Studie erfolgt dies zum ersten Mal.

Allerdings existiert keine Statistik in Deutschland, die Gründungen, das Gründungsgeschehen oder die Situation von Gründerinnen umfassend abbildet. Die verschiedenen bestehenden Quellen bilden immer nur Teilaspekte des gesamten Gründungsgeschehens ab. Deshalb geben die Statistiken und Daten nur auf einen kleinen Ausschnitt der gesamten Fragestellungen der Studie eine Antwort. Auch erlauben die Daten nicht immer Aussagen in der gewünschten räumlichen und sachlichen Differenzierung.

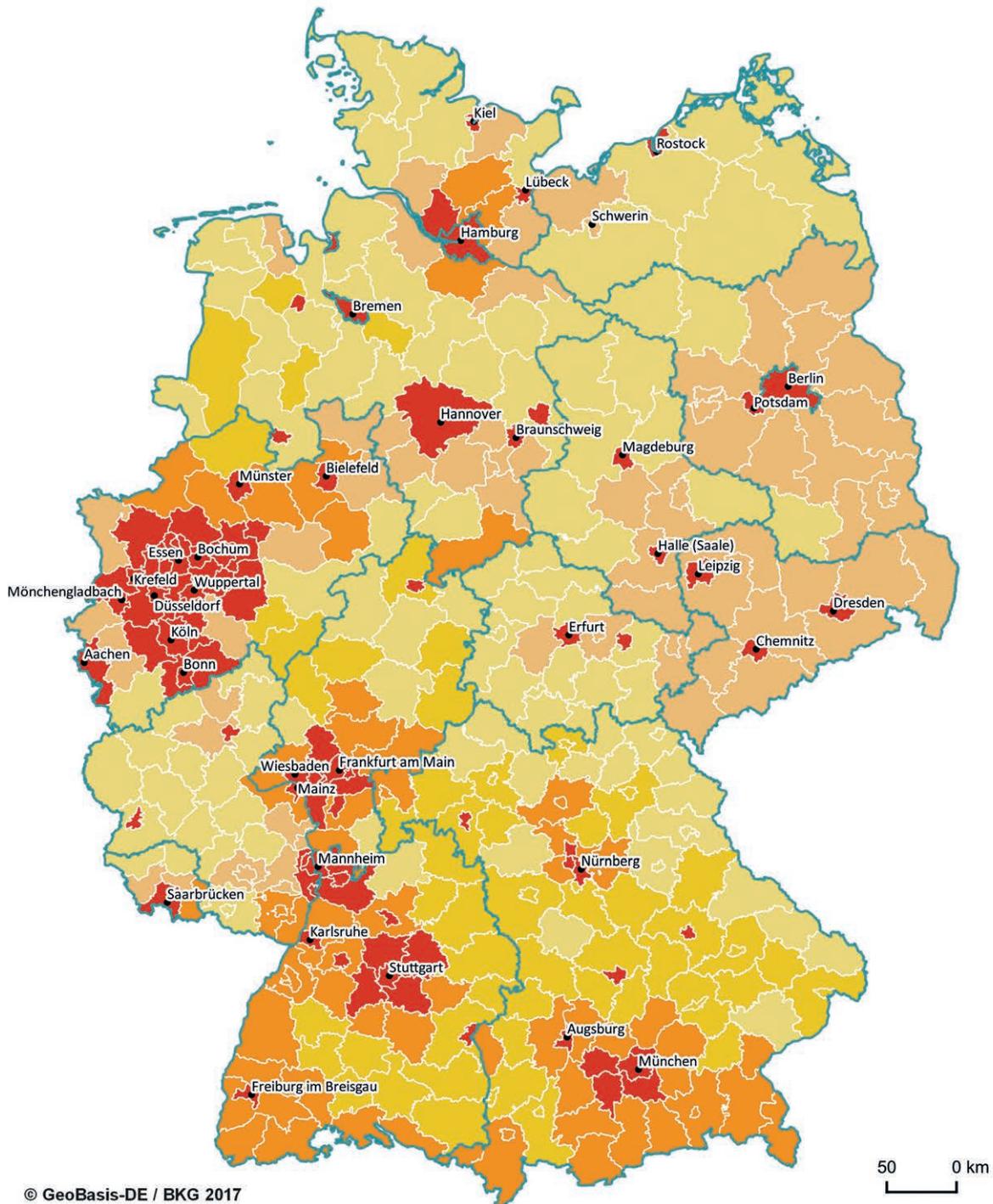
Amtliche Gewerbeanzeigenstatistik und weitere Erhebungen zum Gründungsgeschehen

Bundesweite empirische Untersuchungen zum Thema basieren in der Regel auf einer der folgenden vier Quellen:

- » Die **amtliche Gewerbeanzeigenstatistik** der Statistischen Ämter der Länder und des Bundes ist eine Vollerhebung, da alle juristischen und natürlichen Personen die Aufnahme und Aufgabe einer gewerblichen Tätigkeit anzeigen müssen. Nicht erfasst werden allerdings nicht anzeigepflichtige Tätigkeiten, beispielsweise in den Freien Berufen oder in der Landwirtschaft. Neugründung, Zuzug und Übernahme eines Gewerbes werden differenziert ausgewiesen, ebenso ob es sich um eine Nebenerwerbsgründung oder eine Betriebsgründung handelt. Relevant zur Betrachtung des Gründungsgeschehens sind vor allem die Neugründungen. Eine kleinräumige Differenzierung der Gründungen auf Kreisebene, also auch für den ländlichen Raum, ist möglich, ebenso eine Differenzierung nach Geschlecht der Gewerbetreibenden sowie nach Wirtschaftszweigen.

Karte 1: Abgrenzung des ländlichen Raums und seiner vier Typen nach Definition des Thünen-Instituts

Soweit es die Datenlage zulässt, erfolgt eine Auswertung der Empirie nach den vier unterschiedlichen ländlichen Raumtypen des Thünen-Instituts.

**Übersicht Raumabgrenzung (Thünen-Typologie)**

- Städtischer Raum
- Eher ländlich und gute ökonomische Lage
- Eher ländlich und weniger gute ökonomische Lage
- Sehr ländlich und gute ökonomische Lage
- Sehr ländlich und weniger gute ökonomische Lage

Quelle: eigene Darstellung nach Abgrenzung des Thünen-Instituts

empirica

- » Die **IfM-Gründungsstatistik** des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn basiert für gewerbliche Gründungen auf der amtlichen Gewerbeanzeigenstatistik (ohne Nebenerwerbsgründungen und Gründung einer Zweigniederlassung, aber inklusive der Übernahme durch Erbfolge, Kauf oder Pacht)² sowie für die in der amtlichen Statistik nicht erfassten Gründungen in den Freien Berufen auf Angaben der Finanzverwaltungen der Bundesländer.³
- » Das **Mannheimer Unternehmenspanel (MUP)** des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) basiert auf dem Creditreform-Unternehmensregister. Es handelt sich also um keine Vollerhebung. Es berücksichtigt auch nur im Handelsregister eingetragene Neugründungen, d. h. keine freiberuflichen Tätigkeiten, keine Übernahmen und Beteiligungen und in der Regel auch keine Gründungen im Nebenerwerb. Damit werden vor allem Kleinunternehmen, Nebenerwerbsgründungen sowie Gründungen in den Freien Berufen im MUP untererfasst.
- » Der **KfW-Gründungsmonitor** der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) basiert auf jährlichen repräsentativen Bevölkerungsbefragungen von deutschlandweit 50.000 Menschen im erwerbsfähigen Alter (18 bis 64 Jahre). Es werden sowohl gewerbliche Gründungen als auch Gründungen in den Freien Berufen erfasst, ebenso Voll- und Nebenerwerbsgründungen. Erfassungseinheit ist im Gegensatz zu den vorherigen Quellen nicht das gegründete Unternehmen, sondern die Person der Gründerin bzw. des Gründers (vgl. Metzger 2019b).

Die Auswertung der Daten dieser Quellen erfolgt in Kapitel 2.1.

Darüber hinaus gibt es noch weitere Erhebungen zum Gründungsgeschehen, die sich vor allem mit dem sehr kleinen, aber auch sehr wachstumsstarken Segment der Startups beschäftigen. Startups sind nach Definition des Bundesverbands Deutsche Startups bis zu zehn Jahre alte, innovative Unternehmen, die ein (starkes) Umsatz- und/oder Beschäftigtenwachstum anstreben. Im Jahr 2019 gab es rund 2.300 Neugründungen von Startups in Deutschland (vgl. Petzold et al. 2020), das entspricht rund 0,4 % aller Neugründungen in diesem Jahr:

- » Der Female Founders Monitor (FFM) basiert auf den Daten des Deutschen Startup Monitors, einer nicht repräsentativen deutschlandweiten Onlinebefragung von bestehenden Startups, die über rund 300 ausgewählte Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Teilnahme an der Umfrage eingeladen werden. Für den FFM 2019 wurden etwa 3.750 Gründerinnen und Gründer online befragt. Frauen gründeten dabei allein oder in gemischten Teams etwa 15 % aller erfassten Startups.
- » Das Unternehmen Startupdetector erfasst die Neugründung von Startups durch die Auswertung von Handelsregister-Bekanntmachungen. Demnach gründeten Frauen 2019 circa elf Prozent aller erfassten rund 2.300 Startups. Sie gründeten vor allem im E-Commerce, in der Lebensmittel- sowie der Gesundheitsbranche.

In beiden Erhebungen wird eine klare Standortpräferenz von Startups für Großstädte und eher städtisch geprägte Kreise deutlich. Daraus und aus dem insgesamt geringen Gründerinnenanteil in diesem Segment resultieren sehr geringe Fallzahlen von Startups im ländlichen Raum, die von Frauen gegründet werden, sodass weitergehende Analysen nicht möglich sind.

2 Vgl. IfM Bonn: Erläuterungen zur Gründungs- und Liquidationsstatistik des IfM Bonn im gewerblichen Bereich.

3 Vgl. IfM Bonn: Erläuterungen zur Statistik der Gründungen in freien Berufen.

Der Nachteil der aufgeführten Gründungsstatistiken liegt einerseits darin, dass mit Ausnahme der Daten des IfM Bonn die Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit in den Freien Berufen nicht erfasst wird. Diese machen jedoch mit gut einem Fünftel gerade bei Frauen einen nicht unerheblichen Teil des gesamten Gründungsgeschehens aus. Andererseits liefern die Statistiken bis auf die Branche, den Raum, das Geschlecht und die Art der Neugründung auch keine weitergehenden Informationen zur Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum. Zu diesem Zweck wird daher auf Daten des Mikrozensus zurückgegriffen.

Mikrozensus

Der Mikrozensus ist eine von den Statistischen Ämtern in Deutschland jährlich durchgeführte Haushaltsumfrage, mit der Informationen von über 800.000 Personen erhoben werden. Die befragten Haushalte wurden im Rahmen einer einprozentigen Stichprobenziehung zufällig ausgewählt.

Der Mikrozensus erfasst im Kernprogramm Daten zur Struktur der Bevölkerung sowie zu deren wirtschaftlicher und sozialer Lage. Im Einzelnen enthält der Mikrozensus unter anderem Informationen zu Familie und Lebenspartnerschaft und Angaben zum Haushalt, Arbeitsmarkt, zu Beruf und Erwerbstätigkeit, Ausbildung und Migration.

Es gibt im Mikrozensus keine direkte Frage zum Gründungsgeschehen. Aber über die Fragestellungen zum Geschlecht, zur aktuellen Beschäftigungssituation (u. a. die Eingruppierung als Ausübende einer selbstständigen oder freiberuflichen Tätigkeit) und zum Arbeitsort lässt sich die Zielgruppe der selbstständigen Frauen im ländlichen Raum herausfiltern. Aus dieser Gesamtheit können über die Frage der Aufnahme der jetzigen Tätigkeit auch Existenzgründungen isoliert werden.

Für die Studie erfolgte eine Sonderauswertung des Mikrozensus. Die Auswahlgesamtheit der Existenzgründerinnen im ländlichen Raum (gemäß der in Kapitel 1.2 dargestellten Definition) wurde mit den oben beschriebenen Filterfragen ermittelt. Dabei wurde unterschieden zwischen neuen Gründerinnen, die ihre Selbstständigkeit innerhalb der letzten zwölf Monate aufgenommen, und etablierten Gründerinnen, die diese innerhalb der letzten 60 Monate begonnen haben. Die Ergebnisse der Sonderauswertung des Mikrozensus werden in Kapitel 4 zusammen mit vergleichbaren Fragestellungen aus der Onlinebefragung (vgl. Kapitel 1.4) dargestellt.

1.4 Methodisches Vorgehen

Die Ergebnisse der Studie beruhen auf unterschiedlichen quantitativen und qualitativen Methoden der Sozialforschung.

Desk-Research und Literaturanalyse

Zu Beginn der Untersuchung wird der aktuelle Forschungsstand mittels einer Literaturanalyse aufbereitet. Ein wesentliches Ziel dabei besteht neben der Informationsgewinnung darin, die noch vorhandenen Kenntnislücken mit Blick auf die Forschungsfragen der vorliegenden Studie aufzudecken.

Primärerhebungen im Rahmen von zwei Onlinebefragungen

Die vorhandenen Sekundärstatistiken geben einen ersten Überblick über das Gründungsgeschehen von Frauen im ländlichen Raum und erlauben eine deskriptive Beschreibung der typischen Gründerin. Auf die

weiteren Themenfelder der Studie geben sowohl die Statistiken als auch die vorliegende Literatur und Untersuchungen keine oder keine befriedigenden Antworten. Dies betrifft unter anderem Fragestellungen der Motivation und Sensibilisierung, des langfristigen Erfolgs oder der notwendigen und sinnvollen Beratungs- und Unterstützungsangebote. Zudem liegen fast keine Erkenntnisse über gründungsinteressierte Frauen vor. Um in diesen inhaltlichen Bereichen weitergehende Informationen und Erkenntnisse zu gewinnen, bedurfte es zusätzlicher Primärerhebungen. Vor diesem Hintergrund wurden zwei Onlinebefragungen durchgeführt.

Onlinebefragung von Gründungsberatungsstellen

Eine der zwei Onlinebefragungen richtete sich an Institutionen, Unternehmen oder Personen im ländlichen Raum, die Existenzgründerinnen und gründungsinteressierte Frauen auf dem Weg zur und unmittelbar nach der Gründung unterstützen, beraten oder vernetzen (im Folgenden zusammengefasst als „Gründungsberatungsstellen“).

Der Fragebogen umfasste Fragestellungen zu folgenden Themenbereichen:

- » Allgemeines Gründungsklima (im ländlichen Raum): förderliche und hemmende Faktoren der Gründung, Sensibilisierung und Aktivierung von Frauen.
- » Beratungs- und Unterstützungsangebote: Welche Angebote sind bedarfsgerecht und sinnvoll, welche eignen sich eher weniger, welche Beratungsthemen sind relevant, und in welchen Bereichen mangelt es noch an einer Unterstützung?
- » Langfristiger Erfolg: Welche Faktoren sind wichtig, und welche Hindernisse gibt es?

In die Auswahlgesamtheit wurden alle online recherchierten Gründerinnennetzwerke, (privatwirtschaftliche) Seminar- und Bildungsanbieter für Existenzgründerinnen und -gründer (zusammen 60), die Wirtschaftsförderungen der Kreise (250), die Kammern (80 Industrie- und Handelskammern, 56 Handwerkskammern und zehn Landwirtschaftskammern und -verbände) sowie alle örtlichen Agenturen der Bundesagentur für Arbeit (704) einbezogen. Von diesen Akteuren und Institutionen wurden die Mailadressen, wenn möglich personalisiert, recherchiert. Der so aufgebaute Verteiler umfasste in der Summe rund 1.160 Adressen. Die Befragung fand im Zeitraum von April bis August 2020 statt. Insgesamt nahmen 121 angeschriebene Personen bzw. Institutionen an der Onlinebefragung teil, davon allerdings nur zwei Agenturen für Arbeit. Bleiben die Agenturen für Arbeit unberücksichtigt, liegt der Rücklauf bei 27 % (vgl. Abb. 2).

Onlinebefragung von Gründerinnen

Die zweite Befragung richtete sich nach dem anfänglichen Forschungsdesign ausschließlich an gründungsinteressierte Frauen im ländlichen Raum, sie war als schriftliche Befragung konzipiert. Die COVID-19-Pandemie erforderte, unter anderem durch den Wegfall von Präsenzveranstaltungen, eine Anpassung des Forschungsdesigns. So wurden die schriftliche Befragung in eine Onlinebefragung geändert und die Zielgruppe um die Existenzgründerinnen erweitert. Die Befragung diente auch der Ergänzung der amtlichen Statistik, die vor allem Informationen über die Branchenstruktur der Gründungen und zur Sozioökonomie der Gründerinnen und Gründer (vgl. auch den Abschnitt „Sonderauswertung sekundärstatistischer Daten“), nicht aber Aussagen zur Motivation, zu erforderlichen Hilfestellungen, Erfolgen und Hemmnissen von Gründungen liefert. Die Onlinebefragung enthielt deshalb Fragestellungen zu folgenden Themenbereichen:

- » Motivation und Ziele der (geplanten) Existenzgründung,

- » nähere Informationen zur Existenzgründung (Haupt- oder Nebenerwerb, Branche, Geschäftspartnerinnen und -partner etc.),
- » Inanspruchnahme und Bedarfe von Beratungs- und Unterstützungsleistungen,
- » Bewertung von Rahmenbedingungen sowie von fördernden und hemmenden Faktoren der Existenzgründung,
- » Angaben zur gründungsinteressierten Frau bzw. Gründerin, um die vorstehenden Themenbereiche nach sozioökonomischen Merkmalen differenziert betrachten zu können.⁴

Zur Erreichung der Zielgruppen wurden verschiedene Multiplikatoren (Landesverbände der LandFrauen, Gründungslotsinnen des dlv, Frauen- und gemischte Verbände sowie Gründungsnetzwerke etc.) angesprochen, die den Link zur Befragung in ihren Netzwerken verbreiten sollten. Durch diese Vorgehensweise war es allerdings nicht mehr möglich, die Befragung ausschließlich auf gründungsinteressierte Frauen in ländlichen Räumen zu begrenzen. Im Ergebnis haben sich überwiegend Gründerinnen (anstatt gründungsinteressierter Frauen) an der Onlinebefragung beteiligt. Darüber hinaus haben einzelne Gründungsinteressierte und Gründerinnen, die nach der Abgrenzung des Thünen-Instituts in städtischen Räumen wohnen, an der

Abb. 2: Übersicht Rücklauf Gründungsberatungsstellen

Gründungsberatungsstellen	Rücklauf Anzahl (Anteil in % am gesamten Rücklauf)
IHK	26 (21 %)
HWK	15 (12 %)
LWK	1 (1 %)
Wirtschaftsförderung	42 (35 %)
Netzwerke	6 (5 %)
Existenzgründungsagenturen	2 (2 %)
Agenturen für Arbeit	2 (2 %)
Schulungs-/Beratungs-/Bildungsunternehmen	2 (2 %)
Sonstige*	18 (15 %)
keine Angabe	7 (6 %)
gesamt	121

* Unter „Sonstige“ fallen all jene Fragebögen, auf denen die Ausfüllenden keine der o. g. Institutionen angekreuzt haben (z. B. Gründungslotsin des dlv, LandFrauenverein, Behörde).

Quelle: Onlinebefragung von Gründungsberatungsstellen, Sommer 2020

empirica

⁴ Die Analyse sozioökonomischer Merkmale sowie der Arbeits- und Lebensbedingungen von Existenzgründerinnen in den ländlichen Räumen erfolgt auf Basis von Daten des Mikrozensus (vgl. Kapitel 1.3). Diese Daten ermöglichen auch einen Vergleich mit Existenzgründerinnen im städtischen Raum und mit Existenzgründern.

Befragung teilgenommen. Diese wurden im Nachgang anhand der Variable Wohnort und Postleitzahl aus der Auswertung herausgenommen. Frauen, die keine Angabe zu ihrem Wohnort gemacht hatten, wurden hingegen in der Auswertung berücksichtigt. Eine Rücklaufquote kann nicht berechnet werden, da unbekannt ist, an wie viele Personen der Link zum Fragebogen weitergeleitet wurde. Der Rücklauf der Onlinebefragung betrug 367 Fragebögen, davon wurden 31 Fragebögen nicht in die Auswertung einbezogen, da der Wohnort eindeutig dem städtischen Raum zuzuordnen war. Insgesamt wurden damit 336 Fragebögen in der Auswertung berücksichtigt (vgl. Abb. 3).

Beide Onlinebefragungen sind nach wissenschaftlichen Kriterien nicht repräsentativ, da der Auswahlmechanismus nicht auf einer Zufallsauswahl beruht. Das gilt insbesondere für die Onlinebefragung der Gründerinnen. Die Güte der Befragungsergebnisse kann statistisch nicht bewertet werden, da kein Vergleich der Häufigkeiten bestimmter Merkmale von Befragungsergebnissen und Grundgesamtheit möglich ist, weil die Häufigkeiten der Grundgesamtheit unbekannt sind. Genau aus diesem Grund wurde eine Befragung durchgeführt. Allerdings werden viele der dargestellten Ergebnisse der Onlinebefragung durch die Interviews mit Expertinnen und Experten bestätigt.

Sonderauswertung sekundärstatistischer Daten

Im Forschungsdesign dienen die Onlinebefragungen als ergänzende Informationsquelle zur Beantwortung der Forschungsfragen, zu denen amtliche sekundärstatistische Daten keine Aussage erlauben. Entsprechend sind die Sonderauswertungen der Gewerbeanzeigenstatistik und des Mikrozensus (vgl. Kapitel 1.3) die Hauptinformationsquellen für die Analyse der räumlichen und der branchenstrukturellen Verteilung des Gründungsgeschehens (Gewerbeanzeigenstatistik) sowie der näheren Beschreibung der Arbeits- und Lebensbedingungen von Existenzgründerinnen im ländlichen Raum (Mikrozensus).

Ergänzende qualitative Interviews

Ergänzend zur Auswertung sekundärstatistischer Daten sowie zur quantitativen Primärerhebung von Daten und deren Analyse wurden qualitative, leitfadengestützte Interviews mit unterschiedlichen Gründungs- und Netzwerkakteurinnen und -akteuren geführt (vgl. Kapitel 10.1 im Anhang). Die Interviews dienen vor allem dazu, die erhobenen Daten um qualitative Ansätze zu erweitern und Erklärungsmuster zu diskutieren. Der Leitfaden umfasste Fragen zu folgenden Themenbereichen:

- » Allgemeines Gründungsklima sowie fördernde und hemmende Faktoren auf dem Weg zur Gründung,
- » Fakten zu Gründerinnen in der Region/in ländlichen Räumen,
- » Motivation zur Gründung,
- » Beratungs- und Unterstützungsangebote sowie Förderungen,
- » Faktoren des langfristigen Erfolgs.

Beispiele guter Praxis

Die Handlungsempfehlungen wurden durch bereits existierende Beispiele guter Praxis ergänzt (vgl. Kapitel 7). Hinweise zu guten Praxisbeispielen wurden zum einen aus den Experteninterviews und zum anderen anhand einer Internetrecherche generiert. Die Auswahl erfolgte nach den Kriterien innovativer Ansätze zur Förderung von Existenzgründungen von Frauen in den Bereichen Sensibilisierung, Aktivierung, Beratung

und Vernetzung. Die Texte zu den Beispielen guter Praxis basieren auf telefonischen Interviews und wurden anschließend mit den Interviewpartnerinnen abgestimmt und um Zitate ergänzt.

Abb. 3: Übersicht Rücklauf Gründerinnen

Gründerinnen	Rücklauf Anzahl (%)
Gründungsstatus	
Gründerin (aktuell selbstständig)	242 (72 %)
Gründungsinteressierte (Gründung in Planung)	36 (11 %)
Gründung nur als grobe Idee	51 (15 %)
keine Angabe	7 (2 %)
gesamt	336 (100 %)
Wohnort nach Thünen-Raumtyp	
sehr ländlich, weniger gute soziökonomische Lage	52 (15 %)
sehr ländlich, gute soziökonomische Lage	56 (17 %)
eher ländlich, weniger gute soziökonomische Lage	53 (16 %)
eher ländlich, gute soziökonomische Lage	102 (30 %)
Wohnort nach Bundesland	
Schleswig-Holstein	11 (3 %)
Niedersachsen	50 (15 %)
Nordrhein-Westfalen	79 (24 %)
Hessen	13 (4 %)
Rheinland-Pfalz	10 (3 %)
Baden-Württemberg	29 (9 %)
Bayern	27 (8 %)
Brandenburg	19 (6 %)
Mecklenburg-Vorpommern	7 (2 %)
Sachsen	7 (2 %)
Sachsen-Anhalt	5 (1 %)
Thüringen	6 (2 %)
keine Angabe	73 (22 %)
gesamt	336 (100 %)

Quelle: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

2. Aktueller Forschungsstand

2.1 Existenzgründungen von Frauen

Die Genderperspektive hat schon seit Langem in die Debatte um Gründungen Einzug gehalten und ist mittlerweile auch recht gut erforscht. So hat das Institut für Mittelstandsforschung Bonn (IfM Bonn) bereits 2003 eine Bestandsaufnahme zu „Unternehmerinnen in Deutschland“ durchgeführt, in der neben statistischen Daten auch Motive und Hemmnisse der Unternehmensgründung festgehalten wurden. Die Ausgabe „Daten und Fakten Nr. 24“ des IfM Bonn aus dem Jahr 2019 beschreibt aktuelle Entwicklungen bei Existenzgründungen von Frauen. Darüber hinaus liefern Studien des Instituts für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim (IfM Mannheim) sowie der Gründungsmonitor der KfW-Bankengruppe und der Deutsche Startup-Monitor aktuelle Analysen zu Gründerinnen in Deutschland.

Die Forschungen zeigen, dass Frauen anders gründen als Männer. Die Studien kommen zu folgendem Bild einer „typischen Gründerin“, das im Wesentlichen durch die nachfolgende aktuelle Analyse der Gründungsstatistiken (vgl. Kapitel 3.1) bestätigt wird:

- » Frauen sind seit jeher im Gründungsgeschehen in Deutschland unterrepräsentiert. Im Jahr 2018 gingen rund 40 % aller Existenzgründungen auf Frauen zurück (vgl. Metzger 2019a, KfW-Gründungsmonitor 2019, S. 1). Im Startup-Kontext ist seit 2014 ein konstanter Anstieg weiblicher Startup-Gründerinnen zu beobachten – mit lediglich 15,7 % (2019) aber auf niedrigem Niveau (vgl. Startup-Monitor 2019, S. 31).
- » Mehr als 50 % der Gründerinnen sind zwischen 25 und 44 Jahren alt, wenn sie ihr Unternehmen gründen (Stand 2013). 29 % der Gründerinnen verfügen über einen Universitäts- oder Hochschulabschluss, 42 % haben eine Lehre absolviert (Stand 2013, vgl. bga 2015, S. 27ff).
- » Frauen gründen eher als Männer kleine und dienstleistungsorientierte Betriebe. Der Frauenanteil bei den freiberuflichen Existenzgründungen lag 2018 mit 51,9 % fast doppelt so hoch wie bei den Existenzgründungen von gewerblichen Einzelunternehmen. Dieser Befund korrespondiert damit, dass Frauen generell häufiger im Dienstleistungssektor, auch im gewerblichen, gründen als Männer. Existenzgründungen von gewerblichen Einzelunternehmen durch Frauen entfallen zu mehr als 90 % auf den Dienstleistungssektor und hier vorrangig auf die Wirtschaftszweige „Gesundheits- und Sozialwesen“, „Öffentliche Verwaltung, Sozialversicherung, sonstige Dienstleistungen“ und „Erziehung und Unterricht“ (vgl. IfM Bonn 2019, S. 11–12).
- » Die Arbeitszeit von Frauen ist geringer. Frauen gründen im Vergleich zu Männern häufiger im Nebenerwerb. Der Frauenanteil bei Vollerwerbsgründungen liegt bei 38 % (2018), bei Nebenerwerbsgründungen bei 41 % (2018) (vgl. Metzger 2019a, KfW-Gründungsmonitor 2019, S. 3).
- » Die Hauptmotive für eine Unternehmensgründung liegen in der Verwirklichung eigener Ideen, dem Wunsch nach mehr „Unabhängigkeit“ und einer „freien Zeiteinteilung“. Im KfW-Gründungsmonitor 2019 gaben 49 % aller Gründerinnen und nur 35 % der Gründer „Unabhängigkeit“ als Motiv für die Existenzgründung an (vgl. Metzger 2019a, KfW-Gründungsmonitor 2019, S. 3).

- » Des Weiteren haben Studien gezeigt, dass Frauen bei Gründungen im Schnitt pessimistischer sind als Männer. Dadurch sind Gründerinnen in der Regel risikoaverser als Gründer (vgl. ASG 2008, S. 5).

2.2 Erwerbssituation und Rollenbilder von Frauen auf dem Land

Nach Abgrenzung des Thünen-Instituts leben 57,2 % der deutschen Wohnbevölkerung in ländlichen Räumen (vgl. Thünen-Institut 2016). Genauso wenig, wie der ländliche Raum existiert, gibt es die typische „Land“-Frau. Der ländliche Raum ist, wie der städtische Raum, sehr heterogen. Neben Wachstumsregionen und -gemeinden gibt es Schrumpfs- und Wegzugsregionen bzw. -gemeinden. Frauen auf dem Land unterscheiden sich in Bildung, Qualifikation und Einkommen genauso stark wie in städtischen Räumen.

Zum besseren Verständnis der Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum sind die Rahmenbedingungen des ländlichen Arbeitsmarktes und das Rollenbild von Frauen in ländlichen Räumen zu berücksichtigen. Die Situation von Frauen auf dem Arbeitsmarkt und in der Familie wandelt sich.

Historisch betrachtet waren Frauen auf dem Land stets erwerbstätig, wobei sie ihre Arbeitskraft vorwiegend unentgeltlich dem überwiegend vom Ehemann geführten Familienbetrieb zur Verfügung stellten. Erst in den vergangenen Jahrzehnten fand das aus dem städtischen Bürgertum stammende Hausfrauenmodell auf dem Land Verbreitung. Inzwischen sind neue Anforderungen hinzugekommen, die außerhäusliche Berufstätigkeit stellt nun eine Selbstverständlichkeit dar. Durch die gestiegenen Ansprüche an die Erziehung stiegen auch die Zeitaufkommen für Mütter, ihre Kinder vermehrt zu außerschulischen Bildungs- und Freizeitaktivitäten zu fahren. Zunehmend besteht auch die Notwendigkeit für beide Eltern, berufstätig zu sein, um den angestrebten Lebensstandard zu sichern (vgl. ASG 2008, S. 7, BMEL 2015).

Die Notwendigkeit, zwischen Arbeitsplatz, Kindergarten oder Schule, außerschulischen Bildungs- und Freizeitaktivitäten sowie Versorgungseinrichtungen zu pendeln, erschwert es den Frauen, die eigene Erwerbstätigkeit mit der Familienarbeit zu vereinbaren. Dazu kommen die regional niedrige Arbeitsplatzdichte und ein Mangel an Teilzeitstellen. Bei Teilzeitstellen werden lange Anfahrtswege für Frauen zum echten Problem (vgl. bga 2007, S. 2).

Nach Ergebnissen der Studie „Perspektiven und Probleme von Frauen im ländlichen Raum“ (vgl. BMEL/ ehem. BMELV 2006) besaß die Vereinbarkeit von Beruf und Familie im ländlichen Raum eine besondere Brisanz, da hier mehrere Kinder noch selbstverständlich waren. Betreuungsmöglichkeiten, die ausschließlich am Vormittag bestehen, sind bei Erwerbstätigkeit nicht ausreichend.

Ferner beeinflussen traditionelle Rollenbilder die Erwerbstätigkeit von Frauen in ländlichen Räumen. Studien zeigen zwar, dass es nicht das typische ländliche Geschlechterleitbild gibt. Vielmehr sind es lokal spezifische Konstellationen, die das Geschlechterbild formen (vgl. Tuitjer 2019). Gerade in Dörfern jenseits von Ballungsräumen, die nur wenig Zuzug erfahren, setzen sich Werteänderungen nur langsam durch. Das Spannungsverhältnis zwischen den Wünschen, einem modernen Frauenbild zu entsprechen, und der durch die Dorfgesellschaft vermittelten traditionellen Rollenzuschreibung (Orientierung der Frau auf Familie und Kinder) wird von den Frauen individuell gelöst. Durch höhere Qualifizierungen von Frauen und das dadurch

gestiegene Selbstbewusstsein zeigen sich Veränderungen. Die öffentliche soziale Kontrolle in ländlichen Räumen erschwert jedoch die Durchsetzung alternativer Rollenvorstellungen in manchen ländlichen Räumen (vgl. ASG 2008, S. 7).

Die aktuelle BMEL-Dorfstudie (2015) bestätigt zum einen einen zunehmenden Wandel im Rollenmodell, insofern als Frauen höhere Bildungsabschlüsse haben, die Erwerbsbeteiligung steigt und Männer mehr Verantwortung im Haushalt und bei der Kinderbetreuung übernehmen. Zum anderen bekräftigt die BMEL-Dorfstudie aber auch eine weiterhin hohe Familienorientierung bei den Frauen, insbesondere in ländlichen Räumen. Eine Befragung von Frauen in 14 ländlichen Untersuchungsorten kam zu dem Ergebnis, dass Frauen immer noch überwiegend für Familie und Haushalt zuständig sind. Viele von ihnen haben ihre Erwerbstätigkeit eingeschränkt. Die „Dazuverdienerinnen“-Ehe sei eine gewünschte Situation der Frau. Es gibt sowohl in ost- als auch in westdeutschen ländlichen Räumen immer noch einen kleinen Teil an Frauen, die die Betreuung von Kleinkindern (unter drei Jahren) in Krippen oder durch Tagesmütter und -väter ablehnen. Allerdings zeigen sich im Umgang der Frauen mit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf sehr individuelle Lösungen, die abhängig von persönlichen Ressourcen sowie dem individuellen Rollenverständnis in der Partnerschaft sind (vgl. Tuitjer 2015, S. 28–29). Vor dem Hintergrund der starken Zunahme der Hochaltrigkeit wird in den kommenden Jahren die Vereinbarkeit von Pflege und Beruf – neben der Kinderbetreuung – eine stärkere Bedeutung bekommen.

Überdurchschnittlicher Fortzug junger Frauen aus strukturschwachen ländlichen Regionen

Im ländlichen Raum sind vielfach die sehr kleinen Landgemeinden in strukturschwächeren Regionen von Schrumpfung und Wegzug betroffen.⁵ Dabei ist die Fortzugsmobilität, insbesondere jüngerer, eher gut ausgebildeter Frauen höher als die der Männer. Ein wesentlicher Grund ist die Struktur des Arbeitsmarktes in diesen Räumen. Es fehlt nicht unbedingt an der Zahl von Arbeitsplätzen, sondern an differenzierten Arbeitsmärkten, die gerade jungen, gut ausgebildeten Frauen eine mit den städtischen Arbeitsmärkten vergleichbare Jobperspektive bieten. Junge Frauen sehen für sich oftmals keine Perspektive auf dem Land und ziehen in die Ballungszentren. Dies ist besonders in den strukturschwachen ländlichen Regionen der neuen Bundesländer der Fall (vgl. TRAWOS-Institut und Hochschule Zittau/Görlitz 2016, S. 15ff).

Für die betroffenen Regionen ist dies ein großes Problem, denn die Abwanderung vor allem junger Menschen sowie die rückläufige Geburtenrate und die Alterung führen zur Verringerung des Entwicklungspotenzials und des infrastrukturellen Angebots. Es fehlt an geeigneten und ausreichend qualifizierten Personen für Unternehmensgründungen und -übernahmen sowie für eine Tätigkeit in bestehenden Unternehmen. Die Defizite auf dem Arbeitsmarkt und in der Daseinsvorsorge (z. B. Einrichtungen der Kinderbetreuung) werden durch den Wegzug von Frauen (und Männern) noch verstärkt (vgl. BMFSFJ 2020, S. 19).

Trotz der relativ hohen Geburtenrate und der Bereitschaft beider Elternteile zu arbeiten sind vor allem ganztägige Unterbringungsmöglichkeiten für Kinder im ländlichen Raum oft noch Mangelware. In Ostdeutschland besteht hingegen eine umfangreichere Betreuungsinfrastruktur. Darüber hinaus haben Kinderbetreuungseinrichtungen in Ostdeutschland früher und länger geöffnet als in Westdeutschland (vgl. BMFSFJ 2020, S. 37ff). Der Mangel an ganztägigen Betreuungsmöglichkeiten ist auch auf die differenzierte Nachfrage zurückzu-

5 Eigene Berechnungen auf Datenbasis der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018, dl-de/by-2-0, <https://www.govdata.de/dl-de/by-2-0>.

führen. Es gibt immer noch einen nicht unerheblichen Teil von Frauen, die eine Betreuung von Unter-Dreijährigen ablehnen und für die Über-Dreijährigen Halbtagsplätze in Kindergärten bevorzugen. Bei den in der BMEL-Dorfstudie untersuchten westdeutschen Orten lehnen 38 % der Befragten die Krippenbetreuung von Kleinkindern ab, in den vier ostdeutschen Orten sind es durchschnittlich nur 20 %, die die Krippe ablehnen. Wegen der langen Wege ist eine Vormittagsbetreuung aber auch bei einer Teilerwerbstätigkeit oft nicht ausreichend. Strukturelle Mängel bestehen auch bei der Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen (vgl. BMEL 2015, S. 28ff).

Digitalisierung als Chance zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Die Agrarsoziale Gesellschaft e.V., die Hochschule Neubrandenburg und das Berliner Institut SÖSTRA GmbH haben den Stand der Digitalisierung im ländlichen Raum sowie deren Auswirkungen auf die Erwerbssituation von Frauen auf dem Land untersucht. Eine bundesweite Onlinebefragung unter Frauen in ländlichen Räumen ergab, dass digitale Basistechnologien (PC, Laptop, Tablets) im Arbeitsalltag der Frauen angekommen sind, diese aber kaum zu einer Einkommenserhöhung oder beruflichem Aufstieg führen. Insbesondere selbstständige Frauen auf dem Land sehen eine große Chance, vor allem mithilfe der Digitalisierung dem Wunschberuf – ohne Wegzug vom Land – nachgehen zu können. Insbesondere die selbstständigen Frauen gaben an, dass die Digitalisierung eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermögliche (vgl. ASG et al. 2018, S. 109ff).

2.3 Situation von Gründerinnen im ländlichen Raum

Während es nun seit vielen Jahren ein sehr detailliertes Bild zu Existenzgründungen von Frauen gibt, spielt die räumliche Komponente nur selten eine Rolle. Insbesondere die Situation von Existenzgründerinnen in ländlichen Räumen ist nur wenig untersucht. Aber gerade in ländlichen Räumen sind Strategien für eine Erhöhung der Existenzgründungsquote wichtig, weil es dort – regional unterschiedlich – an differenzierten abhängigen (Teilzeit-)Beschäftigungsverhältnissen mangelt.

Die letzten Studien, die sich explizit mit der Situation von Gründerinnen in ländlichen Räumen beschäftigten, wurden vor mehr als zehn Jahren erstellt; zum einen die Studie der bundesweiten gründerinnenagentur (bga) aus dem Jahr 2007 sowie die ASG-Studie aus dem Jahr 2008. Das nachfolgend skizzierte „typische“ Bild der Existenzgründerin im ländlichen Raum gilt es daher zu überprüfen.

Die „typische Existenzgründerin“ in ländlichen Räumen (auf Basis von Analysen in vier Regionen)

Im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung hat die ASG 2008 die Gründungssituation von Frauen in vier ländlichen (zwei westlichen und zwei östlichen) Regionen vergleichend analysiert. Auf Basis dieser Ergebnisse ähnelte die typische Gründerin im ländlichen Raum vor mehr als zehn Jahren in vielen Punkten der „normalen“ Gründerin. Nachfolgende Beschreibungen basieren im Wesentlichen auf den Befragungsergebnissen der ASG im Jahr 2008:

- » Die meisten befragten Unternehmerinnen waren zwischen 40 und 50 Jahre alt, verheiratet und hatten Kinder. Die typische Gründerin im ländlichen Raum war somit Mutter und wurde daher stark von Familienaufgaben beeinflusst.

- » Die Mehrheit der Frauen in den zwei westlichen Regionen machte sich nach der Familienphase selbstständig, weil eine Rückkehr in eine abhängige Beschäftigung nicht möglich war. Eine abhängige Beschäftigung wurde oft bevorzugt, die Suche danach gestaltete sich jedoch in vielen ländlichen Regionen so schwierig, dass die Selbstständigkeit als bessere Alternative betrachtet wurde, um Beruf und Familie miteinander vereinbaren zu können. In Ostdeutschland lag das Motiv dafür eher in der generell hohen Arbeitslosigkeit.
- » Darüber hinaus gab es aber auch Frauen, die sich den Wunsch erfüllt haben, eigenen Interessen nachzugehen, oft entfernt vom ursprünglich erlernten Beruf. Generell hatten die Frauen oft Mehrfachqualifikationen.
- » Frauen gründeten mehrheitlich im Dienstleistungssektor, wobei sich die Dienstleistungsschwerpunkte je nach Region stark unterscheiden konnten (z. B. Tourismus und Gastgewerbe, Friseur-, Kosmetik- und Fußpflege, Kreativ- und Handarbeit, Grafik- und Webdesign, Pflege und Betreuung, Gesundheitswesen).
- » Die typische Gründerin im ländlichen Raum gründete vorwiegend als Einzelfrau und vermied einen hohen Kapitaleinsatz. In der Regel wurde Eigen- oder Familienkapital eingesetzt, anstatt Kredite aufzunehmen.
- » Zudem spielte die Erzielung eines möglichst hohen Einkommens nur eine untergeordnete Rolle. Es ging den betreffenden Frauen mehr darum, eine erfüllende Tätigkeit auszuüben und gleichzeitig noch genug Zeit für die Familie zu haben.
- » Die Frauen übernahmen weiterhin Verantwortung für die Familie, eine Übernahme von Aufgaben durch die Ehemänner erwartete nur eine Minderheit. Die Sorge um das Wohl der Kinder war bei allen Frauen zu spüren.
- » Die von Frauen gegründeten Unternehmen waren selten auf größeres Wachstum ausgerichtet, vielmehr bestand das Ziel darin, Stabilität zu erreichen. Nur wenige Gründerinnen strebten danach, Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter einzustellen.
- » Die Hälfte der befragten Gründerinnen wurde in ihrem Geschäftsleben von allen Akteurinnen und Akteuren weitestgehend akzeptiert. Die andere Hälfte berichtete von Vorbehalten in typischen Männerdomänen (z. B. Schreinerin, EDV-Beraterin) oder gegenüber ungewöhnlichen Ideen (z. B. Blindenhundeschule).
- » Die Gründerinnen passten sich lieber den Gegebenheiten vor Ort an, anstatt sich optimale Bedingungen für ihre Gründung zu suchen. Nur wenige Befragte zeigten sich bereit, für ihren Unternehmenserfolg die Region zu verlassen. Das eigene Haus wurde als großer Vorteil gewertet, da keine Miete für Geschäftsräume erforderlich war.
- » Die Gründerinnen wandten sich im Vorfeld nur selten an die regionale Wirtschaftsförderung, sehr häufig hingegen an die Agentur für Arbeit.

Hemmnisse von Gründerinnen in ländlichen Räumen (auf Basis von Analysen in vier Regionen)

Nach Ergebnissen der ASG-Studie aus dem Jahr 2008 lagen die größten Hemmnisse von Gründerinnen in den vier analysierten ländlichen Regionen in folgenden Bereichen:

- » Frauen machten in ihrer beruflichen Karriere weniger Erfahrungen mit Führungsaufgaben.
- » Frauen waren weniger risikobereit, sie wogen das Für und Wider sorgfältiger ab und stellten die Gründungsidee in den Kontext von Familie und sonstigen Verantwortungen.
- » Bei der Mehrheit der Existenzgründerinnen fielen zwar nur geringe Investitionen an; falls doch Kredite benötigt wurden, überstiegen selbst die Höhen der Mikrokreditangebote den Finanzierungsbedarf.
- » Es hatte sich zwar ein Bild der erfolgreichen Geschäftsfrau in den Medien entwickelt, realistische Vorbilder fehlten aber noch.
- » Frauen verfügten oft nicht über die sozialen Ressourcen (Unterstützung durch Familie) wie Männer. Hinzu kamen nicht ausreichende Kinderbetreuungsmöglichkeiten.

2.4 Zentrale Ergebnisse

Nachfolgend werden wesentliche Ergebnisse und Handlungsempfehlungen aus der Literatur zusammengefasst. Da insbesondere die spezifischen Informationen zu Gründerinnen im ländlichen Raum nur in ausgewählten Regionen erhoben wurden und bereits mehr als zehn Jahre zurückliegen, gilt es in der aktuellen Studie, diese Ergebnisse zu überprüfen. Hinzu kommen sich verändernde Rahmenbedingungen, die Einfluss auf das Gründungsgeschehen von Frauen im ländlichen Raum haben. Dazu zählen z. B. die voranschreitende Digitalisierung, Veränderungen von Rollenbildern, höhere Bildungsabschlüsse bei Frauen oder auch generell verbesserte Arbeitsmarktchancen für Frauen in ländlichen Räumen.

Die Literaturrecherche belegt: Frauen gründeten anders als Männer. Frauen gründeten überwiegend im Dienstleistungssektor, sie gründeten kleiner, entschieden sich häufiger für den Nebenerwerb und setzten weniger Kapital ein (vgl. Abb. 4). Es stellt sich im Rahmen der Studie die Frage, ob sich dieses Bild gewandelt hat, da insbesondere die Literatur für das Bild der typischen Gründerin im ländlichen Raum auf Informationen aus dem Jahr 2008 und der Analyse in lediglich vier ländlichen Regionen basiert.

In den beiden Studien der bga aus dem Jahr 2007 und der ASG von 2008 werden Empfehlungen zur Förderung von Existenzgründungen von Frauen in ländlichen Räumen formuliert. Die wesentlichen Empfehlungen lauten:

- » Auf- und Ausbau von Netzwerken vorhandener Institutionen (z. B. Frauenbeauftragte, Wirtschaftsförderung, Bildungsträger, Verbände) sowie zur Vernetzung von Gründerinnen und Gründern.
- » Bündelung aller existenzgründungsrelevanten Informationen an einer Stelle zur Schaffung einer höheren Transparenz.

- » Stärkere Wertschätzung von Kleinstunternehmen sowie die Bezuschussung von Kleinstgründungen.
- » Verantwortung von Männern bei Familienaufgaben stärken (z. B. Vorbilder schaffen und kommunizieren, Kinderbetreuungsangebote nicht in der Rubrik „Frauen“, sondern in der Rubrik „Wirtschaft oder Arbeit“ darstellen).
- » Umgang mit Stereotypen (z. B. Weiterbildung von Gründungs- und Kreditberaterinnen und -beratern zum Thema Stereotype) und Gendergerechtigkeit beachten (z. B. paritätische Besetzung von Stellen in der Wirtschaftsförderung).

Abb. 4: Die „typische Gründerin“ auf Basis der Literaturrecherche

	„Typische Gründerin“ in Deutschland	„Typische Gründerin“ in ländlichen Räumen (ASG 2008)
Alter, Familienstand, Bildung	über 50 %: 25–44 Jahre 42 %: Lehre ein Drittel: Studium	Großteil: 40–50 Jahre, verheiratet, Kinder Mehrheit: mittlerer Schulabschluss ein Drittel: Abitur/Studium
Unternehmensgröße	eher kleine Betriebe	vorwiegend Einzelunternehmerin, größeres Wachstum ist kein Ziel
Branchen	überwiegend im Dienstleistungsbereich <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheits- und Sozialwesen • öffentliche Verwaltung, Sozialversicherung, sonstige Dienstleistungen • Erziehung und Unterricht 	überwiegend im Dienstleistungsbereich, aber regional durchaus unterschiedliche Schwerpunkte <ul style="list-style-type: none"> • Friseur-, Kosmetik-, Nagelstudios, Fußpflege • Bastel- und Handarbeitsläden, Schneiderinnen, Floristik • Gesundheitswesen • Betreuungsdienstleistungen für Senioren und Kinder • Web- und Grafikdesign • Tourismus
Zeiteinsatz	häufig im Nebenerwerb	häufig im Nebenerwerb (wichtig ist weiterhin ausreichend Zeit für Kinderbetreuung)
Investitionen	geringe Anfangsinvestition erforderlich risikoaverser als Gründer	geringe Anfangsinvestition erforderlich
Motive	<ul style="list-style-type: none"> • Verwirklichung eigener Ideen • mehr Unabhängigkeit • freie Zeiteinteilung 	<ul style="list-style-type: none"> • abhängige Beschäftigungsmöglichkeiten sind schwer zu finden • bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie • Verwirklichung eigener Ideen • hohes Einkommen spielt eine untergeordnete Rolle

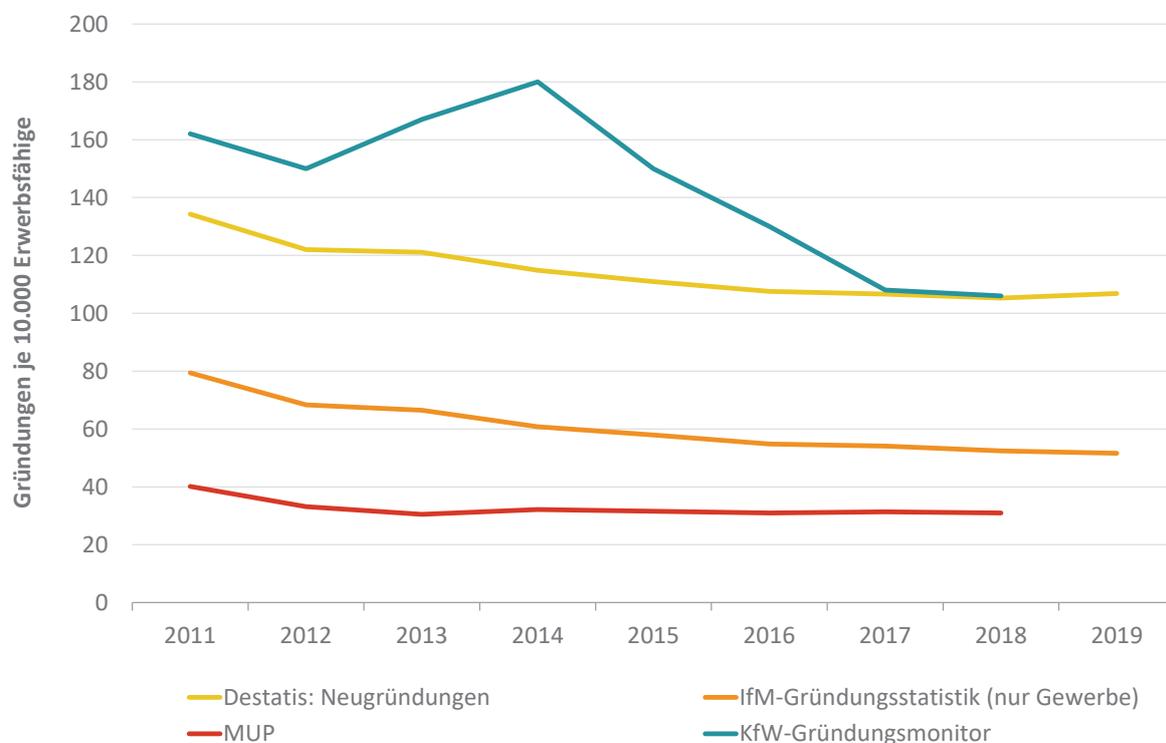
Quelle: Eigene Darstellung

3. Gründungsgeschehen von Frauen in ländlichen Räumen: Ergebnisse der Gründungsstatistik

3.1 Deutschlandweite Trends

Aufgrund der unterschiedlichen Erfassungsmethoden unterscheiden sich die resultierenden deutschlandweiten Gründungsintensitäten (Gründerinnen und Gründer bzw. Gründungen je 10.000 Erwerbsfähige) je nach Quelle teils erheblich. Deutlich wird aber in allen Quellen im Trend ein deutschlandweiter Rückgang der Gründungsintensitäten seit dem Jahr 2011 (vgl. Abb. 5). 2019 gab es dann in der amtlichen Statistik erstmals wieder einen leichten Anstieg der Gründungszahlen. Beim ZEW, das Nebenerwerbsgründungen und Gründungen von Kleinunternehmen kaum erfasst, hat sich die Gründungsintensität in den vergangenen Jahren stabilisiert. Das spricht dafür, dass vor allem die Zahl dieser Gründungen geringer geworden ist. Dies bestätigen teilweise auch die Daten der amtlichen Statistik (relativ konstante Zahl der Betriebsgründungen, aber auch der Nebenerwerbsgründungen seit 2014, stark sinkende Zahl der Gründungen von Kleinunternehmen) sowie der aktuelle KfW-Gründungsmonitor (weniger Nebenerwerbsgründungen und leicht steigende Zahl von Vollerwerbsgründungen).

Abb. 5: Gründungsintensitäten in Deutschland nach verschiedenen Quellen, 2011–2019



Quellen: Destatis, IfM Bonn, ZEW, KfW

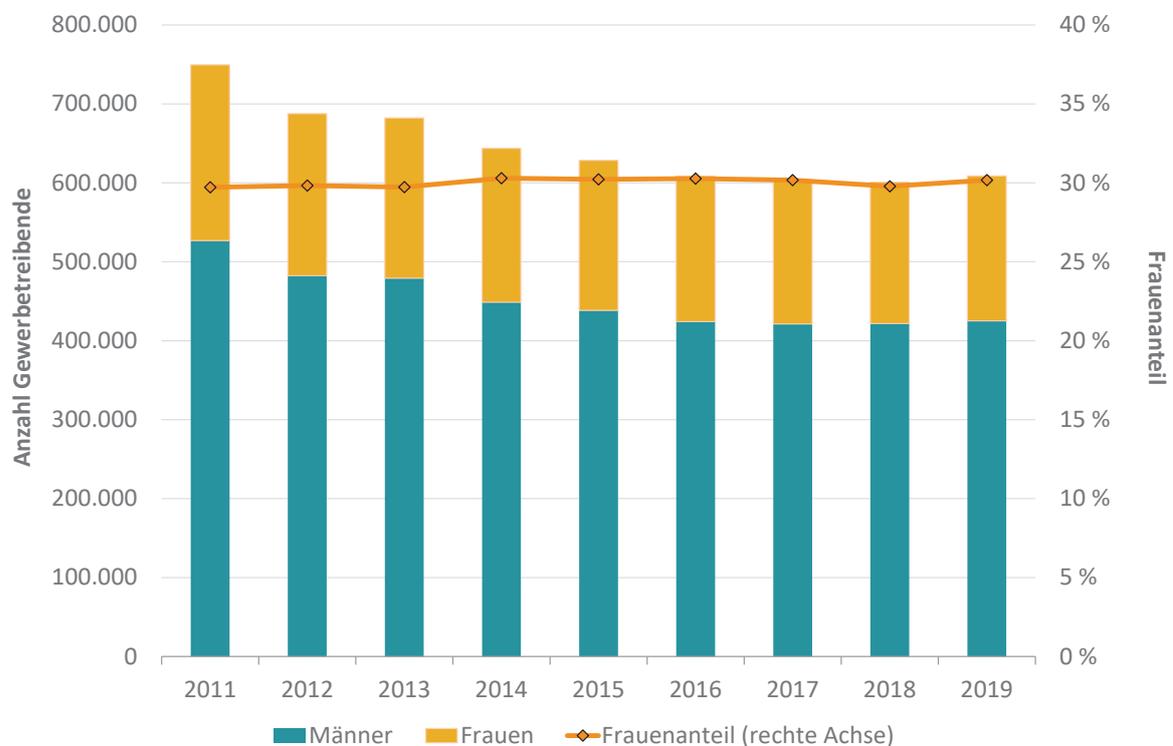
empirica

Die vergleichsweise hohe Gründungsintensität im Jahr 2011 war noch eine Spätfolge der Finanz- und Eurokrise ab 2007, die unter anderem zu steigenden Arbeitslosenzahlen und damit zu vermehrten Gründungen aus Mangel an Alternativen führte, insbesondere im Nebenerwerb und von Kleinunternehmen (vgl. hierzu beispielsweise Fritsch et al. 2013, Kohn et al. 2010). Seitdem haben die anhaltend gute wirtschaftliche Entwicklung und die sinkende Arbeitslosigkeit zu einem Rückgang der Gründungsintensität in Deutschland geführt.

Im ersten Halbjahr 2020 lag die Zahl der Neugründungen deutschlandweit rund acht Prozent niedriger als im Vorjahreshalbjahr, bei Kleinunternehmen sogar etwa 20 % niedriger. Dabei dürfte es sich überwiegend um Sondereffekte durch die Coronapandemie handeln: Einerseits konnten wegen Personalengpässen und Einstellung des Besucherverkehrs teilweise weniger Gewerbeanmeldungen bearbeitet werden; andererseits ist anzunehmen, dass aufgrund der hohen Unsicherheit zu Beginn der Pandemie Neugründungen vorerst verschoben wurden – insbesondere in Branchen wie dem Einzelhandel oder der Gastronomie, die zeitweise besonders stark eingeschränkt waren (vgl. Statistisches Bundesamt 2020).

Die Zahl der Frauen in Deutschland, die eine Neugründung vorgenommen haben, ist entsprechend dem deutschlandweiten Trend seit 2011 von circa 223.000 auf rund 184.000 gesunken. Da auch die Zahl der gründenden Männer zurückging, lag der Frauenanteil an allen Gewerbetreibenden, die eine Neugründung vorgenommen haben, relativ konstant bei etwa 30 % (vgl. Abb. 6).

Abb. 6: Gewerbetreibende, die eine Neugründung vorgenommen haben, nach Geschlecht, 2011–2018



Quellen: Destatis

empirica

3.2 Gründungen von Frauen im ländlichen Raum (amtliche Statistik)

Wie lange ein Unternehmen als neu gegründet gilt, ist nicht genau definiert. In der vorliegenden Untersuchung hat empirica die Neugründungen in den Jahren 2015 bis 2019 für alle Kreise und kreisfreien Städte Deutschlands ausgewertet.⁶ Alle folgenden Aussagen beziehen sich auf natürliche Personen, die eine Neugründung vorgenommen haben, da nur in dieser Statistik eine Geschlechtsdifferenzierung vorgenommen werden kann. Bei Nebenerwerbsgründungen sowie der Gründung von Kleinunternehmen meldet bei jeder Gründung eine Person genau ein Unternehmen an. Bei Personengesellschaften (GbR, OHG und KG) und juristischen Personen (z. B. GmbH) kann es dagegen vorkommen, dass mehrere Personen ein Unternehmen gründen und damit auch mehrere Personen in der Statistik erfasst werden, da alle Gesellschafterinnen und Gesellschafter sowie alle Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer eine Neugründung anzeigen müssen. Daher lag die Zahl der Personen, die 2019 eine Neugründung vorgenommen haben, deutschlandweit rund zehn Prozent über der Zahl aller Neugründungen.

Die Zahl der Frauen, die im ländlichen Raum eine Neugründung vorgenommen haben, betrug nach der Sonderauswertung der amtlichen Gewerbeanzeigenstatistik im Zeitraum von 2015 bis 2019 durchschnittlich 95.800 jährlich. Von 2015 bis 2018 sank die Zahl gründender Frauen kontinuierlich von rund 97.300 auf circa 93.300 und stieg dann 2019 wieder auf etwa 97.700 an.

Frauenanteil bei Neugründungen

Deutschlandweit waren im Zeitraum von 2015 bis 2019 rund 30 % aller Gewerbetreibenden, die eine Neugründung vorgenommen haben, weiblich (vgl. Abb. 6). Die Unterschiede zwischen dem städtischen und dem ländlichen Raum sind dabei vergleichsweise gering: Im städtischen Raum wurden etwa 29 % aller Gewerbeneu-Gründungen von einer Frau angemeldet. Im ländlichen Raum lag dieser Anteil mit knapp 32 % etwas höher. Beide Werte waren im Betrachtungszeitraum nahezu konstant. Auch die Werte zwischen den vier Typen des ländlichen Raums weichen nur geringfügig voneinander ab. Eine Ursache für die bestehenden Unterschiede zwischen städtischem und ländlichem Raum beim Frauenanteil unter den Gründenden ist der höhere Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund im städtischen Raum: Männer mit Migrationshintergrund haben eine deutlich höhere Gründungsneigung als Männer ohne Migrationshintergrund, während die Gründungsneigung von Frauen mit und ohne Migrationshintergrund sich kaum unterscheidet (vgl. IfM 2019, Leicht et al. 2017). Durch die daraus resultierende höhere Zahl von Gründungen durch Männer im städtischen Raum ist der Anteil der Gründungen durch Frauen dort niedriger.

Auf Kreisebene gibt es dagegen erhebliche Schwankungen beim Frauenanteil, auch im kleinräumigen Maßstab. Im hessischen, sehr ländlich geprägten Kreis Marburg-Biedenkopf sind Frauen für rund 58 % aller Neugründungen verantwortlich. Nur im ebenfalls sehr ländlichen Zweibrücken in der Pfalz ist der Frauenanteil mit etwa 50 % vergleichbar hoch. In beiden Fällen sind vermutlich Sondereffekte für diese außergewöhnlich hohen Werte verantwortlich (siehe nächster Abschnitt). Auch unter den übrigen Kreisen mit einem überdurchschnittlichen Frauenanteil unter den Gewerbetreibenden (> 35 %) gibt es viele ländlich geprägte Regionen, beispielsweise die Pfalz (Kreise Kaiserslautern, Südwestpfalz, Rhein-Pfalz-Kreis, Kusel, Germers-

⁶ Für die Städte Bremen und Bremerhaven (beide städtischer Raum) konnte das Statistische Landesamt Bremen nur Daten für die Jahre 2015 und 2018 zur Verfügung stellen.

heim), Wittmund und Friesland in Niedersachsen sowie einige bayerische Kreise (Coburg, Lindau, Erlangen-Höchstadt). Davon abgesehen ist ein eindeutiges räumliches Muster in Deutschland nicht erkennbar (vgl. Karte 2). Kreise mit einem niedrigen Frauenanteil unter den Gewerbetreibenden, die eine Neugründung vorgenommen haben, gibt es sowohl im ländlichen Raum im Osten Deutschlands als auch im Ruhrgebiet oder in einigen westdeutschen Großstädten.

Neben der jeweiligen Bevölkerungszusammensetzung (Altersstruktur, Anteil Menschen mit Migrationshintergrund) haben auch die jeweilige Branchenstruktur oder historisch gewachsene soziokulturelle Strukturen Einfluss auf den Frauenanteil bei Neugründungen. Weiterhin ist auch ein statistischer Effekt denkbar: So liegt in vielen Großstädten der Anteil der Betriebsgründungen (also keine Nebenerwerbsgründung und keine Gründung als Kleinunternehmen, sondern als GbR, GmbH etc.) höher als auf dem Land. Bei diesen Betriebsgründungen handelt es sich häufiger um Ausgründungen aus bestehenden Unternehmen. Der Frauenanteil bei diesen Neugründungen ist nochmals niedriger als bei den Neugründungen insgesamt, da die bestehenden Unternehmensstrukturen mit überwiegend männlichen Führungskräften fortgeschrieben werden (vgl. dazu auch IfM 2019, S. 27).

Gründungsintensität

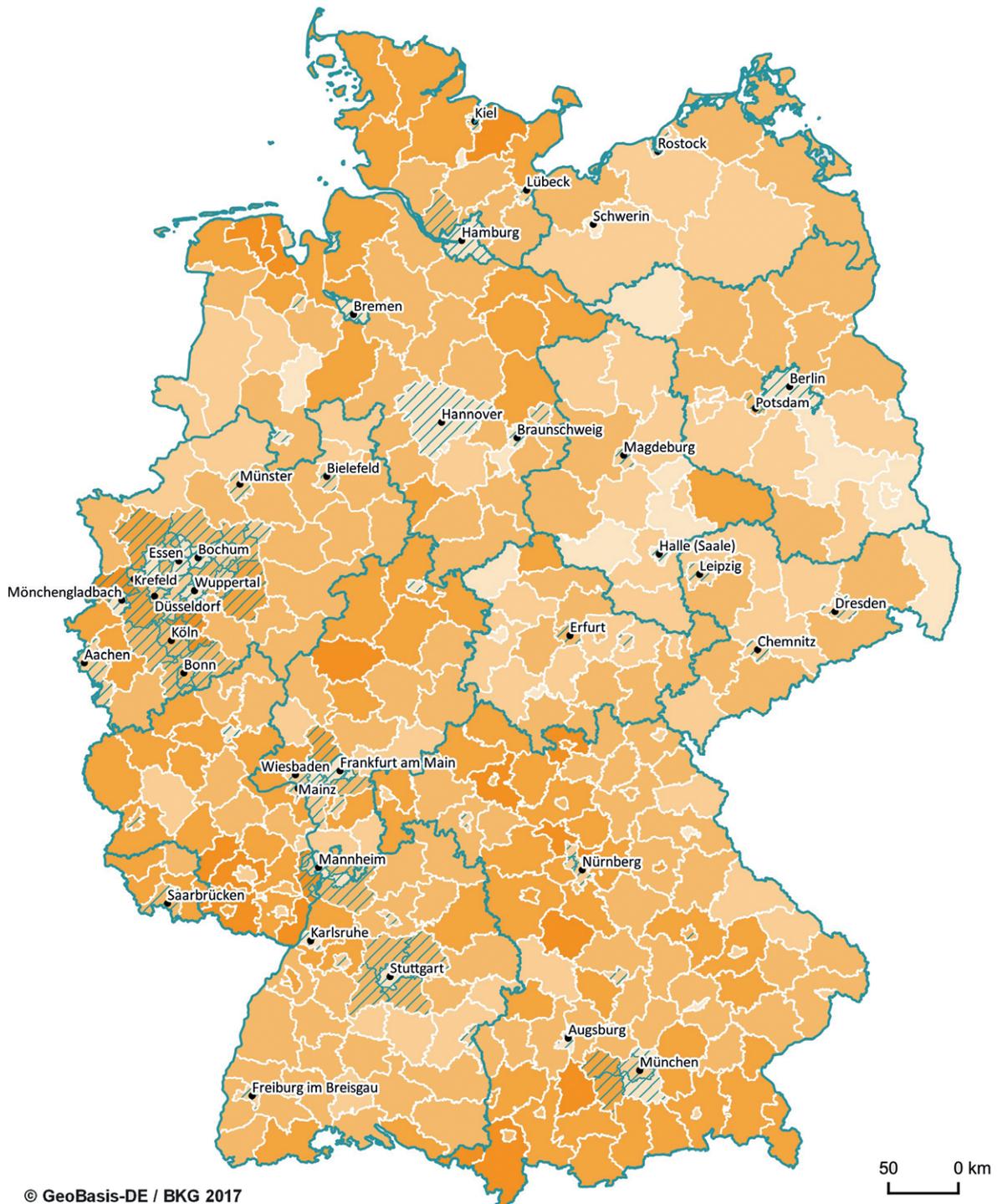
Einen tieferen Einblick in die Strukturen weiblicher Gründungstätigkeit eröffnet die Zahl der Neugründungen in Relation zur Einwohnerzahl einer Region, da sie einen Vergleich zwischen Regionen mit unterschiedlichen Einwohnerzahlen ermöglicht. Sie beziffert, wie viele Personen in Relation zur erwerbsfähigen Bevölkerung eine Neugründung vorgenommen haben.

Im Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2019 gab es auf je 10.000 Erwerbsfähige in Deutschland rund 118 Neugründungen jährlich. Im städtischen Raum liegt die Gründungsintensität mit etwa 137 Neugründungen deutlich höher als im ländlichen Raum mit nur circa 106 Neugründungen. Dabei lag die Gründungsintensität in den ländlichen Räumen mit weniger guter ökonomischer Lage bei knapp 100 Neugründungen noch etwas niedriger, während in eher ländlichen Räumen mit guter ökonomischer Lage fast 120 Neugründungen auf 10.000 Erwerbsfähige registriert wurden.

Deutlich größer als die Unterschiede zwischen den Raumtypen sind jedoch die Unterschiede zwischen Frauen und Männern: Während im Schnitt auf je 10.000 erwerbsfähige Frauen 72 Neugründerinnen kamen, lag die Gründungsintensität bei Männern mit 163 Gründern auf 10.000 erwerbsfähige Männern mehr als doppelt so hoch. Eine höhere Gründungsintensität der Männer besteht in allen Kreistypen. Die Gründungsaktivität von Frauen ist in den Städten am höchsten und in ländlichen Räumen mit einer weniger guten ökonomischen Lage am geringsten (vgl. Abb. 7).

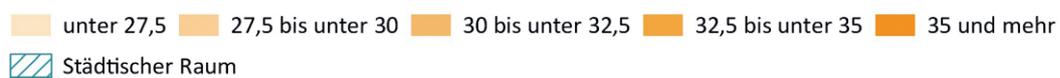
Die Verteilung der weiblichen Gründungsintensitäten nach Kreis und Thünen-Raumtyp zeigt dabei, dass der Zusammenhang zwischen der sozioökonomischen Lage und der weiblichen Gründungsintensität tendenziell stärker ist als der zwischen der Lage im ländlichen Raum und der Gründungsintensität. So befinden sich fast alle Kreise mit einer Gründungsintensität von weniger als 50 in den Thünen-Raumtypen 1 (sehr ländlich, weniger gute sozioökonomische Lage) und 4 (eher ländlich, weniger gute sozioökonomische Lage).

Karte 2: Frauenanteil bei Neugründungen auf Kreisebene, 2015–2019



Frauenanteil an allen Gründenden

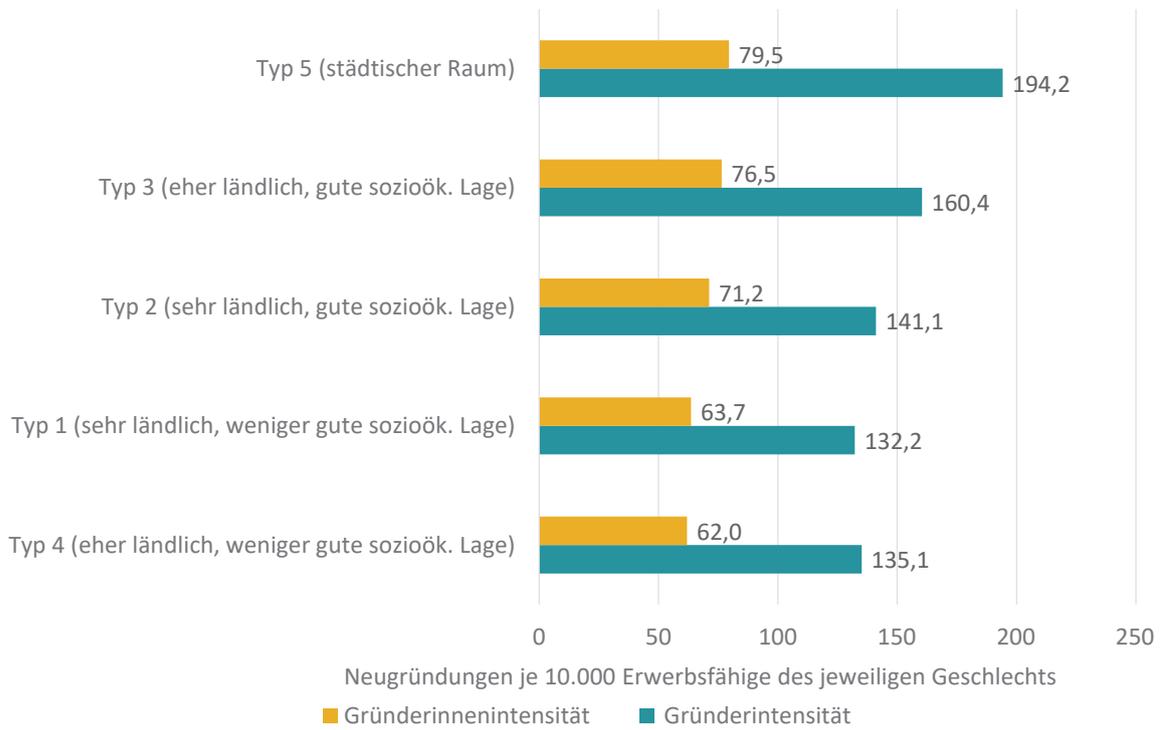
Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2019 in Prozent (%)



Quelle: Statistische Ämter der Länder, empirica regio

empirica

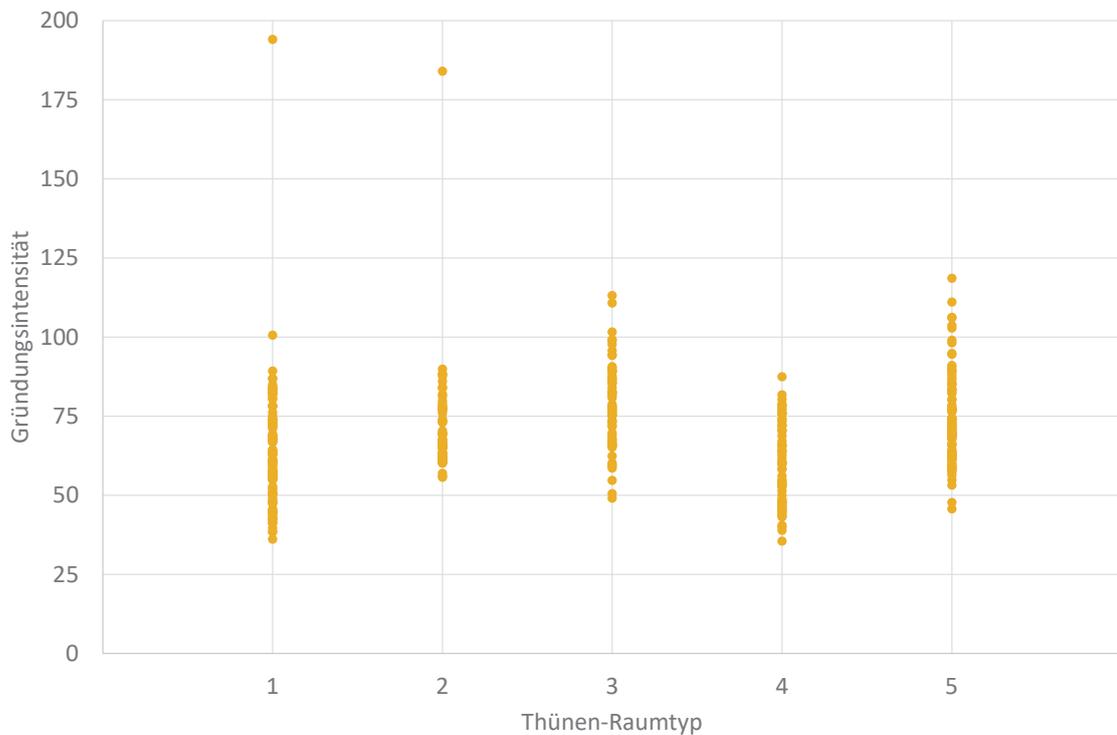
Abb. 7: Gründungsintensität nach Geschlecht und Raumtyp



Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

empirica

Abb. 8: Verteilung der Gründungsintensität von Frauen nach Kreis und Thünen-Raumtyp



Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

empirica

In Karte 3 gut erkennbar ist die in der Regel höhere Gründerinnenintensität im städtischen Raum, also in vielen kreisfreien Städten und ihrem Umland (z. B. München, Frankfurt am Main, Berlin oder Nürnberg). Überdurchschnittliche Gründungsaktivitäten von Frauen im ländlichen Raum gibt es in Südbayern (vor allem südlich von München), in einem Streifen von Nordbaden über die Pfalz und Südhessen bis ins Rheinland, in Ostfriesland und in ganz Schleswig-Holstein und den angrenzenden niedersächsischen Kreisen.

Die vergleichsweise hohen Gründerinnenintensitäten in ländlich geprägten, touristisch attraktiven Regionen wie Ost- und Nordseeküste oder dem Alpenvorland (vgl. Karte 3) lassen sich unter anderem dadurch erklären, dass in diesen Regionen die Nachfrage nach Angeboten in der Gastronomie, im Einzelhandel und in der Beherbergung sowie nach persönlichen Dienstleistungen (z. B. Friseur- oder Kosmetikdienstleistungen) höher ist als in anderen Regionen, da nicht nur die ansässige Bevölkerung diese nachfragt, sondern insbesondere auch die touristische Bevölkerung. Gerade in den genannten Branchen gründen aber Frauen besonders häufig (vgl. folgenden Abschnitt Branchen).

Weitere Erklärungsansätze für überdurchschnittlich hohe Gründerinnenintensitäten sind:

- » Ein günstiges Marktumfeld, das insbesondere in wirtschaftsstarken und bevölkerungsreichen Regionen wie im Umland von Hamburg, Frankfurt am Main und München oder Nordbaden vorhanden ist (vgl. Karte 3). Diese Regionen sind überwiegend durch eine hohe Kaufkraft und Bevölkerungszuwächse gekennzeichnet.
- » Besonders gut ausgebaute bzw. besonders effiziente Qualifizierungs- und Unterstützungsstrukturen auf lokaler bzw. Kreisebene mit besonderem Fokus auf Gründungen von Frauen (vgl. hierzu auch ASG 2008).

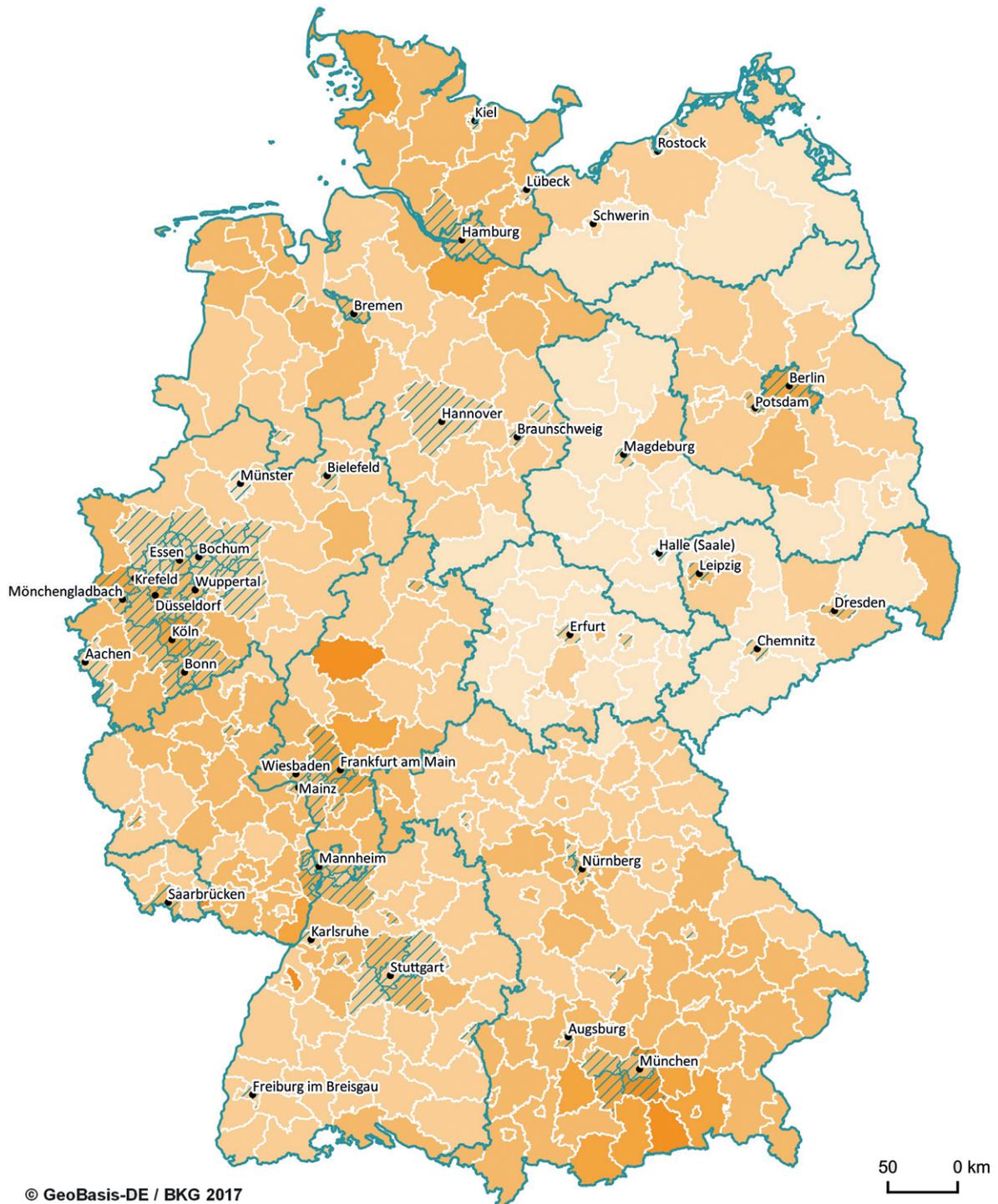
Deutlich unterdurchschnittlich ist die Gründerinnenintensität in vielen ostdeutschen Kreisen im ländlichen Raum. Dabei handelt es sich nicht um ein frauenspezifisches, sondern eher um ein wirtschaftsstrukturelles Phänomen: Auch die Gründungsintensität von Männern ist in vielen Kreisen im Osten Deutschlands deutlich unterdurchschnittlich. Dies sind überwiegend strukturschwache Kreise mit einer tendenziell sinkenden Bevölkerungszahl. Damit sinkt auch die Nachfrage nach persönlichen Dienstleistungen sowie Einzelhandels- und Gastronomieangeboten, sofern es sich nicht um touristisch attraktive Regionen (wie die Ostseeküste oder die Sächsische Schweiz) oder relativ wirtschaftsstarke Kreise im Umland von Berlin, Leipzig und Dresden handelt.

Lediglich zwei Kreise im ländlichen Raum in den neuen Bundesländern liegen über dem Bundesdurchschnitt: der wirtschaftsstarke Kreis Teltow-Fläming im südlichen Berliner Umland sowie der Landkreis Görlitz in Ost-sachsen. Im Landkreis Görlitz werden die Hälfte aller Neugründungen durch polnische Staatsbürgerinnen und Staatsbürger vorgenommen (Sachsen insgesamt: 5,5 %) – unter anderem aufgrund der grenznahen Lage zur bevölkerungsreichen Woiwodschaft Niederschlesien. Die vergleichsweise hohe Gründungsintensität von Frauen im Landkreis ergibt sich vor allem durch Gründungen im Gesundheits- und Sozialwesen (vgl. Sonderauswertungen der Gewerbeanzeigenstatistik des Statistischen Landesamts des Freistaates Sachsen).

Von den zehn Kreisen und kreisfreien Städten mit der höchsten Gründerinnenintensität befinden sich vier im ländlichen Raum. Insbesondere in Zweibrücken und Marburg-Biedenkopf scheinen Frauen besonders viel zu gründen, allerdings handelt es sich in beiden Fällen nach unserer Einschätzung um Sondereffekte (vgl. Abb. 9):

- » Im Kreis Marburg-Biedenkopf liegt die Gründerinnenintensität signifikant höher als im deutschen Durchschnitt, während die Gründungsintensität bei Männern unterdurchschnittlich ist. Hauptursache dafür ist ein Sondereffekt, da im Kreisgebiet ein Unternehmen ansässig ist, das bundes-

Karte 3: Gründerinnenintensität auf Kreisebene, 2015–2019



Gründende Frauen* je 10.000 erwerbsfähige Frauen (18 bis 65 Jahre)

*Gewerbetreibende, die eine Neu- bzw. Betriebsgründung vorgenommen haben

Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2019

- bis unter 50
- 50 bis unter 70
- 70 bis unter 90
- 90 bis unter 110
- 110 und mehr
- Städtischer Raum

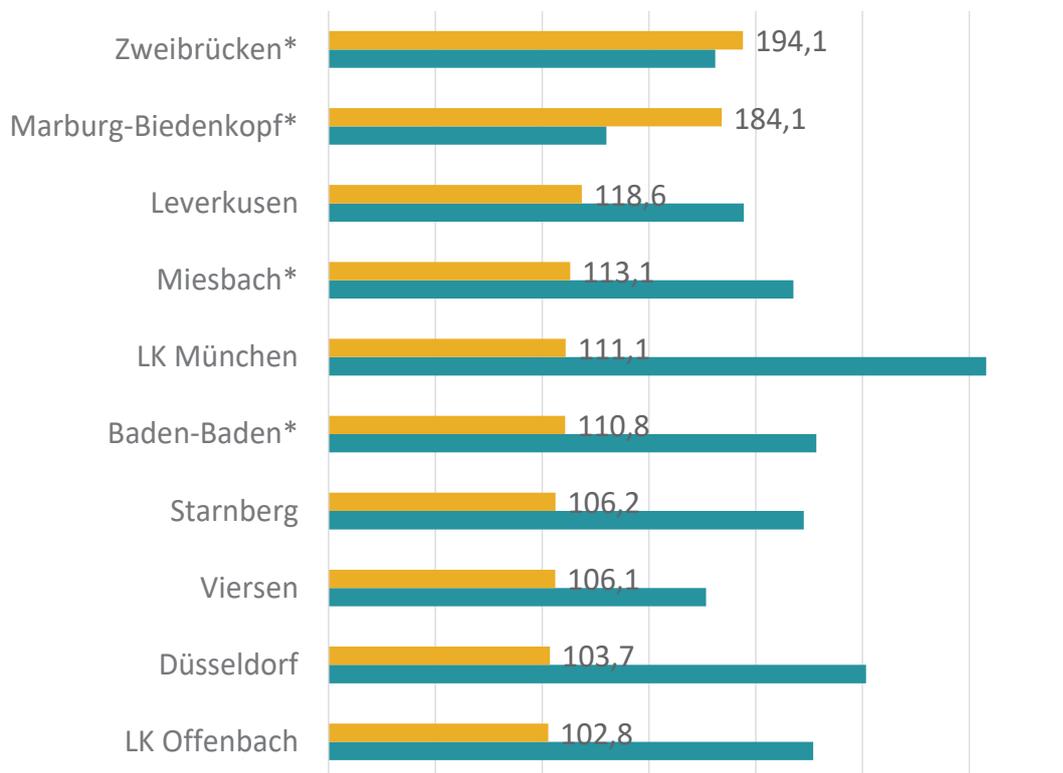
Quelle: Statistische Ämter der Länder, empirica regio

empirica

weit überwiegend weibliche Pflegekräfte an Haushalte vermittelt. Die in der Regel aus dem Ausland stammenden Pflegekräfte arbeiten als Selbstständige und melden am Unternehmenssitz im Kreis ein Gewerbe an. Sie bleiben in der Regel nur einige Monate in Deutschland, melden dann gegebenenfalls ihr Gewerbe ab und bei einer erneuten Vermittlung wieder neu an. Ohne diese Gründungen, die als „sonstige, überwiegend persönliche Dienstleistungen“ erfasst werden, läge die Gründungsintensität im Kreis ähnlich hoch wie in Nachbarkreisen und damit leicht unter dem deutschen Durchschnitt.

- » In der kreisfreien Stadt Zweibrücken in der Pfalz liegt die Gründungsintensität von Frauen mehr als doppelt so hoch wie im deutschen Durchschnitt. Auch hier ist die Zahl der Neugründungen von Frauen im Bereich „sonstige, überwiegend persönliche Dienstleistungen“ deutlich höher, als die Größe der Stadt erwarten lassen würde. Auch in Zweibrücken gibt es eine Zweigstelle eines Unternehmens, das Pflegekräfte vermittelt. Aufgrund der geringen Größe der Stadt (rund 35.000 Einwohnerinnen und Einwohner) können auch absolut eher geringe Neugründungszahlen einen erheblichen Einfluss auf die Gründerinnenintensität haben. Unter der Annahme, dass in der fraglichen Branche in gleichem Maße wie im benachbarten Kreis Südwestpfalz gegründet würde, ergibt sich immer noch – wie in der gesamten Pfalz – eine leicht überdurchschnittliche Gründerinnenintensität.

Abb. 9: Kreise mit höchster Gründerinnenintensität



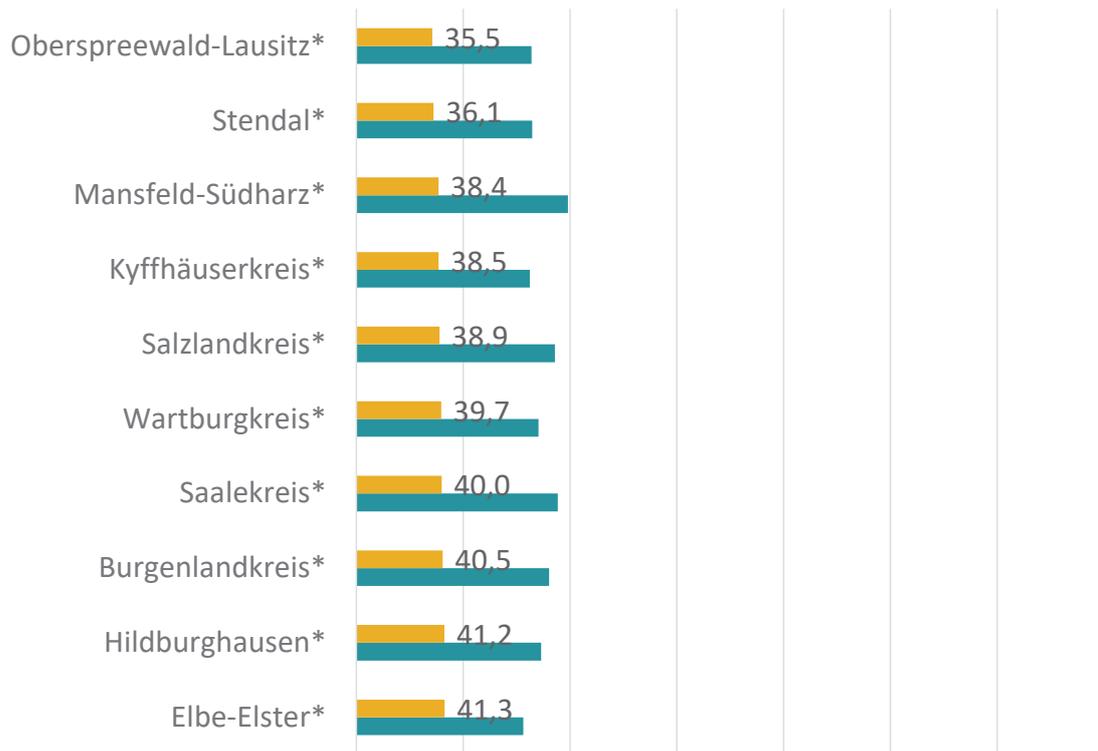
* = Kreis im ländlichen Raum

Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

empirica

29 der 30 Kreise mit der geringsten Gründerinnenintensität liegen im ländlichen Raum in Ostdeutschland, und zwar vor allem in Sachsen-Anhalt (zehn der 14 Kreise im Land) und in Thüringen (elf der 23 Kreise im Land). In allen Kreisen ist auch die Gründerintensität deutlich unterdurchschnittlich (vgl. Abb. 10). Es handelt sich um strukturschwache, ländlich geprägte Regionen mit schrumpfenden Bevölkerungszahlen, die auch in Karte 3 gut erkennbar sind.

Abb. 10: Kreise mit geringster Gründerinnenintensität



* = Kreis im ländlichen Raum

Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

empirica

Nebenerwerbsgründungen und Gründung von Kleinunternehmen

Deutschlandweit meldeten im betrachteten Zeitraum 2015 bis 2019 rund 73 % aller Gewerbetreibenden, die eine Neugründung vornahmen, ein Kleinunternehmen oder ein Gewerbe im Nebenerwerb an. Bei den Frauen war dieser Anteil mit etwa 84 % deutlich höher, bei Männern entsprechend niedriger (circa 68 %). Die Unterschiede zwischen ländlichem und städtischem Raum sind bei den Frauengründungen relativ gering, wobei im ländlichen Raum der Anteil der Gründungen von Kleinunternehmen oder im Nebenerwerb mit etwa 85 % geringfügig höher ist.

Auf Kreisebene liegt der Anteil der Frauen an den Gewerbetreibenden, die ein Kleinunternehmen oder ein Gewerbe im Nebenerwerb anmelden, zwischen 65 % in Cottbus und 96 % in Marburg-Biedenkopf (Sonder-effekt). Vor allem in einigen ländlichen Regionen im Osten Deutschlands ist dieser Anteil niedrig (vgl. Karte 4): Dort gründen Frauen zwar im Schnitt seltener, aber wenn sie gründen, dann nehmen sie häufiger eine Betriebsgründung vor (also die Gründung einer GbR, GmbH oder eine Gründung mit mindestens einer

Arbeitskraft). Die erkennbaren Unterschiede zwischen Ost und West ergeben sich unter anderem aus den immer noch bestehenden regionalen Unterschieden bei der Erwerbstätigkeit von Frauen und den teils noch bestehenden tradierten weiblichen Rollenmustern in einigen vorwiegend ländlichen Regionen. Zwar haben sich die Frauenerwerbstätigenquoten in den alten und den neuen Bundesländern inzwischen fast angeglichen, wenngleich Frauen mit kleinen Kindern weiterhin im Osten Deutschlands etwas häufiger erwerbstätig sind (vgl. IAQ 2019). Allerdings arbeiten im Westen Deutschlands rund 38 % der erwerbstätigen Frauen in Teilzeit, während es im Osten lediglich 27 % sind (vgl. Gallego Granados et al. 2019). Einerseits ist bei Teilzeiterwerbstätigkeit eine Gründung im Nebenerwerb wahrscheinlicher als bei voller Erwerbstätigkeit (unter anderem mehr Zeitbudget und gegebenenfalls auch höhere Attraktivität eines Zuverdienstes), andererseits ermöglicht die im Schnitt in den neuen Bundesländern besser ausgebaute Kinderbetreuungsinfrastruktur häufiger die volle Erwerbstätigkeit und damit auch Betriebsgründungen, die tendenziell eher auf Wachstum und größere Strukturen angelegt und damit auch mit einem höheren Arbeitsaufwand als Nebenerwerbsgründungen verbunden sind.

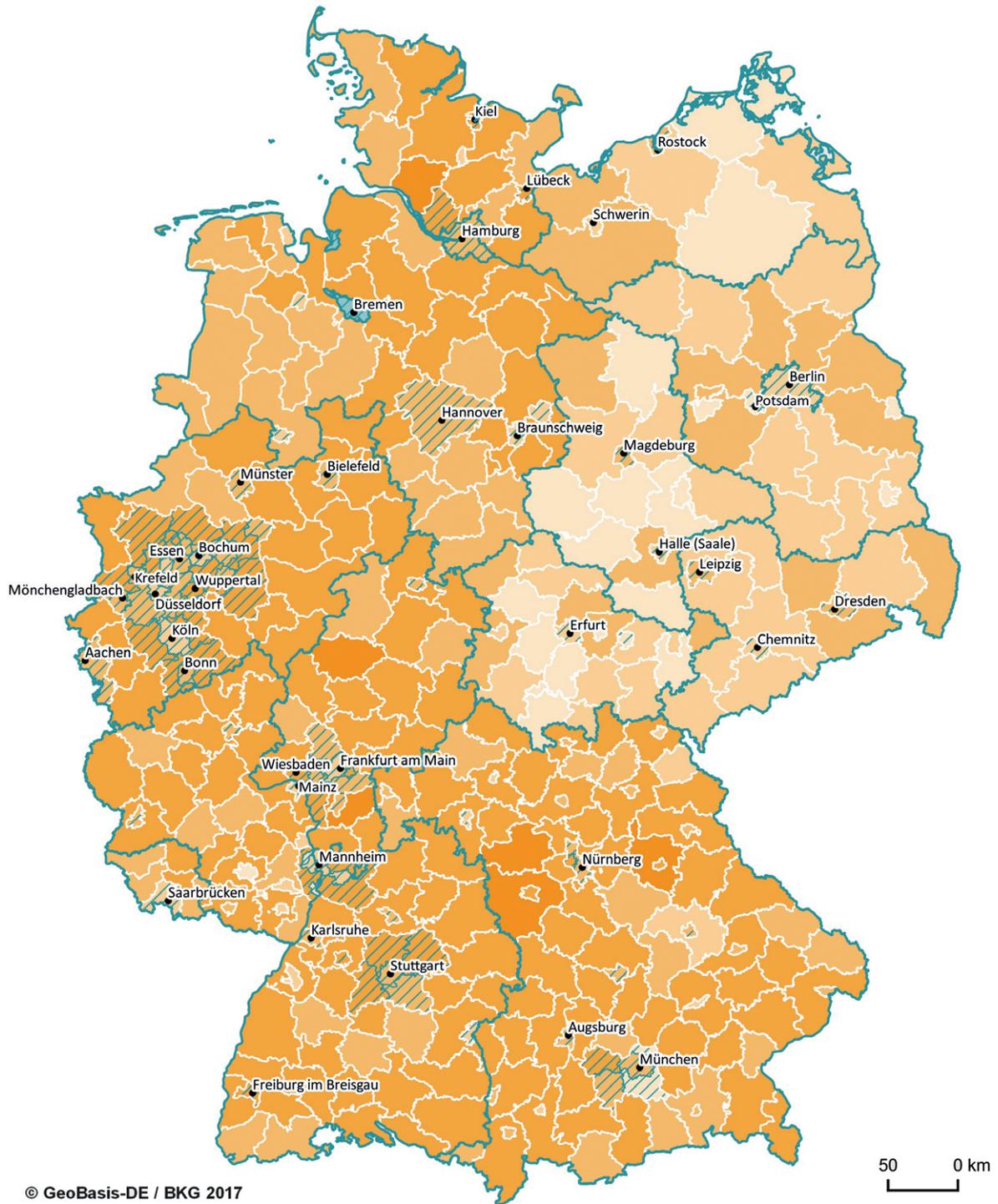
Branchen

Die meisten weiblichen Gründungen auf dem Land finden im Einzelhandel (rund 22 % aller Neugründungen, sowohl im Ladengeschäft als auch mit zunehmender Bedeutung im Onlinehandel) sowie im Bereich der sonstigen überwiegend persönlichen Dienstleistungen (circa 20 %) statt. Dazu gehören insbesondere Kosmetik- und Friseursalons, Nagelstudios, Wäschereien und chemische Reinigungen sowie die Erbringung ambulanter Pflegedienstleistungen als Selbstständige.

Jeweils zwischen vier und sechs Prozent aller Gründungen entfallen auf das verarbeitende Gewerbe (am häufigsten Herstellung sonstiger Waren wie Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren, Spielwaren, medizinische und zahnmedizinische Apparate und Materialien, Herstellung von Textilien und Bekleidung, Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Herstellung von Metallerzeugnissen), die Gastronomie und sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen (z. B. Sekretariats- und Schreibdienste, Callcenter). Es folgen mit jeweils knapp vier Prozent das Gesundheits- und Sozialwesen, Erziehung und Unterricht sowie Gebäudebetreuung/Garten- und Landschaftsbau. Einen Anteil von über drei Prozent der Gründungen erreichen außerdem noch der Großhandel sowie sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten (spezielle Dienstleistungen für überwiegend kommerzielle Kunden wie Umwelt-, technische und landwirtschaftliche Beratungen, Schauspielagenturen), knapp darunter liegt die Werbung und Marktforschung (nicht dargestellt).

Damit unterscheidet sich die Struktur der Gründungen von Frauen auf dem Lande nur wenig von weiblichen Gründungen in der Stadt: Neun der zehn häufigsten Gründungsbranchen sind gleich, nur bei der Reihenfolge bestehen geringe Unterschiede. Frauen im ländlichen Raum gründen häufiger im Einzelhandel, im verarbeitenden Gewerbe und im Gesundheits- und Sozialwesen (vgl. Abb. 11) sowie natürlich in der Land- und Forstwirtschaft.

Karte 4: Anteil der Frauen, die ein Kleinunternehmen gründen oder eine Nebenerwerbsgründung vornehmen (Kreisebene)

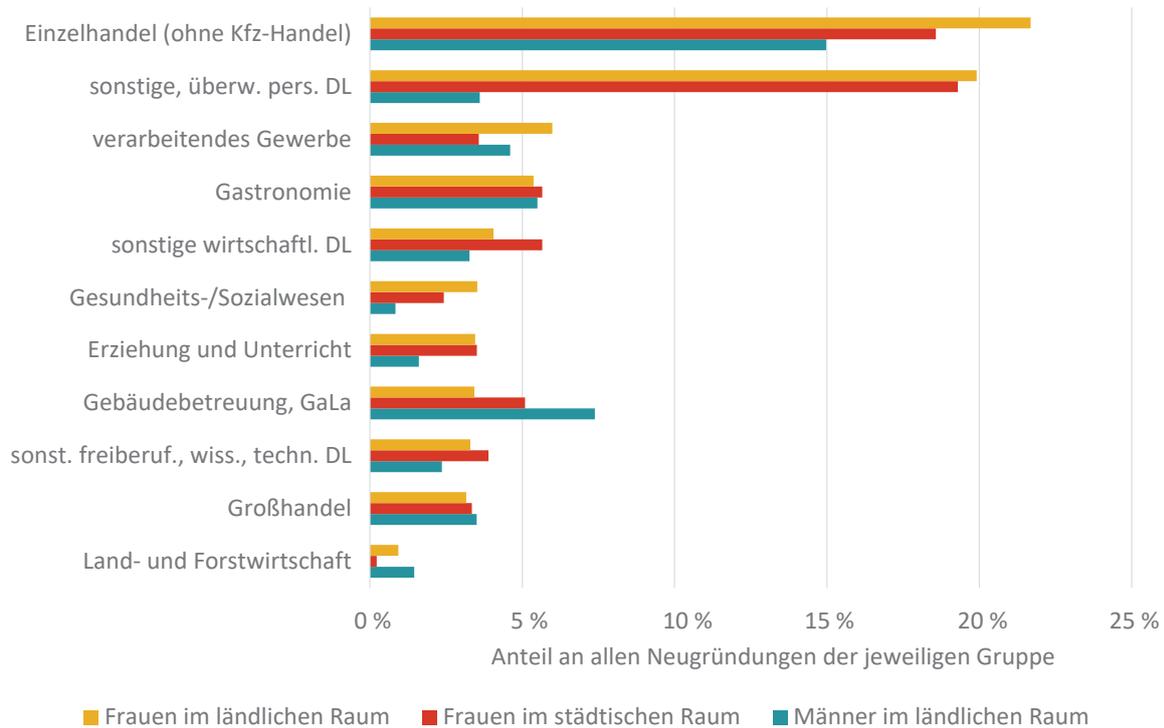


Anteil der gründenden Frauen, die eine Nebenerwerbsgründung vornehmen oder ein Kleinunternehmen gründen

Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2019 in Prozent (%)

- k.A.
 unter 75
 75 bis unter 80
 80 bis unter 85
 85 bis unter 90
 90 und mehr
- Städtischer Raum

Quelle: Statistische Ämter der Länder, empirica regio

Abb. 11: Branchen, in denen Frauen im ländlichen Raum am häufigsten gründen

Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

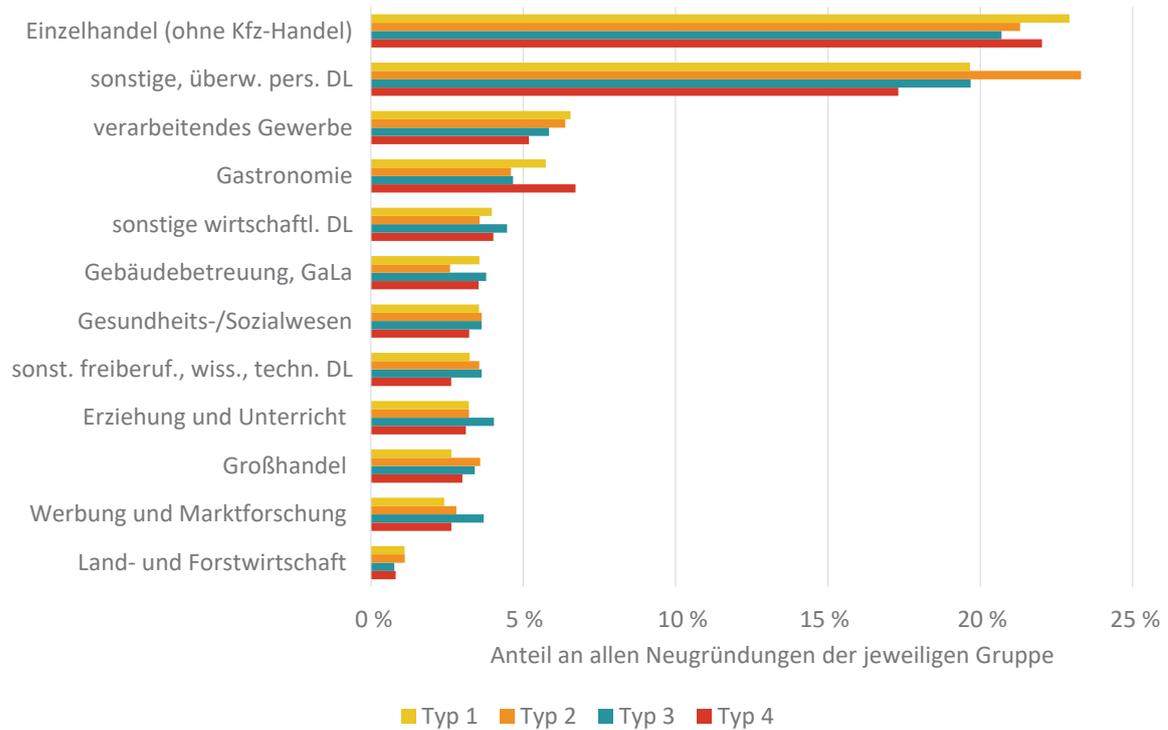
empirica

Differenziert nach den vier Raumtypen gibt es ebenfalls nur wenige Unterschiede hinsichtlich der Branchen, in denen Frauen am häufigsten gründen.

- » In den strukturschwächeren ländlichen Regionen ist der Anteil der Frauen, die im Einzelhandel und in der Gastronomie gründen, höher als in den strukturstärkeren Regionen. Eine Ursache dafür ist, dass es in wirtschaftsschwachen Regionen oft nur wenige größere Unternehmen gibt und somit auch weniger Gründungen im Bereich der unternehmensorientierten Dienstleistungen stattfinden. In der Folge ist der Anteil der Gründungen in Branchen wie dem Einzelhandel oder der Gastronomie größer, die stärker auf Privathaushalte fokussiert sind.
- » In den sehr ländlichen Regionen liegt der Anteil der Gründungen von Frauen nicht nur in der Land- und Forstwirtschaft höher, sondern auch im verarbeitenden Gewerbe. Dabei handelt es sich insbesondere um die Herstellung von sonstigen Waren wie Schmuck und Spielwaren sowie Textilien und Bekleidung im Nebenerwerb und in Kleinunternehmen – Tätigkeiten, die oft von zu Hause aus durchgeführt werden können und vergleichsweise geringe Investitionskosten mit sich bringen.
- » Der Anteil der Gründungen in Werbung und Marktforschung sowie Erziehung und Unterricht liegt in eher ländlichen und wirtschaftsstärkeren Regionen höher als in den übrigen drei Raumtypen. Beide Branchen profitieren tendenziell von einer höheren Bevölkerungsdichte und wirtschaftlicher Stärke.

- » Der überdurchschnittlich hohe Anteil von Gründungen von sonstigen, überwiegend persönlichen Dienstleistungen in eher ländlichen, strukturstarken Kreisen ergibt sich allein durch den bereits beschriebenen Sondereffekt im Kreis Biedenkopf.

Abb. 12: Branchen, in denen Frauen im ländlichen Raum am häufigsten gründen (nach Raumtyp)



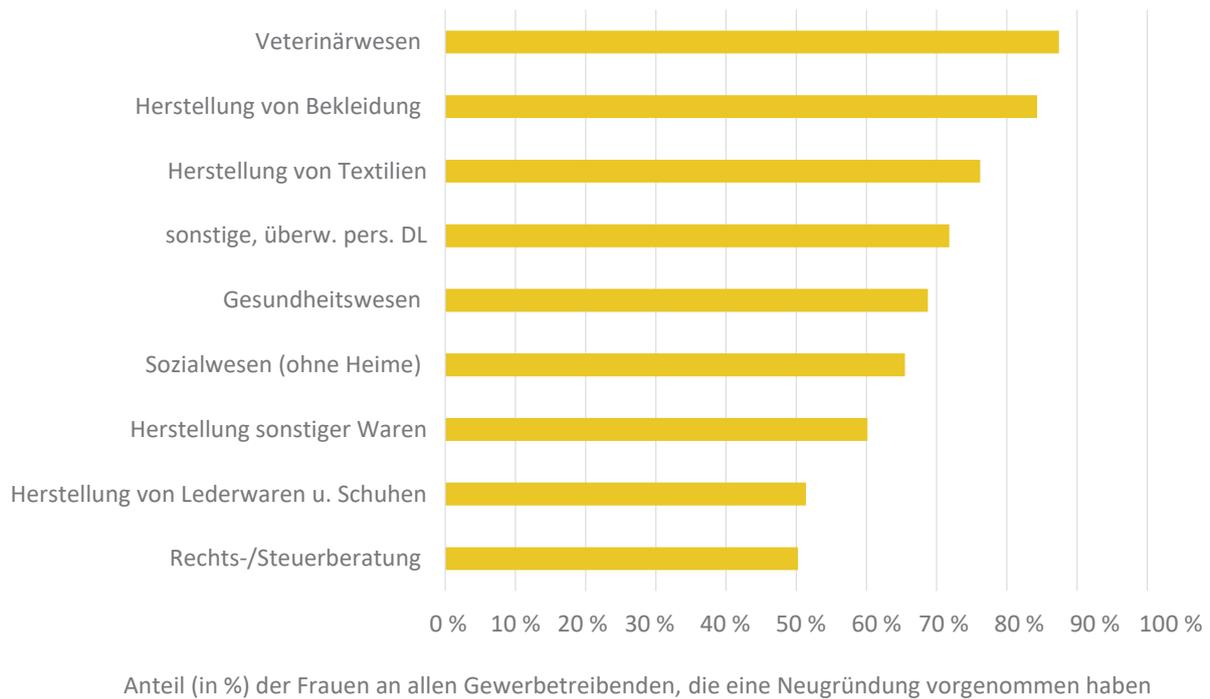
Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

empirica

Branchen mit hohen Frauenanteilen bei den Neugründungen im ländlichen Raum

Auch wenn Frauen im ländlichen Raum am häufigsten im Einzelhandel gründen, so ist die Zahl der Gründungen durch Männer dort noch höher: Frauen machen nur rund 40 % aller Gewerbetreibenden aus, die im Einzelhandel im ländlichen Raum ein Gewerbe anmelden. Der Frauenanteil bei Neugründungen über alle Branchen liegt im ländlichen Raum bei etwa 32 %. Anteile von 50 % und mehr erreichen Frauen bei Gründungen im Veterinärwesen, einigen Branchen des verarbeitenden Gewerbes (Leder-, Textil- und Bekleidungsherstellung, Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus), im Gesundheits- und Sozialwesen, bei den sonstigen persönlichen Dienstleistungen (u. a. Friseur- und Kosmetiksalons) sowie in der Rechts- und Steuerberatung (vgl. Abb. 13). Bei circa zehn Prozent oder darunter liegen dagegen die Frauenanteile im ländlichen Raum bei Gründungen im Baugewerbe, in der Forstwirtschaft sowie in der Luft- und Schifffahrt.

Auffällig ist allerdings, dass die hohen Anteile von Frauen in den oben genannten Branchen oft auf die Gründung von Kleinunternehmen oder Gründungen im Nebenerwerb zurückgehen: In den genannten Branchen des verarbeitenden Gewerbes gründen zwischen 91 und 97 % aller Frauen, im Veterinärwesen knapp 97 %, im Gesundheitswesen und bei den sonstigen persönlichen Dienstleistungen jeweils rund 92 % entsprechende Kleinunternehmen oder im Nebenerwerb. Lediglich im Sozialwesen und bei der Rechts- und Steuerberatung liegt der Anteil der Kleinunternehmen- und Nebenerwerbsgründerinnen auf im Branchenvergleich durchschnittlichem Niveau.

Abb. 13: Branchen mit einem Frauenanteil über 50 % bei Neugründungen

Quelle: Statistische Ämter der Länder, eigene Berechnungen

empirica

3.3 Andere Datenquellen

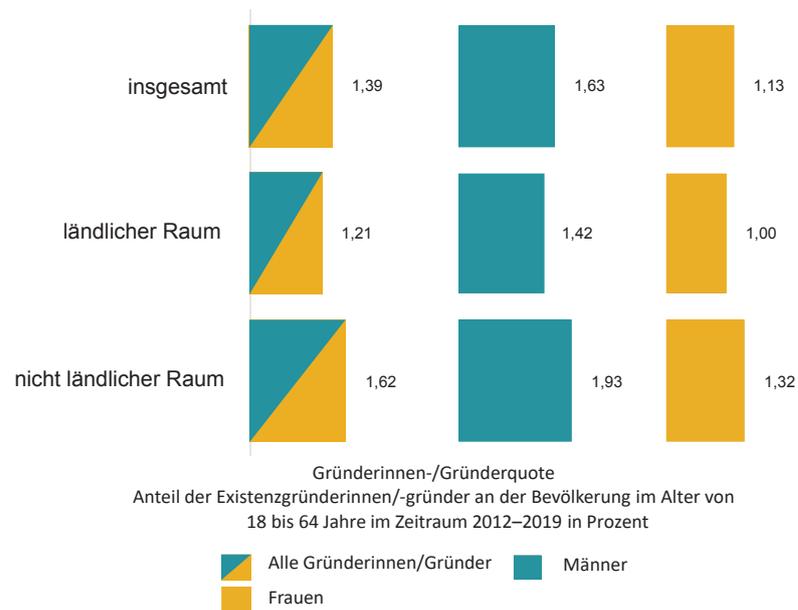
KfW-Gründungsmonitor

Die Daten des KfW-Gründungsmonitors bestätigen die strukturellen Unterschiede bei der Gründungsintensität zwischen Männern und Frauen sowie zwischen dem städtischen und ländlichen Raum (vgl. Abb. 14). So machten sich deutschlandweit im betrachteten Zeitraum 2012 bis 2019 rund 1,4 % aller Befragten selbstständig oder gründeten ein Unternehmen. Die Gründerinnenquote lag dabei bei 1,1 %, die der Gründer bei 1,6 %. Differenziert nach städtischem und ländlichem Raum ergibt sich folgendes Bild: Die geringste Gründungsquote mit circa einem Prozent haben Frauen im ländlichen Raum, gefolgt von Frauen im städtischen Raum (1,3 %), die fast das Niveau von Männern im ländlichen Raum (1,4 %) erreichen. Die höchste Gründungsquote mit etwa 1,9 % weisen Männer im städtischen Raum auf.

Eine kleinteiligere Auswertung auf Ebene der Landkreise oder der fünf Kreistypen war aufgrund der geringen Fallzahlen des KfW-Gründungsmonitors nicht möglich.

Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung/Mannheimer Unternehmenspanel

Das Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) berücksichtigt nur im Handelsregister eingetragene Neugründungen, sodass Nebenerwerbsgründungen und Gründungen von Kleinunternehmen kaum erfasst werden. Im Ergebnis ist die Gründerinnenquote (Anzahl der Neugründungen mit einem Frauenanteil von mindestens 50 % im Gründungsteam) nach Berechnungen des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung

Abb. 14: Gründerinnen- und Gründerquote, 2012–2019

Quelle: KfW Research, Sonderauswertung des KfW-Gründungsmonitors

empirica

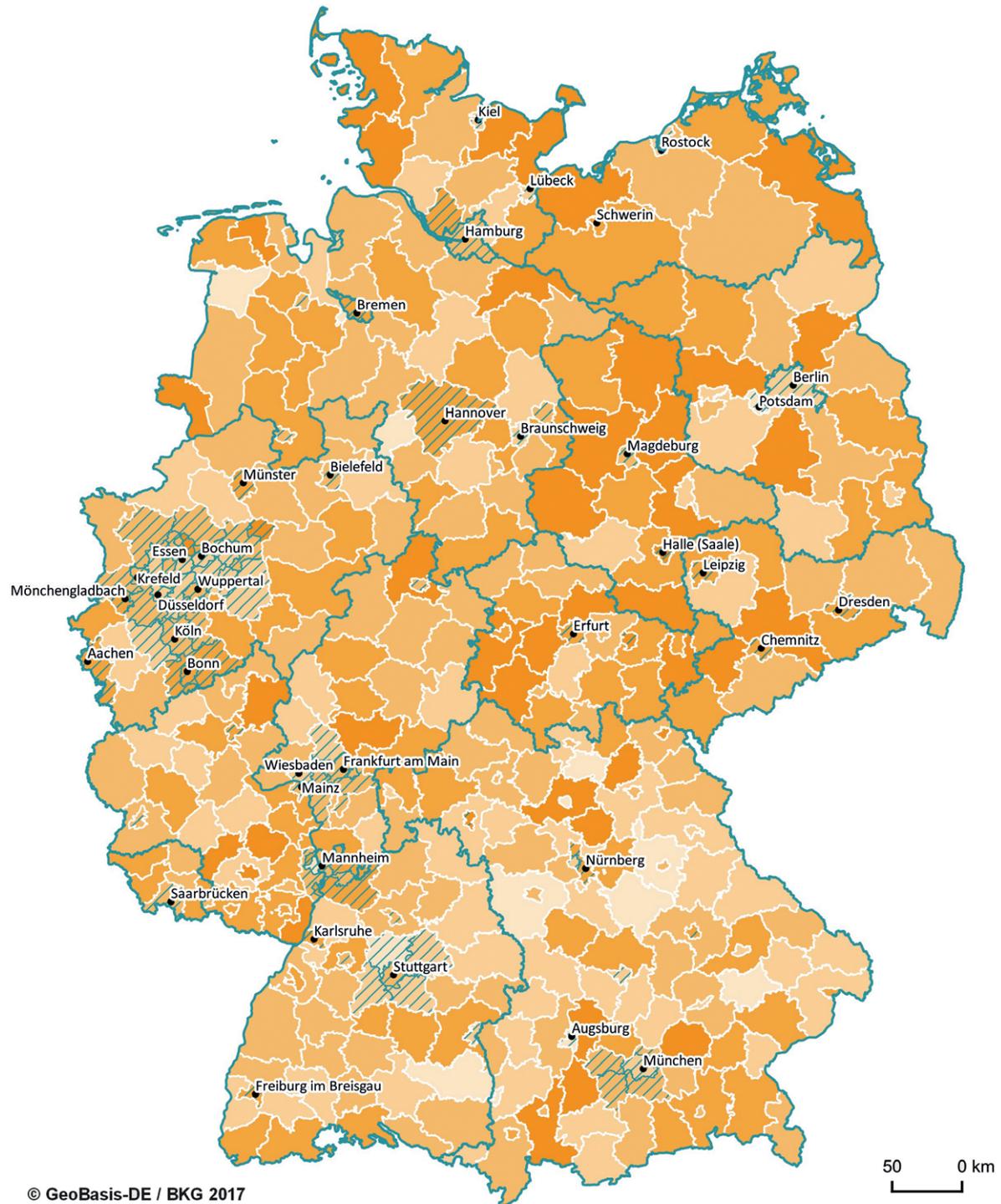
(ZEW) in strukturschwachen Regionen in Ostdeutschland, aber auch in Teilen von Schleswig-Holstein oder Rheinland-Pfalz (Thünen-Typ 1 und 4) mit jeweils rund 25 % höher als in den übrigen drei Typen (jeweils circa 23 %, vgl. Karte 5). Das ist nur scheinbar ein Widerspruch: Auch in der amtlichen Statistik liegt der Anteil der Frauen an den Personen, die eine Betriebsgründung vorgenommen haben, in den Thünen-Typen 1 und 4 mit 16 bzw. 18 % höher als in den ökonomisch stärkeren ländlichen Räumen der Typen 2 und 3 (13 % bzw. 14 %).

Gründungen in den Freien Berufen (IfM Bonn)

Eine Auswertung der Gründungen in den Freien Berufen durch Frauen im ländlichen Raum liegt beim IfM bisher nicht vor. Unabhängig vom Geschlecht ist die Zahl der Gründungen in den Freien Berufen je 10.000 Einwohnerinnen und Einwohner in städtischen Regionen mit 14,7 fast doppelt so hoch wie in den Regionen mit Verstärkungsansätzen (7,7) oder in ländlichen Regionen (7,0; Werte jeweils von 2018).

Im Gegensatz zu den gewerblichen Gründungen liegt der Frauenanteil bei den Gründungen in den Freien Berufen bei mehr als 50 % (2019: 52,6 %). Das entsprach 2019 rund 49.000 Gründungen von Frauen. Das gilt für fast alle Bundesländer, insbesondere auch für überwiegend ländlich geprägte wie Mecklenburg-Vorpommern (54,4 %), Schleswig-Holstein (54,8 %) oder Rheinland-Pfalz (54,0 %).

Karte 5: ZEW-Frauengründungsquote, Durchschnitt der Jahre 2015–2019 in %

**ZEW-Frauengründungsquote**

(Anteil der Frauen im Gründungsteam größer oder gleich 50%)

unter 20
 20 bis unter 22,5
 22,5 bis unter 25
 25 bis unter 27,5
 27,5 und mehr

Städtischer Raum

Quelle: ZEW

empirica

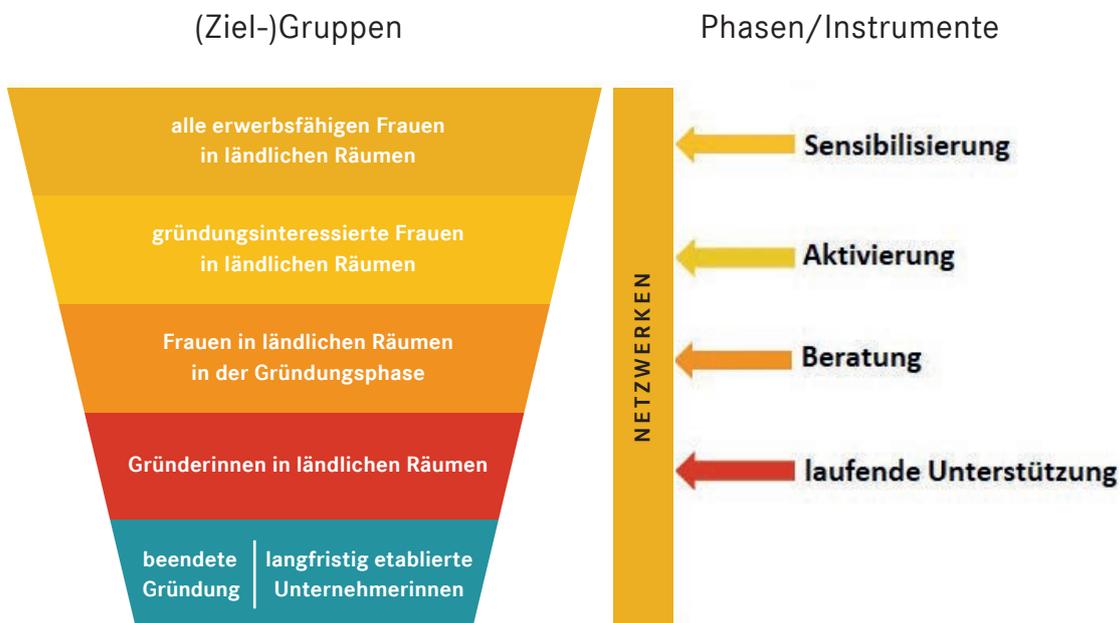
4. Gründerinnen in ländlichen Räumen

4.1 Phasen der Gründung: von der Sensibilisierung bis zur Gründung

Aus den Ergebnissen unterschiedlicher empirischer Analysen (Sonderauswertung des Mikrozensus, Onlinebefragung der Gründungsberatungsstellen und der Gründerinnen sowie Experteninterviews) wurden die nachfolgenden Gründungsphasen mit ihren spezifischen Hemmnissen abgeleitet.

Die Expertinnen und Experten berichten, dass die zeitlichen Phasen der Gründung schon lange vor der Gewerbeanzeige oder der Mitgliedschaft in einer entsprechenden Kammer beginnen (vgl. Abb. 15). Häufig geht der Gründung ein längerer Überlegungs-, Abwägungs- und Reifeprozess voraus. Außerdem bedarf es selbstverständlich einer geeigneten Geschäftsidee. Erst in diesem Stadium kommen die meisten Frauen und Männer zu den entsprechenden Institutionen der Gründungsinfrastruktur und nehmen anfangs häufig eine Erst- oder Orientierungsberatung in Anspruch. Themen- oder fachbezogene Beratungsangebote werden wahrgenommen, wenn die Idee so weit gereift ist, dass die eigene Existenz auch tatsächlich gegründet wird. Über Frauen, die sich bereits für eine Gründung interessieren (Gründungsinteressierte) und konkret gründen wollen (in der Gründungsphase), haben die Gründungsberatungsstellen einen relativ guten Überblick.

Abb. 15: Zielgruppen nach Phasen im Gründungsgeschehen



Quelle: eigene Darstellung

empirica

In der Onlinebefragung wurden diese beiden Gruppen, also die Gründungsinteressierten und die Frauen in der Gründungsphase, sowie die Gründerinnen, die bereits selbstständig sind, befragt. Diesem Gründungsprozess vorgeschaltet gibt es aber noch eine große Gruppe von Frauen und Männern, für die die Existenz-

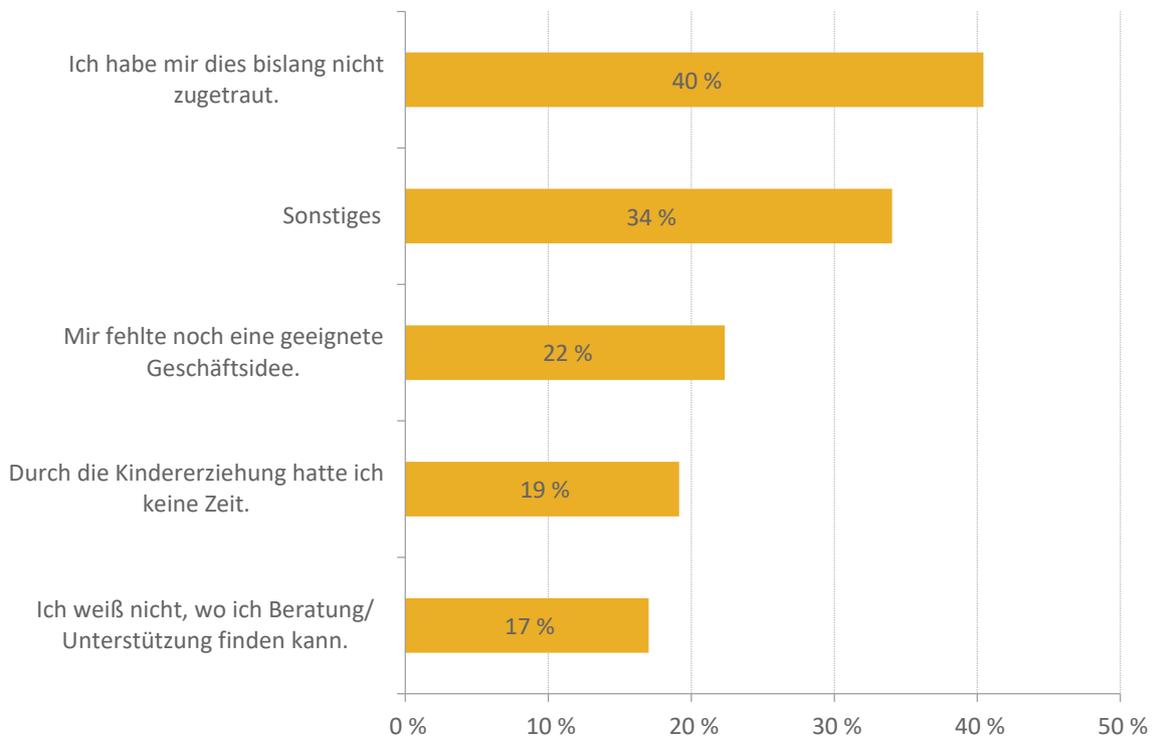
gründung ebenfalls eine berufliche Alternative und Perspektive bilden kann, die aber aus unterschiedlichen Gründen (noch) nicht den Weg zu den Beratungsinstitutionen finden (alle erwerbsfähigen Frauen). Über diese Gruppe liegen keine empirischen Ergebnisse vor. Auch die Gruppe der gründungsinteressierten Frauen ist sowohl in der Onlinebefragung als auch in vielen Beratungsstellen der Kammern und Wirtschaftsförderungen unterrepräsentiert. Die Gruppe der gründungsinteressierten Frauen wurde in dieser Studie allerdings in den Experteninterviews thematisiert.

Erwerbsfähige Frauen in ländlichen Räumen: fehlende Sensibilisierung

Am schwierigsten ist der Zugang zu Frauen, für die die Existenzgründung aus unterschiedlichen Gründen eine Perspektive sein könnte, die diese Möglichkeit aber selbst noch nie intensiver abgewogen haben und deshalb auch nicht oder kaum mit dem Gedanken spielen. Zu dieser Gruppe zählen zunächst alle erwerbsfähigen Frauen in ländlichen Räumen. Aus Sicht der befragten Expertinnen und Experten gibt es in Deutschland bislang nur wenige Ansätze, insbesondere in ländlichen Räumen, um Frauen für die Alternative einer Existenzgründung zu sensibilisieren. Den klassischen Gründungsberatungsstellen fehlt in der Regel der Zugang zu dieser Gruppe, sei es, weil die bestehenden Angebote nicht niederschwellig genug sind oder weil sie räumlich zu weit entfernt liegen.

» Um das Gründungsverhalten aller erwerbsfähigen Frauen in ländlichen Räumen zu fördern, sind Ansätze zur Sensibilisierung und niederschweligen Vernetzung erforderlich (vgl. Kapitel 7.1 und 7.4).

Abb. 16: Gründungsinteressierte Frauen: Was hat Sie bislang an einer Selbstständigkeit gehindert?



N = 94, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

Gründungsinteressierte Frauen in ländlichen Räumen: Oft fehlt es an Mut zur Gründung

Dann gibt es Frauen, die eine Existenzgründung für sich abwägen oder schon abgewogen haben, dieses Vorhaben aber aus unterschiedlichen Gründen (bislang) noch nicht umgesetzt haben. Nach Ergebnissen der Onlinebefragung von Gründerinnen ist der Hauptgrund dafür, dass diese Frauen noch vor einer Selbstständigkeit zurückschrecken, der fehlende Mut bzw. fehlendes Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten und die Chancen der Gründung (vgl. Abb. 16 und Kapitel 5).

In der Abwägung von Chancen und Risiken überwiegen in den Überlegungen die Risiken. Weit über die Hälfte der in der Onlinebefragung von gründungsinteressierten Frauen genannten Motive liegen im mangelnden Zutrauen, denn auch bei der offenen Antwortmöglichkeit („Sonstige Gründe“) nannten viele Frauen fehlendes Zutrauen oder vergleichbare Punkte. Die Antwort einer Frau („Ich habe bis heute nicht gewusst, welche Fähigkeiten in mir stecken!“) in der offenen Kategorie „Sonstiges“ fasst den wesentlichen Hinderungsgrund gründungsinteressierter Frauen sehr gut zusammen.

22 % aller genannten Hindernisse betreffen die noch fehlende Geschäftsidee, ein weiteres knappes Fünftel die fehlende Zeit (durch die Kindererziehung). Die damit zusammenhängende mangelnde Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurde auch vereinzelt in der Kategorie „Sonstiges“ genannt. Als weitere häufigere Hinderungsgründe für eine Existenzgründung, aber nicht dominierend, wurden von gründungsinteressierten Frauen unter „Sonstiges“ fehlendes Kapital und hohe Auflagen sowie bürokratische Hürden genannt.

Nach eigenen Aussagen verfügen Gründungsberatungsstellen nur über wenige Informationen zu Frauen, die zwar gründungsinteressiert sind und eine Orientierungsberatung in Anspruch nehmen, am Ende aber doch nicht gründen. Nach Einschätzungen der Expertinnen und Experten reichen die Gründe von einer nicht tragfähigen Geschäftsidee über mangelnde, für die Existenzgründung erforderliche Kenntnisse und Fähigkeiten bis hin zum letzten Quäntchen Mut, das dann doch noch zur Existenzgründung fehlt. Das Wissen darüber, warum gründungsinteressierte Frauen nicht gründen, ist entscheidend für die Fragestellung, welche Ansatzpunkte für eine Erhöhung der Quote von gründungsinteressierten Frauen sinnvoll sind.

» Im Hinblick auf diese Frauen, die „gründungsinteressiert“ genannt werden können, bedarf es gezielter Aktivierungsstrategien, die insbesondere den Zugang zu dieser Gruppe verbessern (vgl. Kapitel 7.2). Auch in dieser Phase des Nachdenkens über eine Gründung ist ein weiterer Ausbau von frauenspezifischen Vernetzungsangeboten erforderlich (vgl. Kapitel 7.4).

Frauen in ländlichen Räumen in der Gründungsphase: Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung

Der Übergang von gründungsinteressierten Frauen zu Frauen in der Gründungsphase ist fließend. In der Onlinebefragung von Gründerinnen werden diese Gruppen deshalb nicht getrennt analysiert. Während gründungsinteressierte Frauen nach Einschätzungen der Expertinnen und Experten noch in der Abwägungsphase sind und Unterstützung eher in der Orientierungsberatung suchen, haben Frauen in der Gründungsphase bereits eine konkrete Geschäftsidee und den Entschluss zur Gründung bereits weitestgehend gefasst. Nun stehen Beratungen zu den Themen Steuern, rechtliche Fragen, Businessplan, Finanzierung etc. im Fokus. Die genannten Beratungsthemen wurden auch durch die beiden Onlinebefragungen bestätigt. Die größten Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung liegen nach Aussagen der Experteninterviews sowie den Ergebnissen der beiden Onlinebefragungen in

- » den mit der Existenzgründung verbundenen finanziellen Unsicherheiten im Vergleich zu einer abhängigen Beschäftigung. Zumeist wurde dieser Punkt von den Expertinnen und Experten mit der geringeren Risikobereitschaft der Frauen im Vergleich zu den Männern beschrieben.
- » dem mangelnden Zutrauen in die eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten und dem fehlenden Mut, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen, und
- » den hohen bürokratischen Hürden.

Bereits nachgeordnet wurden von den Gründerinnen der Aspekt der Kinderbetreuung und Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die Befürchtung, nicht ausreichend Kundinnen und Kunden gewinnen zu können, als hemmende Faktoren auf dem Weg zur Gründung genannt. Auf die Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung wird in Kapitel 5 detaillierter eingegangen.

» Bei Frauen in der Gründungsphase greifen grundsätzlich die klassischen Beratungsangebote der vorhandenen Gründungsinfrastruktur. Dies gilt zumindest weitestgehend, wenn es um die angebotenen Beratungsthemen geht. Allerdings gibt es zu wenige frauenspezifische Beratungsformate, insbesondere bei den Kammern (IHK, HWK, LWK). Der Handlungsansatz besteht hier im Ausbau von frauenspezifischen Beratungsformaten, dies umfasst auch die Unterstützung bei der Vernetzung mit anderen Gründerinnen (vgl. Kapitel 7.3 und Kapitel 7.4).

Gründerinnen in ländlichen Räumen: noch zu wenig Vernetzung

Nach Aussagen der Expertinnen und Experten benötigen auch Frauen, die bereits selbstständig sind oder ein Unternehmen gegründet haben, eine kontinuierliche Beratung. In den ersten Jahren nach der Gründung geht es vor allem darum, eine unfreiwillige Beendigung zu verhindern. Nach und nach stehen auch Fragen des Wachstums im Vordergrund der Beratung. Dies geht dann von der Gründungsberatung in die klassische Beratung der Unternehmensentwicklung über. Die Experteninterviews bekräftigen, dass Gründerinnen sich eine begleitende Beratung nach der Gründung wünschen (z. B. in wiederkehrenden Lehrgängen zu Neuerungen im Bereich Hygiene, Recht etc.). Darüber hinaus wünschen sie sich mehr Austausch mit anderen Gründerinnen in Form von niederschweligen Netzwerktreffen.

Bei den im folgenden Kapitel beschriebenen Gründerinnen handelt es sich um Frauen, die ihre derzeitige Tätigkeit als Selbstständige oder Freiberuflerin innerhalb der letzten zwölf Monate (neue Gründerin) bzw. der letzten 13 bis 59 Monate (etablierte Gründerin) aufgenommen haben.

Aus Sicht der Expertinnen und Experten unterscheiden sich die Kriterien für einen langfristigen Unternehmenserfolg nicht wesentlich zwischen Männern und Frauen oder Stadt und Land. Für einen langfristigen Erfolg sind eine gute Geschäftsidee und eine professionelle Vorbereitung der Gründung unerlässlich. Anschließend sollten ein gutes Marketing und die Vertriebswege zur Kundenfindung im Fokus stehen. Hilfreich sind finanzielle Reserven, Ausdauer und Agilität, damit auch ein erforderliches Nachsteuern rechtzeitig möglich ist. Im Gegensatz zu Männern sind Frauen aber oft zurückhaltender darin, sich ihre Dienstleistung entsprechend honorieren zu lassen („Frauen trauen sich nicht, genügend Geld für ihre Dienstleistungen/Produkte zu nehmen“). Für einen langfristigen Erfolg ist es aus Sicht der Expertinnen und Experten aber unerlässlich für die Frauen, auch Geld verdienen zu wollen und marktübliche Preise zu fordern.

» Auch Frauen, die bereits selbstständig sind oder ein Unternehmen gegründet haben, benötigen eine laufende Unterstützung und Beratung (vgl. Kapitel 7.3). Diese laufende Beratung kann in die klassische Unternehmensberatung münden. Ferner besteht jedoch ein Bedarf im Ausbau einer frauenspezifischen Vernetzung (vgl. Kapitel 7.4).

Beendete oder gescheiterte Gründungen

Von den 336 befragten Gründerinnen in ländlichen Räumen gaben 24 oder gut sieben Prozent an, dass sie ihre Selbstständigkeit wieder aufgegeben haben. Dieser Wert gibt kein repräsentatives Bild der Erfolgsquote von Gründerinnen in ländlichen Räumen, denn nach dem KfW-Gründungsmonitor beenden rund 30 % aller Gründerinnen und Gründer in Deutschland innerhalb der ersten drei Geschäftsjahre ihre Existenzgründung (vgl. Metzger 2019a, S. 9). Allerdings bestätigen die Ergebnisse zu den Gründen für die Aufgabe der Existenz die Ergebnisse des KfW-Gründungsmonitors.

Die meisten Existenzgründerinnen und -gründer geben ihre Selbstständigkeit aus persönlichen Gründen auf. Das belegen sowohl der KfW-Gründungsmonitor (für alle Gründerinnen und Gründer) als auch die Ergebnisse unserer Onlinebefragung (für die Existenzgründerinnen im ländlichen Raum).

Nur 16 % aller genannten Gründe in der Onlinebefragung der Gründerinnen, warum die Selbstständigkeit aufgegeben wurde, sind betriebswirtschaftlicher Art, zumeist weil Finanzmittel fehlten. Die persönlichen Gründe sind vielfältig und liegen überwiegend in Krankheit, besserer Jobalternative oder auch in der Überforderung und der Unvereinbarkeit von Haupterwerb in einer abhängigen Beschäftigung und parallelem Nebenerwerb in der Selbstständigkeit. Damit verbunden ist auch die Unvereinbarkeit von Familie und Beruf, auf die fast 30 % Nennungen für die Beendigung der Selbstständigkeit fielen. Nahezu keine Rolle spielt für diese Frauen dagegen eine fehlende angemessene Kinderbetreuung (3 %).

In diesem Befund drückt sich mit hoher Wahrscheinlichkeit eine geschlechtsspezifische Komponente aus. Die Unvereinbarkeit von Familien- und Erwerbsarbeit dürfte bei Frauen sehr viel häufiger ein Grund für die Aufgabe der Selbstständigkeit sein als bei Männern. Ob die Unvereinbarkeit von Familie und Beruf aber auch in ländlichen Räumen eine dominantere Rolle bei der Beendigung der Selbstständigkeit im Vergleich zu städtischen Räumen spielt, lässt sich mit den Befragungsergebnissen nicht mit Sicherheit beantworten. Darauf deuten aber die Antworten der Gründungsberatungsstellen hin, von denen 40 % der Meinung sind, dass es gründungswillige Frauen in ländlichen Räumen schwerer bei der Aufnahme einer Selbstständigkeit haben als Frauen in städtischen Räumen. Als ein Grund dafür werden vor allem die ausgeprägteren geschlechtsspezifischen Rollenbilder in den ländlichen Regionen genannt (vgl. Kapitel 5.2). Darüber hinaus hemmen aus Sicht der befragten Gründungsberatungsstellen fehlende Kinderbetreuungseinrichtungen sowie fehlende frauenspezifische Beratungsangebote und Netzwerke das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen.

4.2 Wer sind die Gründerinnen? Strukturmerkmale und Rahmenbedingungen

Die nachfolgende Beschreibung der Gründerinnen im ländlichen Raum bezieht sich auf eine Sonderauswertung des Mikrozensus. Diese erlaubt eine umfassendere Darstellung auf Basis amtlicher Daten über die

Grundgesamtheit der Gründerinnen im ländlichen Raum als die Ergebnisse der Onlinebefragung der Gründerinnen. In Ergänzung zum Mikrozensus werden die Ergebnisse der Onlinebefragung und der Experteninterviews zur Verdeutlichung bestimmter Sachverhalte herangezogen (vgl. hierzu methodisches Vorgehen in Kapitel 1.4).

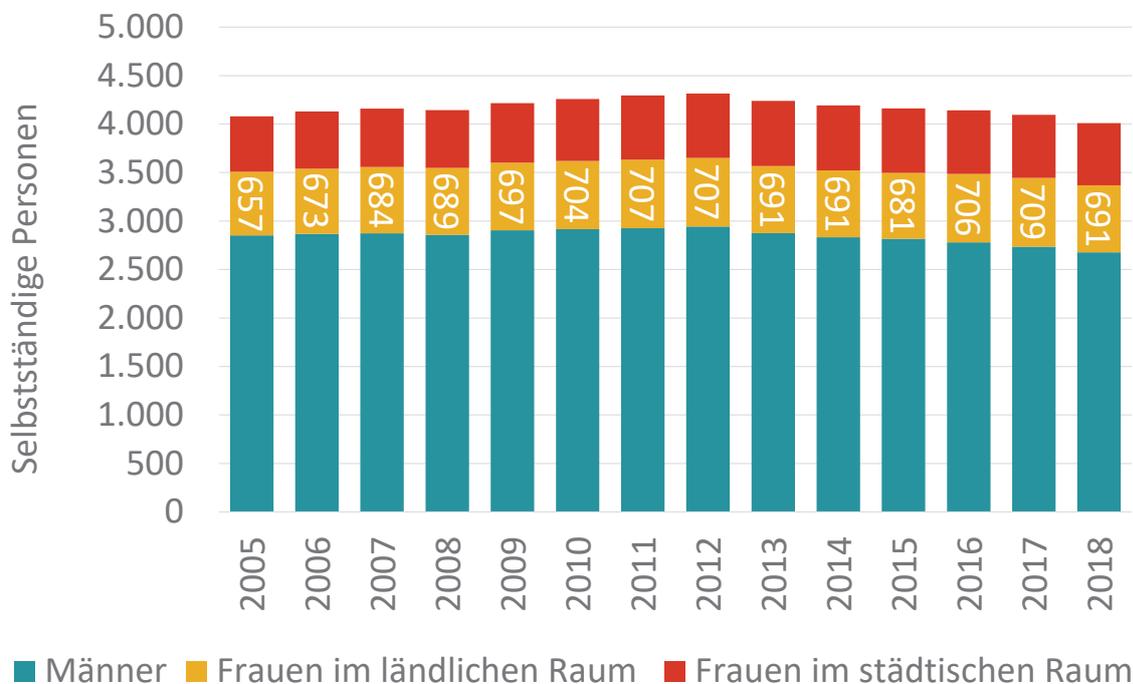
» Gründerinnen im ländlichen Raum nach dem Mikrozensus (vgl. detailliert Kapitel 1.3)

Der Mikrozensus fragt nicht direkt nach einer „Existenzgründung“ entsprechend der Definition aus Kapitel 1.2. Die Gruppe der Existenzgründerinnen im ländlichen Raum wird deshalb über folgende Variablen aus der Grundgesamtheit des Mikrozensus gefiltert: Es handelt sich um eine Frau mit Arbeitsort im ländlichen Raum nach der Abgrenzung des Thünen-Instituts (vgl. Kapitel 1.3), die ihre derzeitige Tätigkeit als Selbstständige oder Freiberuflerin innerhalb der letzten 60 Monate aufgenommen hat. Damit unterscheidet sich die hier verwendete Abgrenzung von den Statistiken zum Gründungsgeschehen, in dem die Person nur im Jahr der Gründung als Gründerin erfasst wird.

Entwicklung der Zahl von Existenzgründungen der Frauen im ländlichen Raum

Nach dem Mikrozensus gab es 2018 rund vier Millionen selbstständige und freiberufliche Personen in Deutschland, davon waren rund ein Drittel Frauen. Diese verteilen sich wiederum zu circa 52 % auf den ländlichen und zu 48 % auf den städtischen Raum (vgl. Abb. 17). Die räumliche Verteilung der Selbstständigen unterscheidet sich damit kaum von der der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die jeweils ungefähr zur Hälfte ihren Arbeitsort im ländlichen oder städtischen Raum haben (Stand: 2018).

Abb. 17: Zahl der selbstständigen Personen in Deutschland



Anmerkung: geringe Abweichungen rundungsbedingt in der Summe möglich

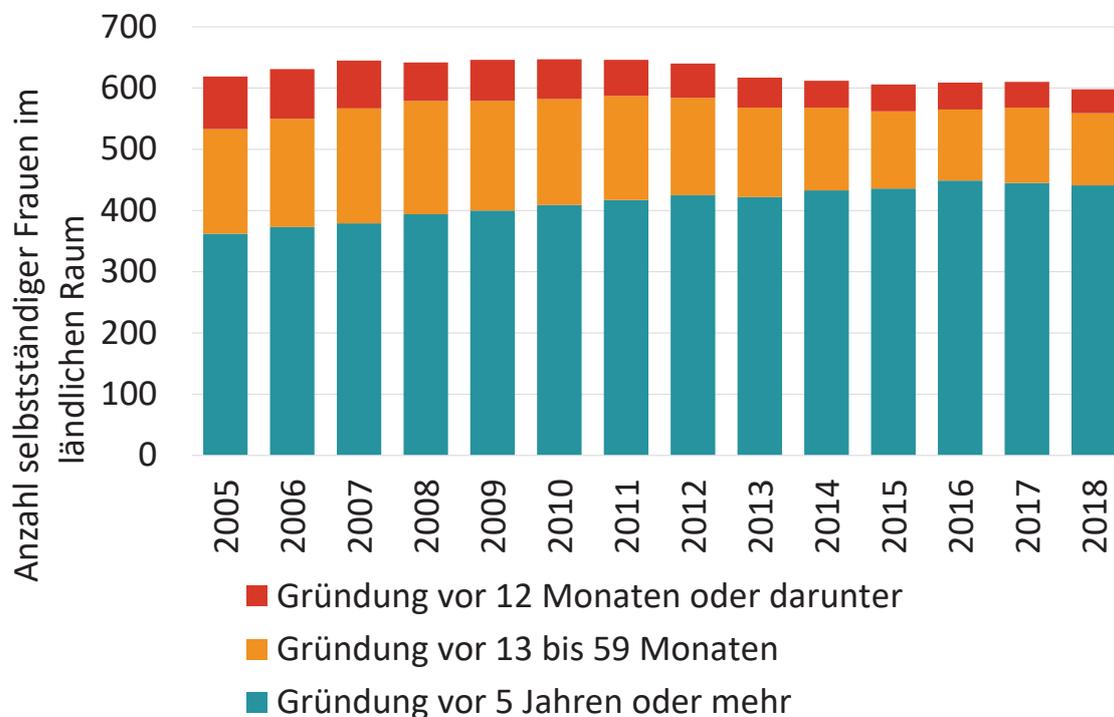
Quelle: Sonderauswertung Mikrozensus, Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020

empirica

Seit 2005 hat sich der Anteil selbstständiger Frauen geringfügig, aber kontinuierlich von 30 auf 33 % erhöht, im städtischen um zwei Prozentpunkte stärker als im ländlichen Raum (ein Prozentpunkt). Seit 2012 geht aber sowohl die absolute Zahl aller Selbstständigen als auch die der selbstständigen Frauen im ländlichen Raum zurück. Eine Differenzierung nach der Dauer der derzeitigen Tätigkeit verdeutlicht, dass der Rückgang Ergebnis des nachlassenden Gründungsgeschehens ist (vgl. Abb. 18). Während die Zahl der Gründerinnen, die ihre Selbstständigkeit bereits seit mindestens fünf Jahren ausüben, permanent zugenommen hat, ist die Zahl der neuen (derzeitige Tätigkeit innerhalb der letzten zwölf Monate aufgenommen) und der etablierten Gründerinnen (derzeitige Tätigkeit vor mindestens 13 und höchstens 59 Monaten aufgenommen) gesunken. Im Zeitverlauf sind immer mehr neue Frauen in die Gruppe der etablierten Gründerinnen hineingewachsen, als sich im selben Zeitraum neu im ländlichen Raum selbstständig gemacht haben. Gleiches gilt für die etablierten Gründerinnen. Auch hier sind mehr etablierte Gründerinnen in die Gruppe der Frauen gewechselt, die vor fünf oder mehr Jahren gegründet haben, als aus dem Kreis der neuen Gründerinnen nachgerückt sind.

Der Befund der in den letzten Jahren sinkenden Gründungszahlen ist übergreifend und gilt geschlechts- und raumunabhängig. Er deckt sich mit den Ergebnissen zum Gründungsgeschehen aus Kapitel 1.3. Die Entwicklung ist Ergebnis der in den zurückliegenden Jahren flächendeckend verbesserten Wirtschafts- und Beschäftigungssituation sowie einer Verschlechterung der Existenzgründungsförderung aus der Arbeitslosigkeit heraus. In der Folge ist die Zahl der Gründungen aus der Arbeitslosigkeit gesunken. Parallel bietet die sicherere und risikoärmere Perspektive einer abhängigen Beschäftigung eine bevorzugte Alternative für Frauen und Männer, die sich mit dem Gedanken einer Existenzgründung auseinandersetzen (vgl. IfM Bonn 2019, Metzger 2019a und 2019b, Fritsch et al. 2013, Kohn et al. 2010).

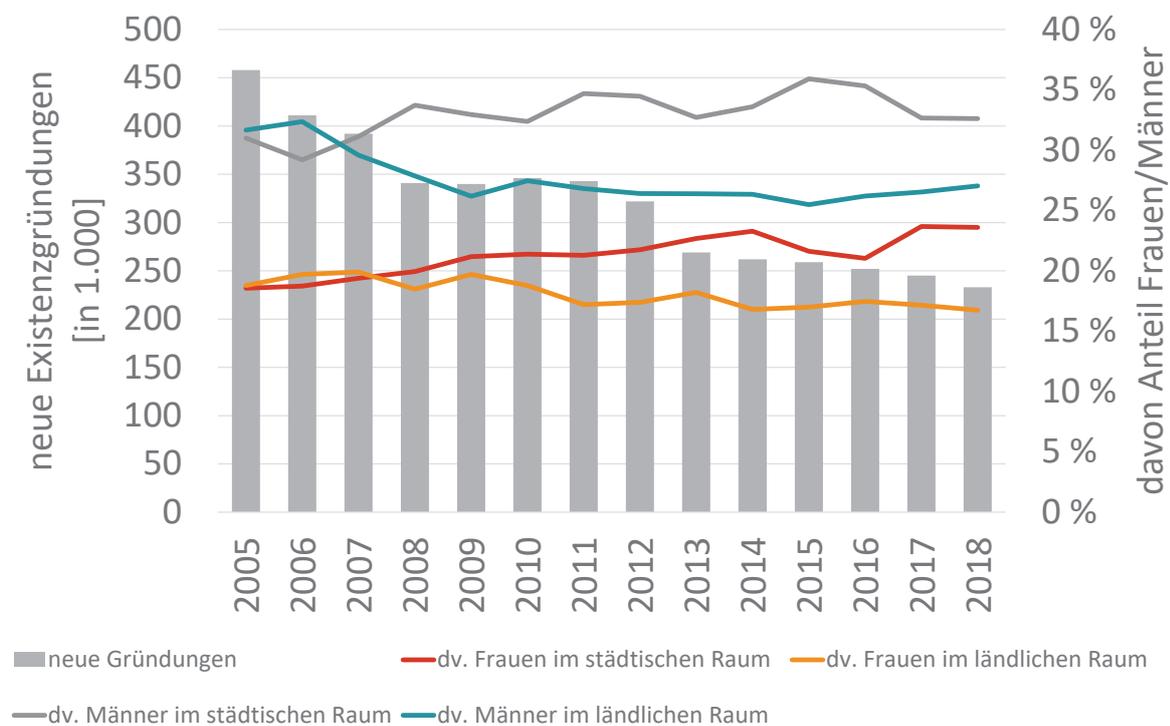
Abb. 18: Zahl der selbstständigen Frauen im ländlichen Raum nach Dauer der derzeitigen Tätigkeit



Gründungsinteressierte Frauen und Existenzgründerinnen sind im Vergleich zu den Männern risikoscheuer. Übertragen auf das Gründungsgeschehen in wirtschaftlich prosperierenden Zeiten könnte dies bedeuten, dass der Frauenanteil an den Existenzgründungen zurückgegangen ist, weil der Arbeitsmarkt vermehrt sicherere Alternativen zur Existenzgründung bietet. Tatsächlich ist der Frauenanteil an den Existenzgründungen seit 2005 nicht gesunken. Seit dem Jahr 2009 hat sich der Anteil mit rund 40 % bei jährlichen leichten Schwankungen aber auch nicht weiter erhöht, wie dies noch im Zeitraum von 2005 bis 2009 der Fall war (vgl. Abb. 19).

Rückläufig entwickelt hat sich allerdings der Anteil von neuen Existenzgründungen im ländlichen Raum, sowohl bei Frauen als auch bei Männern. Der Anstieg des Anteils der Frauen an allen Existenzgründungen ist durch die höhere Gründungsdynamik von Frauen in städtischen Räumen zu erklären. Eine plausible Erklärung für diese Entwicklung gibt es auch nach den Ergebnissen der Experteninterviews nicht, der Befund verdeutlicht aber die Notwendigkeit, die Bemühungen der Existenzgründungsförderungen auf die Frauen im ländlichen Raum zu richten.

Abb. 19: Frauenanteil an den neuen Existenzgründungen



Quelle: Sonderauswertung Mikrozensus, Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020

empirica

Wer sind die Gründerinnen?

In nachfolgender Tabelle (Seite 56) sind soziodemografische Merkmale von Gründerinnen und Gründern im Vergleich dargestellt. Ungefähr jede zweite Existenzgründerin in den ländlichen Räumen ist zwischen 35 und 54 Jahre alt. Insbesondere die Existenzgründerinnen im ländlichen Raum sind etwas älter als die Erwerbstätigen insgesamt und auch als die Gründerinnen im städtischen Raum. Bei Letzteren ist die Altersklasse der 25- bis 34-jährigen Gründerinnen vergleichsweise stark besetzt, was einerseits durch den höheren Anteil jüngerer Frauen in den Städten sowie durch die Möglichkeit, direkt im Anschluss an einen Hochschulab-

Soziodemografische Merkmale von Gründerinnen und Gründern im Vergleich

	FRAUEN	Etablierte junge Existenzgründungen		MÄNNER	Vergleichsgruppe
		davon im ...			
		ländlichen Raum	städtischen Raum		
Altersgruppen					alle Erwerbstätige ¹⁾
15–24	4 %	3 %	5 %	4 %	9 %
25–34	19 %	15 %	22 %	19 %	20 %
35–44	25 %	24 %	27 %	23 %	21 %
45–54	27 %	29 %	25 %	25 %	26 %
55–64	18 %	20 %	16 %	18 %	20 %
65 und älter	7 %	8 %	6 %	11 %	3 %
Familienstand					alle Erwerbspersonen ²⁾
verheiratet/eingetragene	58 %	65 %	52 %	57 %	52 %
Lebenspartnerschaft					
geschieden/verwitwet	13 %	15 %	12 %	9 %	10 %
ledig	28 %	20 %	36 %	33 %	37 %
Lebensform					alle Privathaushalte
alleinstehend	23 %	17 %	29 %	26 %	45 %
alleinerziehend	8 %	8 %	8 %	2 %	6 %
Paare ohne Kinder	29 %	31 %	28 %	30 %	28 %
Paare mit Kindern ³⁾	39 %	44 %	35 %	43 %	21 %
Geburtsland					Gesamtbevölkerung
Deutschland	77 %	82 %	72 %	76 %	82 %
Ausland	23 %	18 %	28 %	24 %	18 %
Bildungsabschluss					alle abhängig Erwerbstätigen
Haupt-/Volksschulabschluss	13 %	17 %	10 %	22 %	23 %
Realschule/gleichw. Abschluss/ polyt. Oberschule	27 %	35 %	19 %	25 %	37 %
Fachhochschul-/Hochschulreife	60 %	48 %	71 %	53 %	40 %
beruflicher Abschluss					alle abhängig Erwerbstätigen
ohne Ausbildung	17 %	14 %	19 %	18 %	19 %
Anlern-/Lernausbildung	38 %	44 %	33 %	39 %	54 %
Fachschulabschluss	13 %	15 %	10 %	15 %	10 %
Hochschulabschluss/ Promotion	32 %	27 %	38 %	28 %	16 %

1) Erwerbstätige sind Personen im Alter von 15 und mehr Jahren, die im Berichtszeitraum wenigstens eine Stunde für Lohn oder sonstiges Entgelt irgendeiner beruflichen Tätigkeit nachgehen bzw. in einem Arbeitsverhältnis stehen (einschl. Soldatinnen und Soldaten sowie unbezahlt mithelfenden Familienangehörigen), selbstständig ein Gewerbe oder eine Landwirtschaft betreiben oder einen Freien Beruf ausüben. Abhängig Erwerbstätige sind Beamtinnen und Beamte, Angestellte, Arbeiterinnen und Arbeiter sowie Auszubildende.

2) Erwerbspersonen: Erwerbspersonen sind Erwerbstätige und Erwerbslose. Erwerbslose sind Personen ohne Erwerbstätigkeit, die sich in den letzten vier Wochen aktiv um eine Arbeitsstelle bemüht haben und innerhalb von zwei Wochen für die Aufnahme einer Tätigkeit zur Verfügung stehen.

3) Inkl. Lebensgemeinschaften.

Quelle: Sonderauswertung Mikrozensus, Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020

empirica

schluss zu gründen, erklärbar ist. Im ländlichen Raum sind dagegen die Frauen im Alter von 45 bis 54 Jahren überproportional unter den Existenzgründerinnen vertreten. Dies liegt auch daran, dass in ländlichen Räumen mehr Frauen Kinder haben bzw. in einer Familie leben. Mit zunehmendem Alter und wachsender Selbstständigkeit der Kinder sowie dem Eintritt in eine neue Lebensphase nach den Kindern orientieren sich nach Aussage der befragten Expertinnen und Experten viele Gründerinnen neu (vgl. Kapitel 4.3). Im Vergleich zu allen Erwerbstätigen sind viele Gründerinnen und Gründer sowohl in ländlichen als auch in städtischen Räumen bereits im Rentenalter.

Gründerinnen im ländlichen Raum sind deutlich häufiger verheiratet bzw. leben häufig als Paarhaushalte mit einem Partner mit oder ohne Kinder zusammen. Im Familienstand und in der Lebensform zeigen sich deutlichere räumliche Unterschiede als beim Alter. So sind Existenzgründerinnen im städtischen Raum häufiger alleinstehend und leben seltener in einer Paargemeinschaft mit Kindern. Gleiches gilt für das Geburtsland der Gründerinnen, die im ländlichen Raum seltener im Ausland geboren sind. Dies korrespondiert mit dem Wohnort von Menschen aus dem Ausland bzw. mit Migrationshintergrund: Ihr Anteil ist in den Städten sehr viel höher als in den kleineren Orten des ländlichen Raumes.

Gründerinnen im ländlichen Raum sind sehr gut ausgebildet, das gilt sowohl für den Bildungs- als auch für den beruflichen Ausbildungsabschluss. Jede zweite Gründerin im ländlichen Raum hat die Fachhochschul- oder Hochschulreife, mehr als jede Vierte verfügt über einen Hochschulabschluss oder eine Promotion. Im Vergleich zu allen Erwerbstätigen sind sie sehr viel besser gebildet, im Vergleich zu den männlichen Gründern und den Gründerinnen im städtischen Raum jedoch etwas weniger gut. Dieser Aspekt ist Ausdruck allgemeiner siedlungsstruktureller Unterschiede in der Sozioökonomie. Das formale Bildungsniveau der Bevölkerung und der Beschäftigung im ländlichen Raum ist niedriger als im städtischen, was sich entsprechend im Gründungsgeschehen niederschlägt. Der Akademikeranteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist nach der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit im ländlichen Raum mit zwölf Prozent nur halb so hoch wie im städtischen Raum. Auch die Quote der Schulabgängerinnen und -abgänger mit Hochschulzugangsberechtigung ist im ländlichen niedriger als im städtischen Raum.

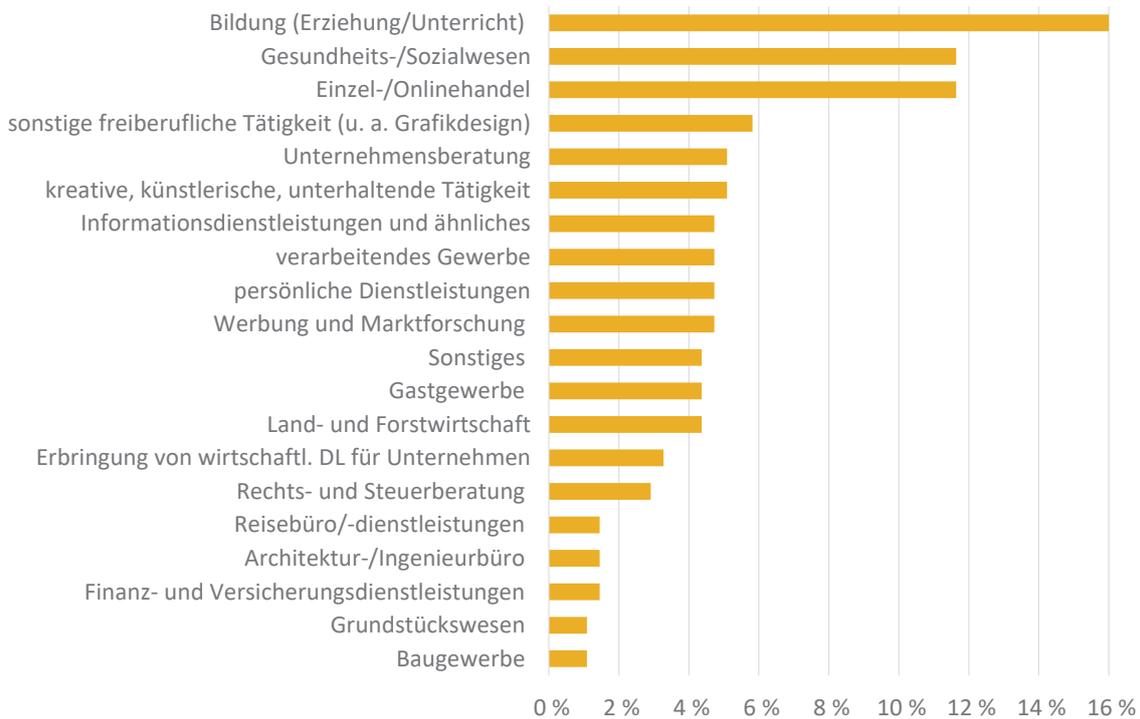
Nach den Ergebnissen der Onlinebefragung der Gründerinnen unterscheiden sich gründungsinteressierte Frauen in ländlichen Räumen, die zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht genau wussten, ob sie eine Existenz gründen werden, von den Gründerinnen im Wesentlichen in zwei Merkmalen:

- » Der Bildungsabschluss ist im Durchschnitt etwas niedriger: 72 % der Gründerinnen hatten Abitur. Bei den noch Unentschlossenen lag der Anteil bei 59 %. Der Anteil von Gründerinnen mit Hochschulabschluss bzw. Promotion beträgt 44 % gegenüber 39 % bei den gründungsinteressierten Frauen.
- » Der Anteil von Frauen mit Kindern unter sechs Jahren ist höher (25 % zu 32 %).

Dies können zwei Gründe sein, warum Frauen trotz Gründungsinteresse nicht gründen.

In welchen Bereichen und Branchen gründen Frauen in ländlichen Räumen?

Frauen in ländlichen Räumen gründen nach Ergebnissen der Onlinebefragung der Gründerinnen und der Sonderauswertung des Mikrozensus vor allem im Erziehungs- und Bildungsbereich sowie in den sonstigen Dienstleistungen, im Handel und Gastgewerbe, im Informations- und Kommunikationssektor, im Gesundheits- und Sozialwesen sowie in den unternehmensnahen Dienstleistungsbereichen (vgl. Abb. 20 und 21).

Abb. 20: Gründerinnen in ländlichen Räumen nach Branchen (Onlinebefragung)

Quelle: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

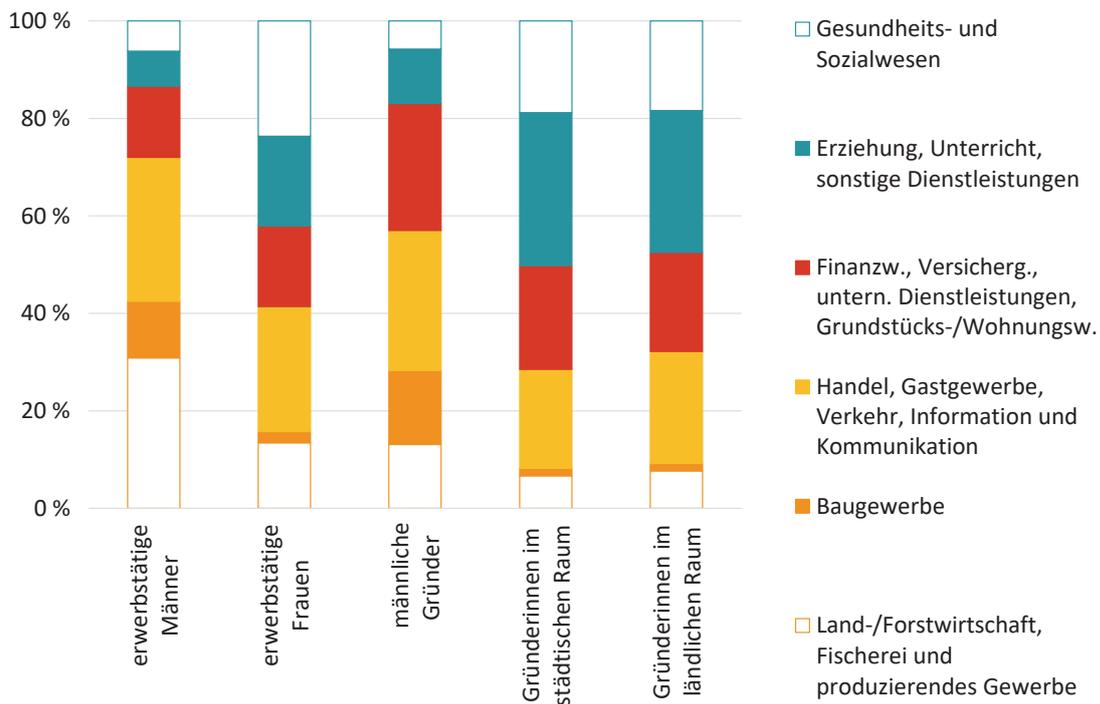
Die Übergänge zwischen den Wirtschaftsbereichen sind häufig fließend, insbesondere im Bildungs- und Gesundheitsbereich. Im Bildungsbereich finden sich vielfach Schnittmengen zur Unternehmensberatung (z. B. bei Tätigkeiten im Bereich der Personalentwicklung bzw. des Coachings), zur Landwirtschaft, wenn es um Aspekte des Vermittelns von Nachhaltigkeit geht, oder auch zur Gesundheitswirtschaft (z. B. Ernährungstherapien und -beratung). Ansonsten beziehen sich die landwirtschaftlichen Tätigkeiten, die in sehr ländlichen Räumen noch von Bedeutung sind, größtenteils auf die Verarbeitung und den Verkauf von Lebensmitteln (z. B. Direktverkauf, Hofladen). Die Bandbreite der Tätigkeiten innerhalb der skizzierten Branchen auf Basis der Onlinebefragung (vgl. Abb. 20) ist auch nach Auskunft der Expertengespräche weit gefasst:

- » Bildungsbereich (Erziehung und Unterricht): vor allem Coaching und Training in unterschiedlichsten Themenbereichen und für unterschiedliche Zielgruppen; Erwachsenenbildung, Kommunikationsberatung, Sprachkurse bis hin zur Erlebnispädagogik.
- » Gesundheits- und Sozialwesen, vor allem Naturheilkunde, Heilpraktikerinnen, Physiotherapeutinnen, Gesundheits- und Ernährungsberatung/-therapie, Podologie, Psychotherapie etc.
- » Einzelhandel, der sehr breit gefächert ist: vom Buchhandel bis zum Direkt- und Onlinevertrieb, die in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen haben.
- » Unternehmensberatung mit sehr vielfältigen Ausrichtungen bei einem Schwerpunkt im Coachingbereich.
- » Kreativwirtschaft, sonstige freiberufliche Tätigkeiten und Marketing/Marktforschung (Foto-, Grafik- und Kommunikationsdesign, Redaktion, Werbung, Marketing).

- » Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie und Informationsdienstleistungen.
- » Persönliche und alltagsnahe Dienstleistungen/Arbeit an den Menschen (z. B. Tagesmutter, Seniorenbetreuerin, Friseur, Fußpflege, Kosmetik).
- » Tourismus (Gastronomie und Hotellerie).

Deutlich geringer ist dagegen der Anteil der Gründerinnen im Vergleich zu den Gründern im Baugewerbe und auch in den Wirtschaftszweigen des produzierenden Gewerbes. In den Expertengesprächen war in diesem Zusammenhang von technologieorientierten Gründungen die Rede, in denen Frauen unterrepräsentiert sind.⁷ Die Branchenstruktur der Gründungen korreliert dabei in hohem Maß mit der Erwerbstätigenstruktur (vgl. Abb. 21). Dies ist darauf zurückzuführen, dass sowohl Frauen als auch Männer vielfach aus dem Beruf heraus bzw. in einem Bereich gründen, in dem sie bereits über Berufserfahrung und Kompetenzen verfügen. Dies belegt der Vergleich der Gründungs- mit der Beschäftigungsstruktur, die bei den Frauen sehr ähnlich sind. Ein beabsichtigter Wandel der branchenbezogenen Gründungsstruktur muss in diesem Zusammenhang bereits bei der Berufswahl der Frauen ansetzen. Nur wenn sich künftig der Anteil von Frauen in Berufen und Branchen erhöht, die heute noch von Männern dominiert werden (z. B. produzierendes Gewerbe, Baugewerbe), ist zukünftig von einer veränderten Gründungsstruktur der Frauen auszugehen.

Abb. 21: Gründende und Erwerbstätige nach Geschlecht und Branche 2018



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020, Sonderauswertung Mikrozensus 2018

empirica

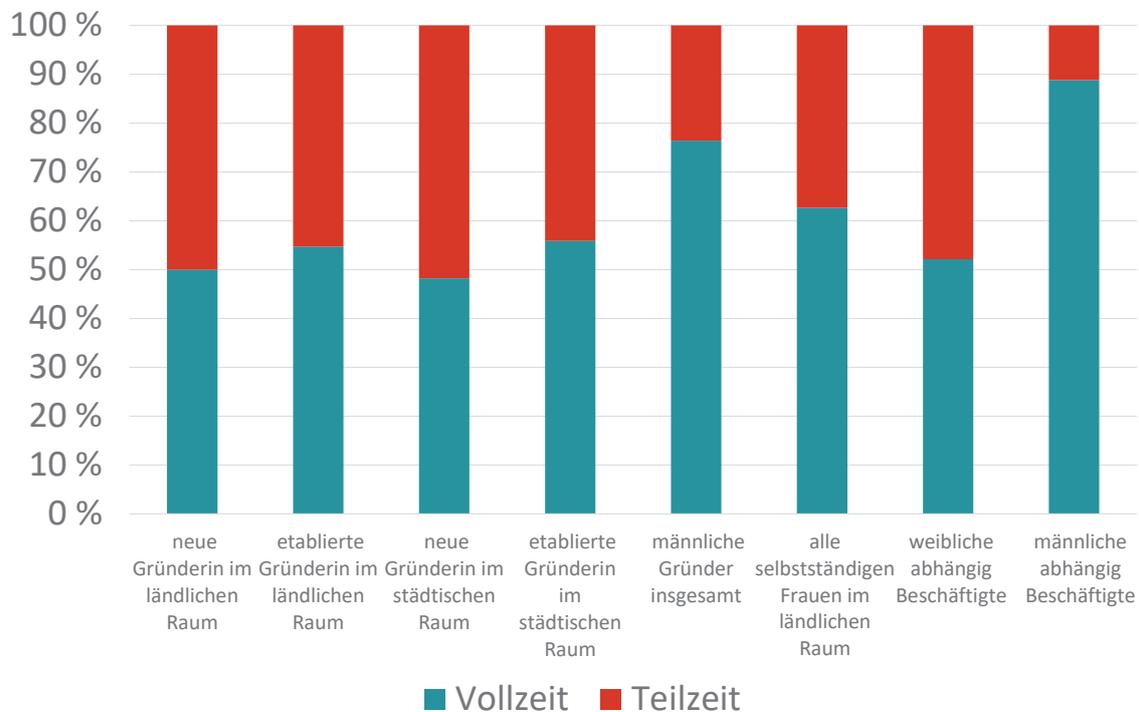
⁷ Zu den technologieorientierten Gründungen zählen die forschungsintensiven Industrien (vgl. Gehrke et al. 2013) sowie technologieorientierte Dienstleistungen (Wirtschaftsabteilungen und -gruppen 61.1, 61.2, 61.3, 62, 63.1, 71.1, 71.2 und 72.1 nach der amtlichen Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008). Die Expertengespräche beziehen sich zwar nicht auf diese Abgrenzung, meinen aber dem Sinn nach dasselbe.

Interessant ist, dass sich die Branchen, in denen Frauen überwiegend gründen, kaum zwischen den Raumtypen unterscheiden. Der Anteil des Handels, des Gastgewerbes sowie der Informations- und Kommunikationsbranche an allen Gründungen von Frauen ist im ländlichen etwas höher im Vergleich zu dem der Gründerinnen im städtischen Raum. Dies kann durch die größere Bedeutung des Tourismus im ländlichen Raum und durch die stärkere Ortsunabhängigkeit der Informations- und Kommunikationsbranche mit Blick auf die Kundinnen und Kunden (in den städtischen Räumen) erklärt werden.

Wie gestalten sich die Arbeit und das Arbeitsumfeld?

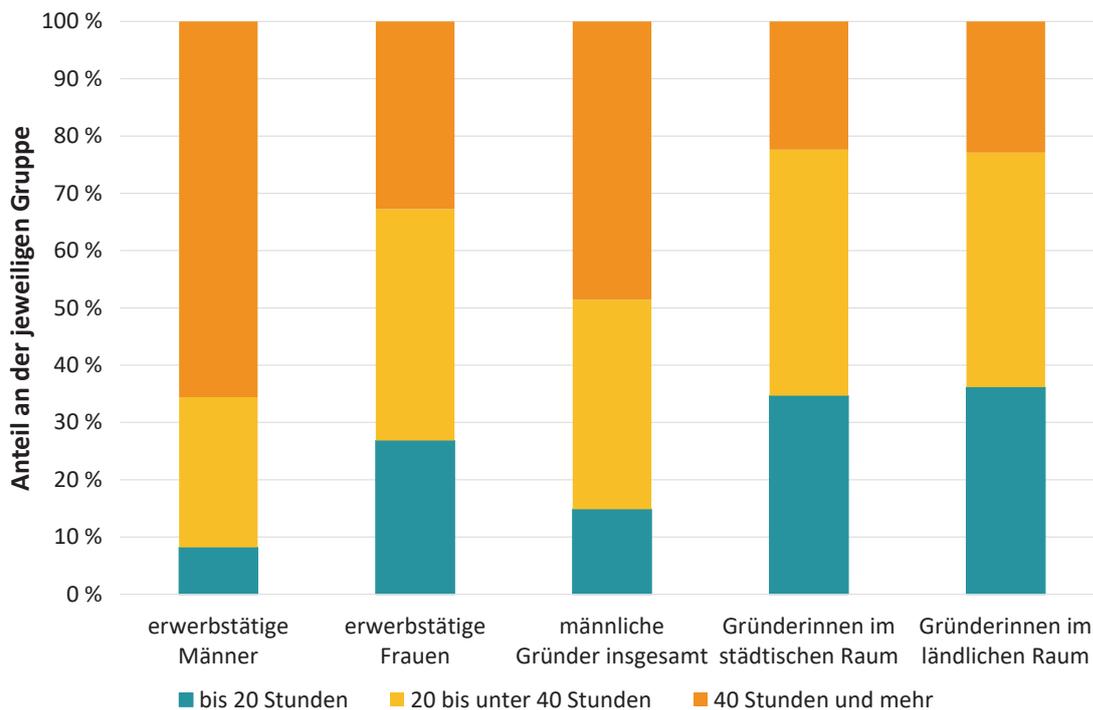
Etwas mehr als jede zweite neue Gründerin arbeitet in Vollzeit. Dieser Anteil ist bei den etablierten Gründerinnen nur marginal höher (vgl. Abb. 22). Das bedeutet, dass in den ersten fünf Jahren nach Gründung nur wenige Gründerinnen von einer Teilzeit- in eine Vollzeitbeschäftigung wechseln. Dabei bestehen kaum Unterschiede zwischen dem ländlichen und dem städtischen Raum. Der im Vergleich zu den Männern hohe Anteil an in Teilzeit arbeitenden Gründerinnen ist wiederum kein besonderer Aspekt bei Gründungen, sondern Ausdruck der Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Die Teilzeitquote aller weiblichen abhängig Beschäftigten ist vergleichbar hoch. Hierin drücken sich die ungleiche Verteilung der Sorgearbeit zwischen Frauen und Männern sowie traditionelle Rollenbilder aus (vgl. Kapitel 5.2). So geben nach Daten des Mikrozensus rund 20 % der Gründerinnen im ländlichen Raum die Betreuung von Kindern und weitere 18 % sonstige persönliche/familiäre Verpflichtungen als Grund für die Teilzeitarbeit an (selbstständige Männer acht bzw. drei Prozent). Bei jeder zweiten Gründerin sind es sonstige Gründe, die im Mikrozensus nicht weiter differenziert werden. Erst bei den langfristig etablierten Unternehmerinnen ist der Anteil der in Vollzeit arbeitenden Frauen mit gut 60 % deutlich höher.

Abb. 22: Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung



Zwar arbeiten Gründerinnen nicht häufiger in Teilzeit als weibliche abhängig Beschäftigte, die Wochenarbeitszeit ist trotzdem etwas geringer als bei den erwerbstätigen Frauen insgesamt (vgl. Abb. 23). Dies ist eine Folge des hohen Anteils der Gründungen von Frauen im Nebenerwerb (vgl. Kapitel 3.2). Neben dem Haupterwerb in der abhängigen Beschäftigung bleibt weniger Zeit für die Selbstständigkeit im Nebenerwerb. Die hohe Bedeutung des Nebenerwerbs bei den Existenzgründerinnen liegt auch in der Gründungsmotivation der Frauen und in den Rollenbildern begründet (vgl. Kapitel 4.3 und 5.2). Frauen gründen vergleichsweise häufig in finanziell abgesicherter Position (zweites Einkommen durch den Mann) bei möglichst geringen Risiken (Absicherung durch Haupterwerb).

Abb. 23: Normalerweise geleistete Wochenarbeitszeit



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020, Sonderauswertung Mikrozensus 2018

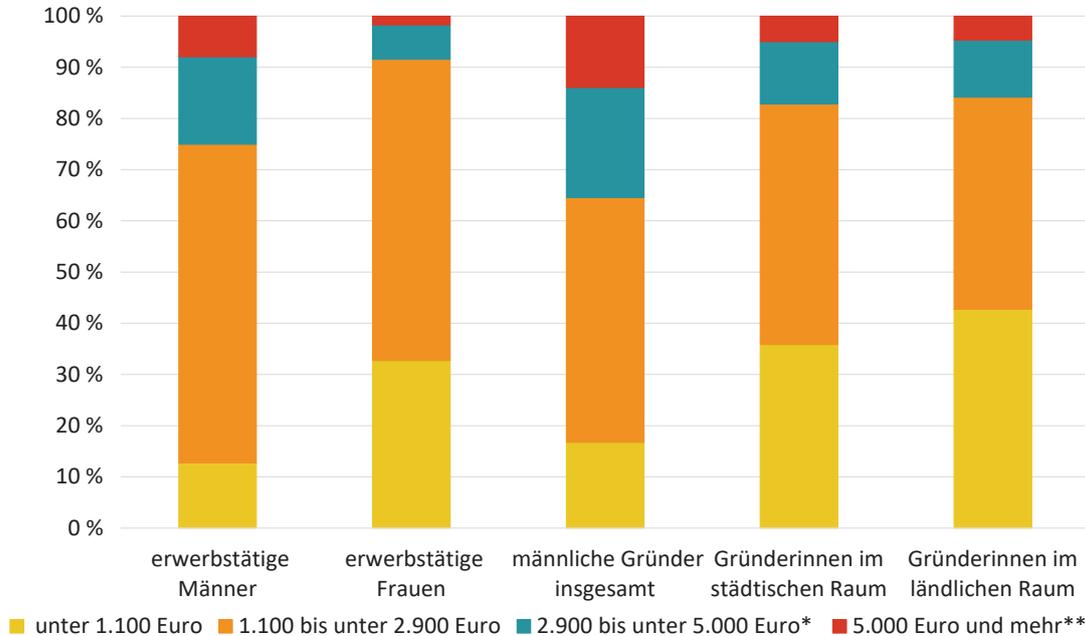
empirica

Die Einkommenssituation der Gründerinnen unterscheidet sich nicht wesentlich zwischen den Raumtypen. Das durchschnittliche Erwerbseinkommen der Gründerinnen ist darüber hinaus etwas höher als das der erwerbstätigen Frauen insgesamt, obwohl die Wochenarbeitszeit von Gründerinnen etwas geringer ausfällt (vgl. Abb. 24). Allerdings ist das Einkommen von Gründerinnen auch sehr viel geringer als das der Gründer. Ausschlaggebend sind im Wesentlichen vier Punkte:

- » Die Wochenarbeitszeit von Existenzgründerinnen ist niedriger.
- » Sozialversicherungspflichtige Frauen und Existenzgründerinnen arbeiten häufig in Branchen mit vergleichsweise geringen Gehalts- und Lohnniveaus (z. B. persönliche haushaltsorientierte Dienstleistungen im Vergleich zum verarbeitenden Gewerbe).
- » Schließlich verdienen Frauen bei gleichen Tätigkeiten und gleicher Wochenarbeitszeit weniger als Männer (Gender-Pay-Gap). Ob dies auch auf Existenzgründerinnen zutrifft, kann anhand der Statistik nicht belegt werden.

- » In den Expertengesprächen wurde thematisiert, dass Frauen ihre Arbeit und Leistung häufig „unter Wert“ verkaufen würden. Dies führe dazu, dass ihr Einkommen bei gleicher Tätigkeit niedriger als das von Männern sei.

Abb. 24: Monatliches Nettoeinkommen



* ohne Landwirte und keine Angaben

** abweichende Klassen bei den Erwerbstätigen: 2.900 bis unter 4.500 Euro bzw. 4.500 Euro und mehr.

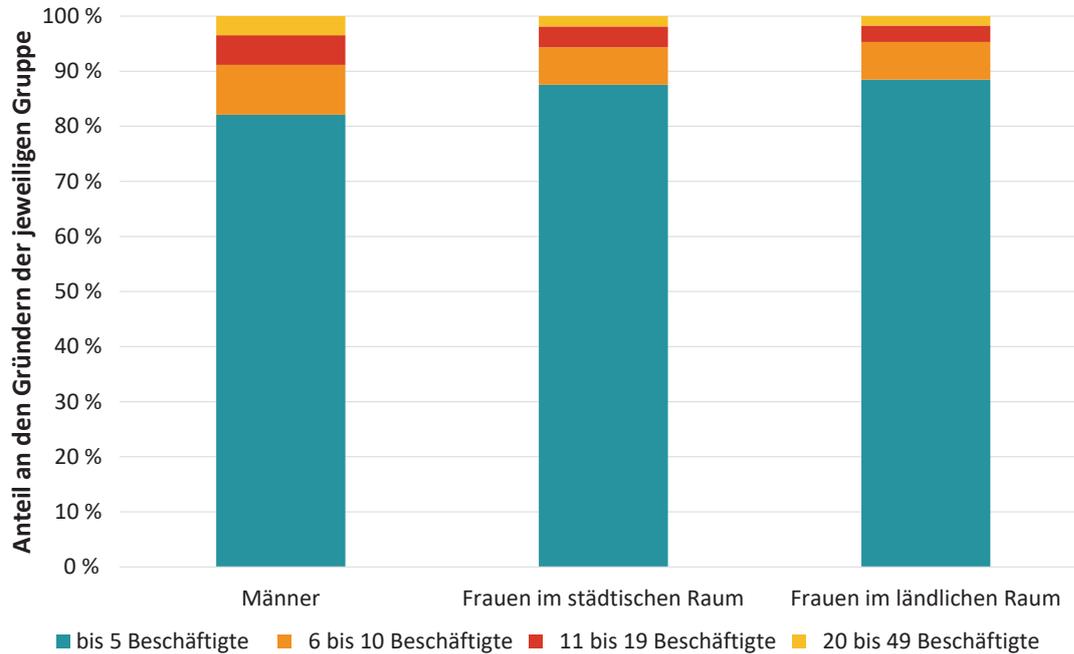
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020, Sonderauswertung Mikrozensus 2018

empirica

Existenzgründerinnen und -gründer beginnen in den meisten Fällen mit weniger als fünf Beschäftigten und haben auch nach fünf Jahren nicht mehr als fünf Beschäftigte. Das gilt sowohl für den ländlichen und städtischen Raum als auch für Frauen und Männer (vgl. Abb. 25). Allerdings gründen Männer häufig größer als Frauen, was sich auch in der Anzahl der Beschäftigten niederschlägt: Der Anteil von Gründern mit sechs und mehr Beschäftigten erreicht fast 20 %, bei den Gründerinnen liegt er bei ungefähr zwölf Prozent. Frauen gründen nach Aussagen der Expertinnen und Experten häufig ohne Fremdkapitaleinsatz, und sie denken im Hinblick auf die Größe des Unternehmens (z. B. Umsatz, Beschäftigte) häufig kleiner im Vergleich zu Männern. Dies kann zu Problemen beim Zugang zu Krediten führen (vgl. Kapitel 5.1). Andererseits schrecken Frauen nach Aussagen von Expertinnen und Experten vor einer Selbstständigkeit zurück, weil sie diese aus nicht vorhandenem Eigenkapital finanzieren wollen. Eine Aufnahme von Fremdkapital zur Finanzierung der Geschäftsidee und Existenzgründung wird häufig nicht in Erwägung gezogen.

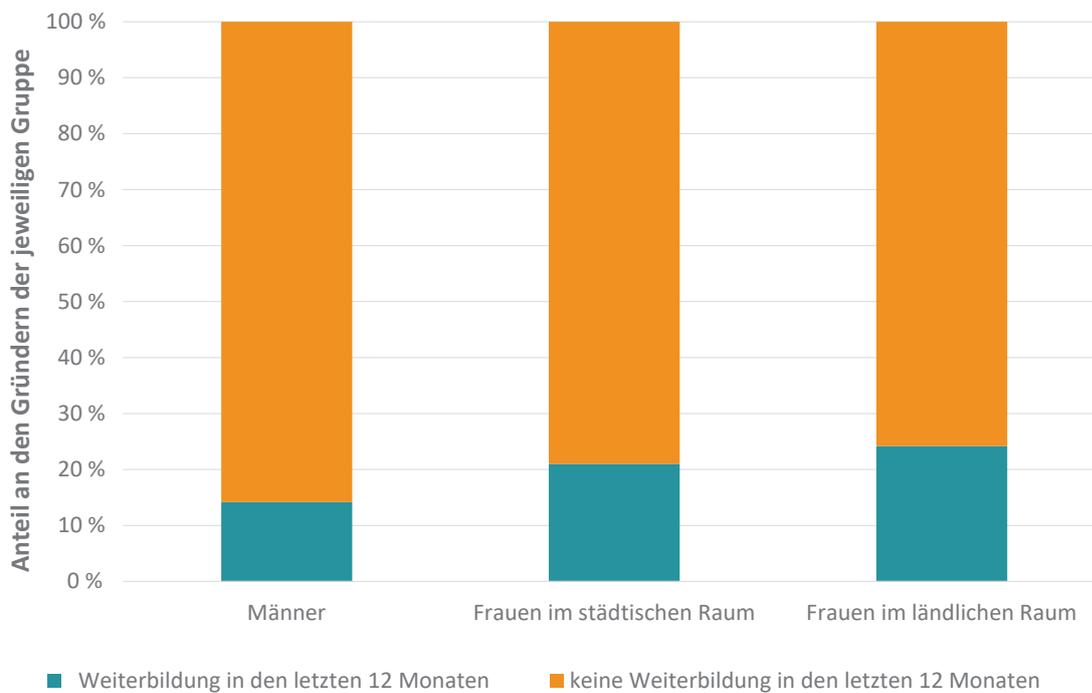
Die befragten Expertinnen und Experten berichten einhellig, dass Frauen die Gründung intensiver und besser vorbereiten als Männer. Dies drückt sich auch im höheren Anteil der Existenzgründerinnen aus, die in den letzten zwölf Monaten an einer Weiterbildung teilgenommen haben (vgl. Abb. 26). Fast jede vierte Existenzgründerin im ländlichen Raum hat im Jahr 2018 an einer Weiterbildung teilgenommen. Dieser Anteil liegt fast doppelt so hoch wie bei den Existenzgründern insgesamt in Deutschland.

Abb. 25: Größenstruktur nach Anzahl der Beschäftigten



Gründerinnen u. Gründer mit 50 und mehr Beschäftigten aufgrund von geringen Fallzahlen nicht ausgewiesen
 Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020, Sonderauswertung Mikrozensus 2018 **empirica**

Abb. 26: Weiterbildung im Jahr 2018



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020, Sonderauswertung Mikrozensus 2018

empirica

4.3 Was motiviert Gründerinnen?

Der aktuelle Forschungsstand besagt, dass Frauen in ländlichen Räumen gründen, weil sie keinen ihren Interessen und/oder Qualifikationen entsprechenden Arbeitsplatz finden, weil sie ihre eigenen Ideen verwirklichen wollen und mehr Unabhängigkeit sowie eine freiere Zeiteinteilung wünschen. Die Erzielung eines möglichst hohen Einkommens spielt nur eine untergeordnete Rolle (vgl. Metzger 2019a, KfW-Gründungsmonitor 2019, ASG 2008; vgl. auch Kapitel 2 der vorliegenden Studie). Die Onlinebefragung der Gründerinnen sowie die Experteninterviews bestätigen diese Motive.

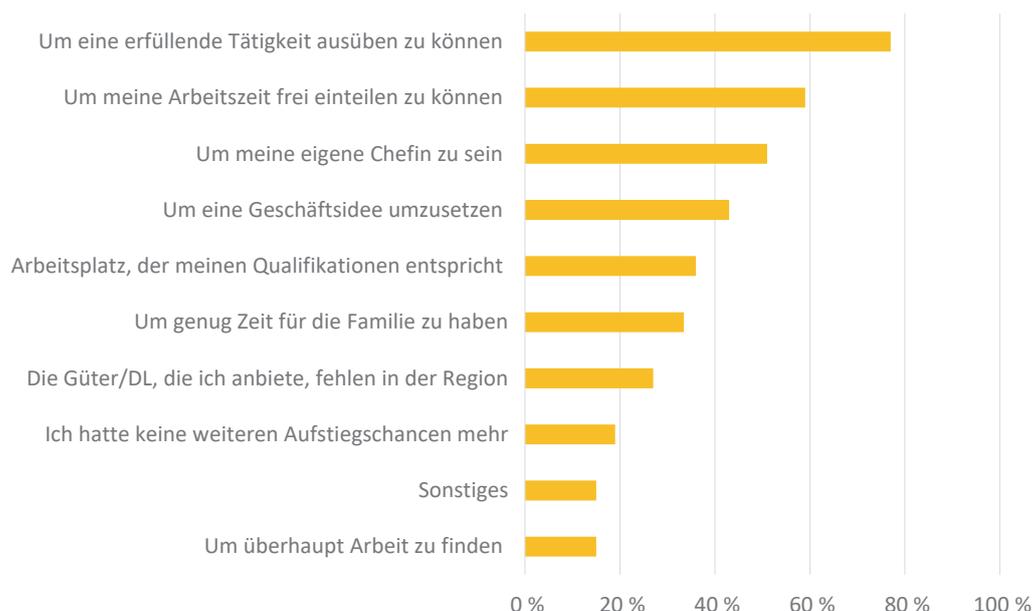
Typische Auslöser für Frauen zur Gründung

Nach den Ergebnissen der Experteninterviews gründen Frauen häufig in Verbindung mit dem Eintritt in eine neue Lebensphase und der damit verbundenen Neuorientierung: sei es mit dem Abschluss des Studiums und dem Eintritt in das Erwerbsleben, nach der Elternzeit, dem Wiedereinstieg nach einer längeren Phase der Kinderbetreuung und -erziehung ohne Erwerbstätigkeit oder auch nach dem Auszug der Kinder (bzw. deren zunehmender Selbstständigkeit). Auch eine plötzliche Arbeitslosigkeit ist Anlass für Frauen, sich mit einer Existenzgründung auseinanderzusetzen, allerdings weit weniger, als dies in der Vergangenheit noch der Fall war. Vorrangig ist es aber der Wunsch nach einer Neuorientierung im Leben, verbunden mit einer individuellen Entfaltung mit mehr Selbstbestimmung.

Selbstverwirklichung und Selbstbestimmung als Hauptmotivationsgründe

Frauen machen sich vorrangig selbstständig, um eine erfüllende Tätigkeit ausüben zu können (vgl. Abb. 27). Hierbei steht die Selbstverwirklichung im Vordergrund, der Wunsch, eigene Ideen umzusetzen, bis hin zur Verwirklichung eines Lebenstraums. Gerade in ländlichen Räumen finden Frauen auch nach Aussagen der Expertinnen und Experten häufig keinen adäquaten Arbeitsplatz, der ihren Qualifikationen entspricht und sie

Abb. 27: Gründerinnen: Warum haben Sie sich selbstständig gemacht bzw. wollen dies tun?



N = 336, Quelle: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

ausfüllt. Neben der Selbstverwirklichung ist es aber auch der Wunsch nach mehr Selbstbestimmung, d. h. Frauen wollen ihre eigene Chefin sein (vgl. Abb. 27). Dies beinhaltet sowohl Gestaltungsfreiräume und den Wunsch nach mehr Unabhängigkeit als auch eine flexible Arbeitszeiteinteilung. Nach Einschätzungen der Expertinnen und Experten haben Frauen, die in ländlichen Räumen leben, genauso wie Städterinnen, den Wunsch nach Selbstverwirklichung. Der Mut zur Selbstverwirklichung wird bei Frauen in ländlichen Räumen oft noch durch die Bedenken des familiären Umfeldes und des Freundeskreises gehemmt („Echt, das willst du tun? Mach doch lieber was Vernünftiges“).

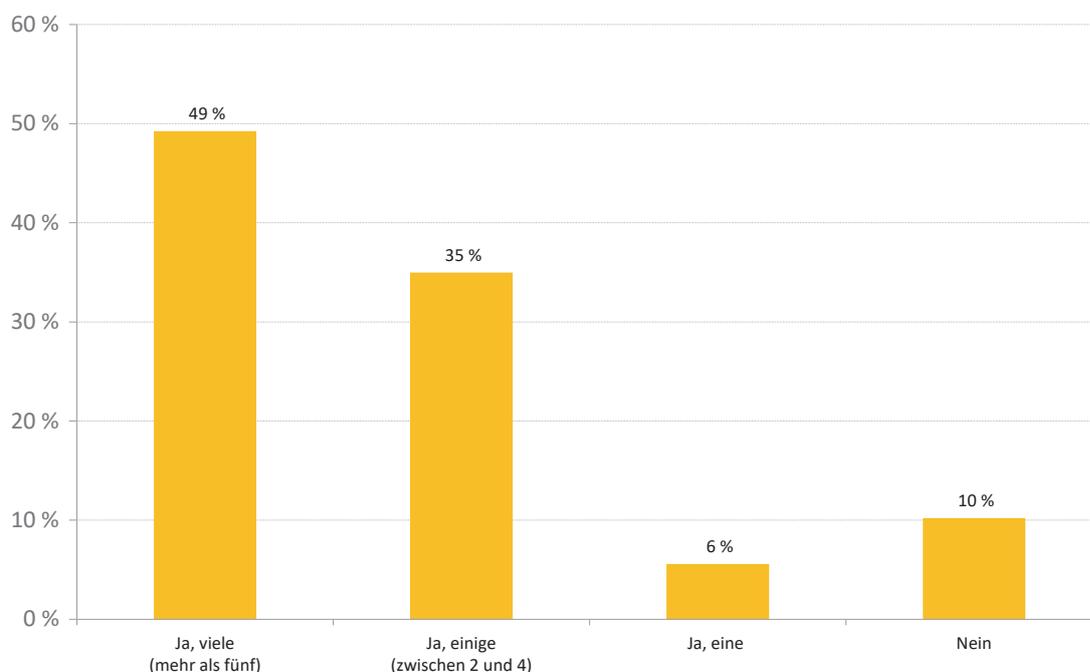
Vereinbarkeit von Familie und Beruf für ein Drittel der befragten Gründerinnen relevant

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf bzw. den Wunsch, mehr Zeit für die Familie zu haben, gibt ein Drittel der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen in ländlichen Räumen als Motivation an. Insbesondere für Frauen mit Kindern im Kleinkind- und Grundschulalter stellt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein Motiv für die Selbstständigkeit dar. In ländlichen Räumen gründen Frauen nach Aussagen von Expertinnen und Experten auch, da längere Pendelfahrten in die nächsten Oberzentren (neben der Fahrt zum Arbeitsplatz auch Pendelfahrten zwischen Kindergarten oder Schule, zu außerschulischen Bildungs- und Freizeitaktivitäten und Versorgungseinrichtungen) viele Zeitkapazitäten erfordern und damit eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf erschweren.

Fehlende Aufstiegschancen in abhängiger Beschäftigung

Die Expertinnen und Experten berichten auch, dass Frauen gründen, weil sie beruflich nicht mehr weiterkommen. In der Onlinebefragung geben dies knapp 20 % der Befragten als Motivation an („Ich hatte keine weiteren Aufstiegschancen mehr“, vgl. Abb. 27).

Abb. 28: Gründerinnen: Kennen Sie in Ihrem Umfeld selbstständige Frauen?



Aussicht auf hohes Einkommen spielt untergeordnete Rolle

Nach Aussagen der Expertinnen und Experten steht das Motiv, viel Geld zu verdienen, bei Frauen – anders als bei Männern – nicht im Vordergrund. Frauen gründen viel im (sozialen) Dienstleistungsbereich, sie wollen der Gesellschaft etwas zurückgeben. Daher ist es auch wichtig, Frauen dahingehend zu sensibilisieren, dass Selbstverwirklichung/Selbstbestimmung und die Möglichkeit, dabei Geld zu verdienen und eine finanzielle Unabhängigkeit anzustreben, sich nicht ausschließen.

Vorbilder in der Familie und im Umfeld erhöhen die Gründungsintensität

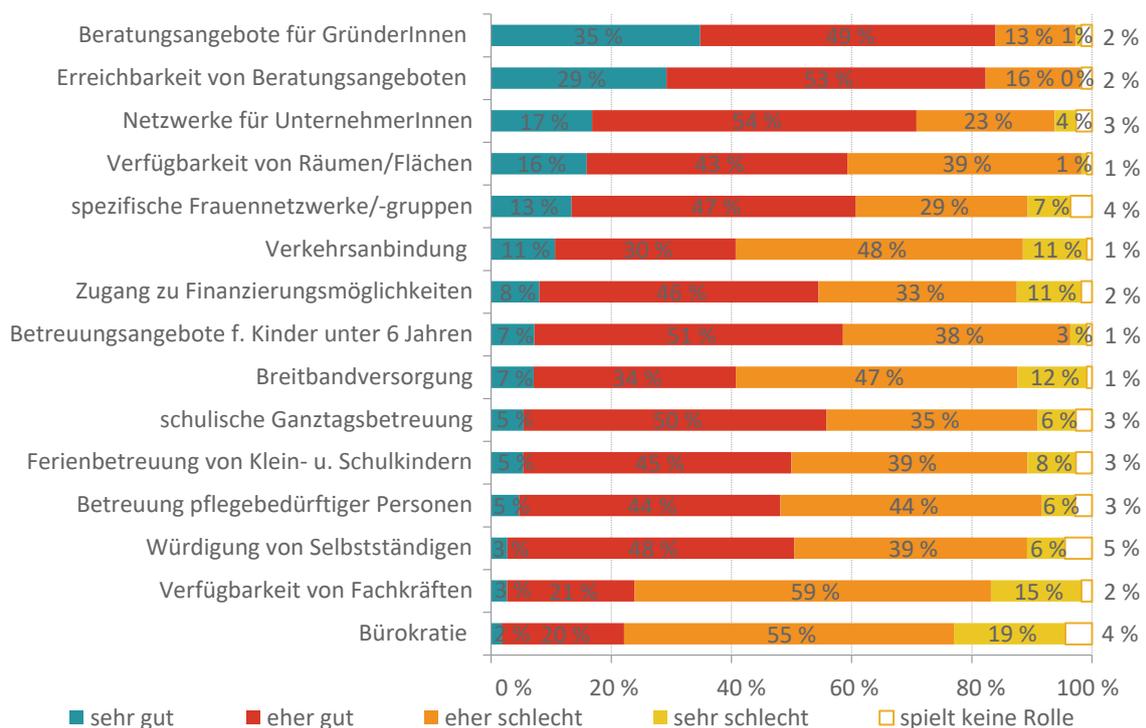
Auch Erfahrungen mit Selbstständigkeit in der eigenen Familie und der Kontakt zu weiblichen Vorbildern motivieren zur Gründung. Mehr als die Hälfte aller befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen haben Erfahrung mit Selbstständigkeit innerhalb der Familie. 90 % der Befragten kennen in ihrem Umfeld mindestens eine selbstständige Frau (vgl. Abb. 28).

5. Hemmende und fördernde Rahmenbedingungen auf dem Weg zur Gründung

In beiden Befragungen wurden sowohl die Gründungsberatungsstellen als auch die Gründerinnen gebeten, die allgemeinen Rahmenbedingungen für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen zu bewerten (vgl. die Abb. 29-32). Dabei handelt es sich primär um Faktoren, die die „harten Infrastrukturen“ des Gründungsumfeldes und -klimas beschreiben. Im folgenden Kapitel 5.2 werden dann die eher „weichen“ Faktoren, bei denen es vor allem um Einstellungen geht, beschrieben.

Die Gründungsberatungsstellen bewerten die hemmenden und fördernden Rahmenbedingungen anders als die Gründerinnen selbst (vgl. Abb. 29). Das lässt sich einerseits damit begründen, dass die Beratungsstellen stärker auch Frauen erreichen, die zwar gründungsinteressiert sind, am Ende jedoch von einer Existenzgründung absehen. Andererseits drücken sich darin auch unterschiedliche Sichtweisen zwischen Gründungsberatungsstellen und Gründerinnen aus.

Abb. 29: Gründungsberatungsstellen: Wie bewerten Sie die Rahmenbedingungen für Gründerinnen/ gründungsinteressierte Frauen in Ihrer Region?

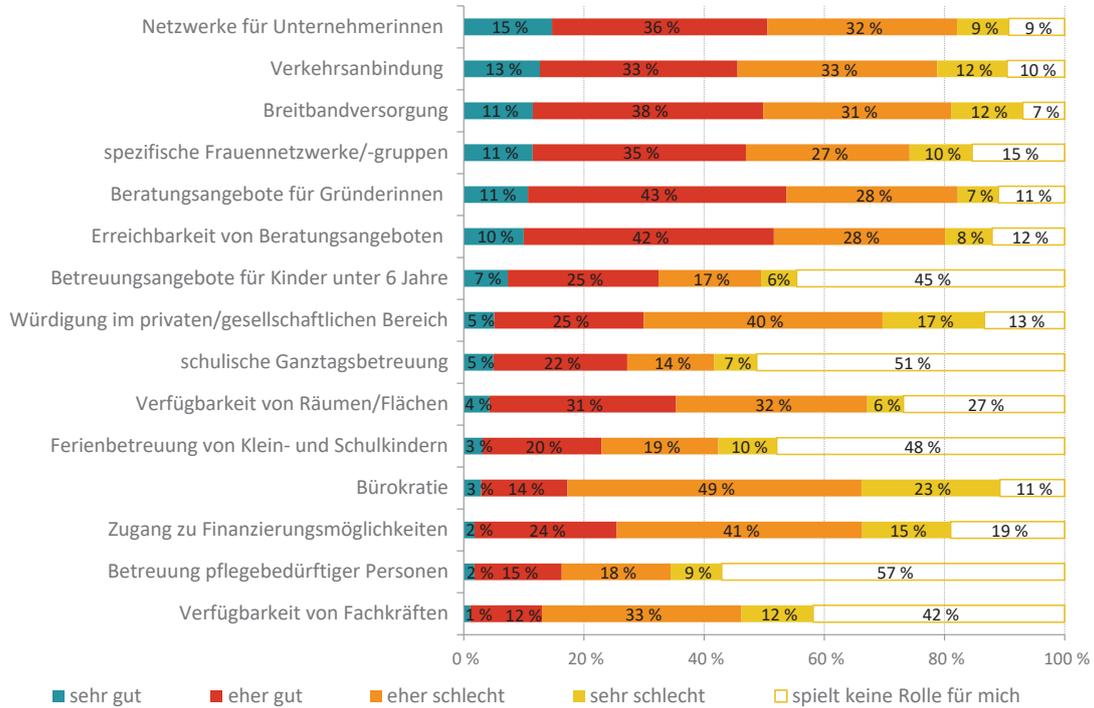


N = 108-113; die unterschiedlichen Fallzahlen kommen daher, dass nicht jede Gründungsberatungsstelle alle vorgegebenen Antwortkategorien an Rahmenbedingungen beantwortet hat.

Quelle: Onlinebefragung der Gründungsberatungsstellen, Sommer 2020

empirica

Abb. 30: Gründerinnen: Wie bewerten Sie die Rahmenbedingungen für Gründerinnen/gründungsinteressierte Frauen in Ihrer Region?



N = 277-292; die unterschiedlichen Fallzahlen kommen daher, dass nicht jede Gründerin alle vorgegebenen Antwortkategorien an Rahmenbedingungen beantwortet hat.

Quelle: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

Abb. 31: Gründungsberatungsstellen: Hemmende Faktoren für das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen

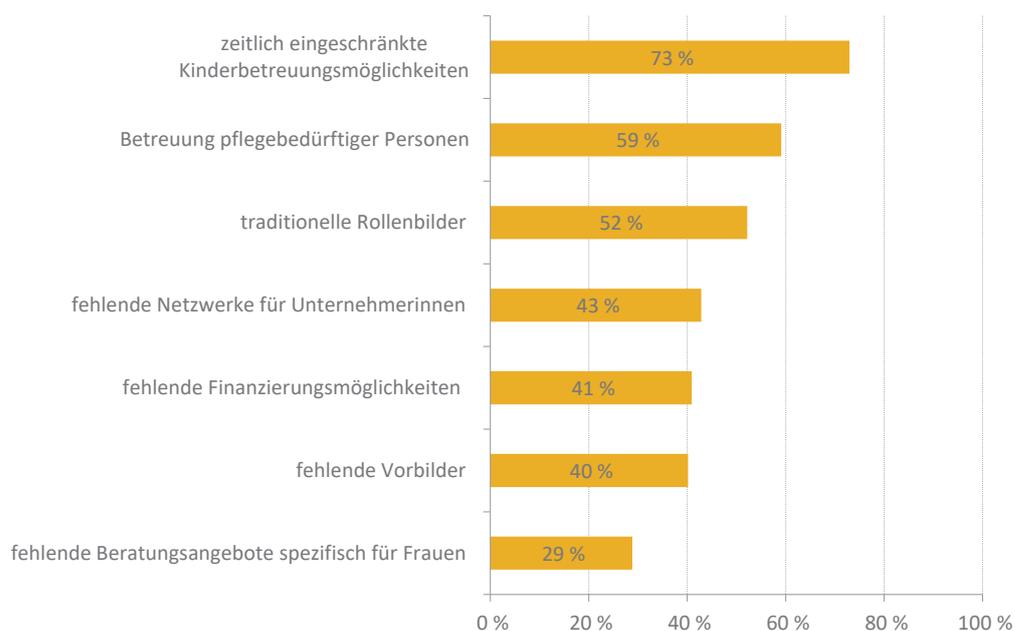


Abb. 32: Gründungsberatungsstellen: Förderliche Faktoren für das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen

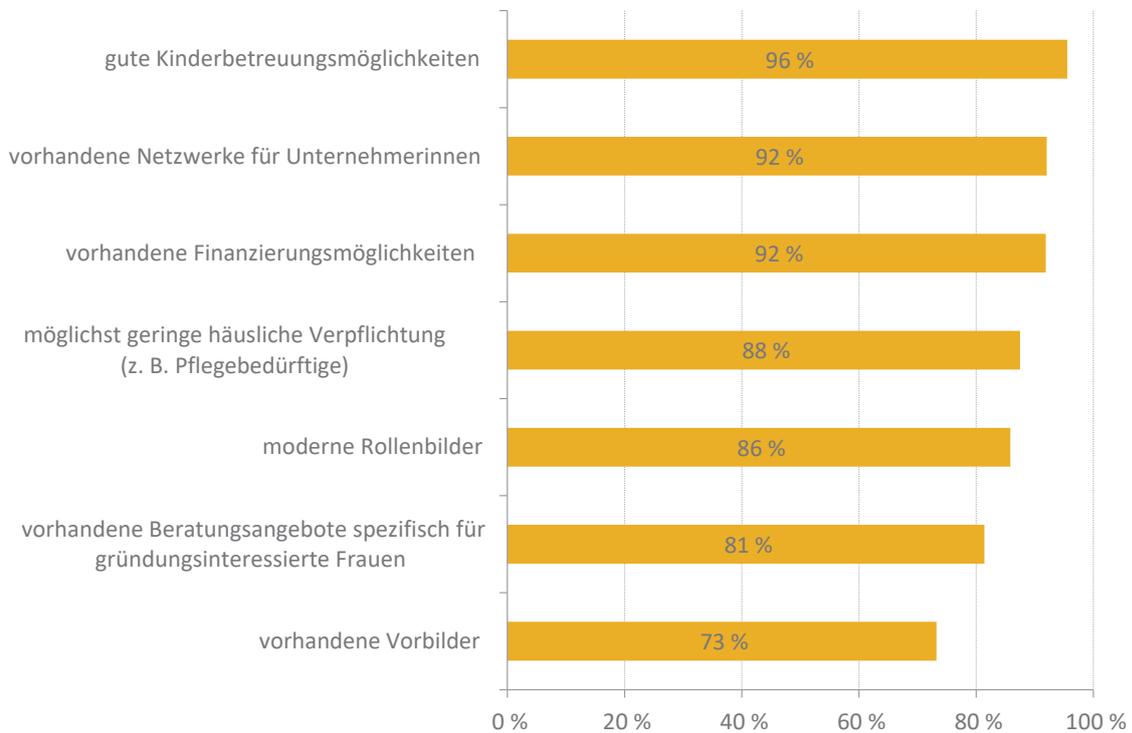


Abb. 31 und 32: N = 110-113; die unterschiedlichen Fallzahlen kommen daher, dass nicht jede Gründungsberatungsstelle alle vorgegebenen Antwortkategorien an hemmenden bzw. fördernden Faktoren mit „ja“ oder „nein“ beantwortet hat.

Quelle Abb. 31 und 32: Onlinebefragung von Gründungsberatungsstellen, Sommer 2020

empirica

5.1 Infrastrukturen und Finanzierung

Unternehmerinnen- und Frauennetzwerke

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass die Gruppe der befragten Frauen vielfach über vorhandene Netzwerke erreicht wurde. Entsprechend positiv bewerteten die befragten Frauen die vorhandenen Netzwerke für Unternehmerinnen als Rahmenbedingung für die Gründung. Gleiches gilt für spezifische Frauennetzwerke in der Region. In der Bewertung der Bedeutung von Netzwerken sind sich Gründerinnen und Gründungsberatungsstellen weitgehend einig (vgl. auch Kapitel 6).

Die Bedeutung von Netzwerken für Gründerinnen hat mehrere Dimensionen. Die Antworten aus der Onlinebefragung der Gründerinnen sowie aus den Experteninterviews betonen sowohl die Bedeutung von familiären Netzwerken als auch von Freundeskreisen für die Gründungsintensität und für die Vorbildfunktion (vgl. Kapitel 4.3). Die Einbindung in Netzwerke mit vielen Selbstständigen und Existenzgründerinnen und -gründern erhöht über die Vorbildfunktion hinaus die Wahrscheinlichkeit, selbst zu gründen. Netzwerke sind zudem gerade in der Anfangsphase der Gründung über den Kundenaufbau und die Kundenbindung essenziell für den unternehmerischen Erfolg. Schließlich haben gerade Netzwerke für Frauen eine wesentliche Bedeutung als Mutmacher, Unterstützer und Förderer. Dabei bilden Frauennetzwerke einen geschützten Raum, in dem die Vertrauensbasis ausgeprägter ist.

Verkehrsanbindung

Die mangelnde Erreichbarkeit von zentralen Einrichtungen der Daseinsvorsorge, zumindest mit öffentlichen Verkehrsmitteln, gilt als eines der wesentlichen strukturellen Defizite des ländlichen Raumes (vgl. Raumordnungsbericht 2017). Die Gründerinnen selbst bewerten die „allgemeine“ Verkehrsanbindung im Vergleich aller Rahmenbedingungen aber relativ gut. Zugleich ist die Verkehrsanbindung für die meisten der befragten Gründerinnen als Rahmenbedingung auch nicht unbedeutend: Nur für zehn Prozent der befragten Gründerinnen spielt sie im Rahmen ihrer Gründung keine Rolle, fast 46 % bewerten die Verkehrsanbindung in ihrer Region als „sehr gut“ oder „eher gut“ (vgl. Abb. 30). Damit unterscheiden sie sich in der Bewertung von den Gründungsberatungsstellen, die die Verkehrsanbindung etwas kritischer sehen (41 %). Die im ländlichen Raum lebenden Menschen wissen in der Regel um die Defizite in der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie die größeren Entfernungen zu Kundinnen und Kunden. In der Regel stellen sie sich mit ihrer Existenzgründung auf diese Rahmenbedingung ein.

Nicht umsonst werden die Digitalisierung und die damit verbundene zunehmende Ortsunabhängigkeit der einzelnen Tätigkeiten von den Expertinnen und Experten als Chance für den ländlichen Raum beschrieben. Der hohe Anteil von Gründungen in den Bereichen der Informations- und Kommunikationstechnologie und des Grafik- und Kommunikationsdesigns (vgl. Kapitel 4.2 und Abb. 21) ist nach den Meinungen der Expertinnen und Experten Ausdruck dafür, dass die Chancen auch von den Gründerinnen im ländlichen Raum zunehmend gesehen und ergriffen werden.

Breitbandversorgung und Verfügbarkeit von Räumen und Flächen

Die Digitalisierung ermöglicht in vielen Bereichen und Branchen eine zunehmende Ortsunabhängigkeit der Tätigkeit. Sie eröffnet damit neue Entwicklungschancen für den ländlichen Raum, weil die Digitalisierung die schlechtere Erreichbarkeit kompensieren kann. Voraussetzung dafür ist eine angemessene Breitbandversorgung in der Fläche, gerade auch im ländlichen Raum. Diese wird – gemessen an der öffentlichen Diskussion dieses Themas im ländlichen Raum in Politik, Fachöffentlichkeit und Wissenschaft und an der Bewertung der Gründungsberatungsstellen – durch die Existenzgründerinnen selbst vergleichsweise positiv bewertet. Hier dürfte eine ähnliche Argumentation wie bei der Verkehrsanbindung gelten. In Regionen mit schlechter Breitbandversorgung erfolgen erst keine Gründungen, die auf eine gute Breitbandversorgung angewiesen sind. Auch die Expertengespräche bestätigen die je nach Region sehr unterschiedlichen Qualitäten in der Breitbandversorgung der ländlichen Räume.

Zudem eröffnet die Digitalisierung gerade für Frauen im ländlichen Raum neue Möglichkeiten: Sie reichen von der Aufnahme einer Erwerbstätigkeit, einer Zunahme beruflicher Alternativen bis hin zu einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf (vgl. ASG et al. 2018). Damit besteht aber gleichzeitig die Gefahr, dass sich die traditionelle Rollenverteilung zwischen Frauen und Männern im ländlichen Raum durch die Digitalisierung eher verfestigt. Gleichwohl gilt: Soll eine flächendeckende Chancengerechtigkeit unter den potenziellen Gründerinnen mit Blick auf Tätigkeiten und Branchen, die auf eine gute Breitbandversorgung angewiesen sind, erreicht werden, bedarf es auch einer flächendeckenden angemessenen Breitbandversorgung aller ländlichen Räume.

Die Verfügbarkeit von Räumen und Flächen wurde in den Gesprächen vereinzelt thematisiert, wobei die Einschätzung immer mit dem Zusatz erfolgte, dass die Verfügbarkeit und die Preise von Flächen im Vergleich zum städtischen Raum eher eine Stärke des ländlichen Raumes sind. Wenn in diesem Bereich ein Defizit erkannt wurde, ging es eher um spezifische physische Räume für Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum. Diese gibt es häufig in den Städten, aber noch gar nicht oder nur sehr wenig im ländlichen

Raum. Gemeint sind physische Begegnungsräume und Treffpunkte, wo Frauen mit ihrer Idee zum Austausch hingehen können, aber vor allem auch zur Arbeit.

Beratungsangebote

Die Bewertung von Unterstützungs- und Beratungsangeboten als Rahmenbedingung divergiert etwas zwischen den Gründerinnen und Gründungsberatungsstellen. Während die Gründungsberatungsstellen sich selbst als Rahmenbedingungen für Gründerinnen in ländlichen Räumen sowohl hinsichtlich der Angebote selbst als auch der Erreichbarkeit ein gutes Zeugnis ausstellen, bewerten die Gründerinnen die Beratungsangebote zwar nicht schlecht, aber durchaus kritischer. Auf diesen Aspekt wird gesondert im Kapitel 6 eingegangen.

Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten

Die Bewertungen des Zugangs zu Finanzierungsmöglichkeiten differiert zwischen Gründerinnen und Gründungsberatungsstellen ähnlich wie die zu den Beratungsangeboten und deren Erreichbarkeit. Aus Sicht der Gründungsberatungsstellen ist dieser weniger problematisch als für die Gründerinnen, wobei der Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten für nahezu jede fünfte Gründerin keine Rolle spielt. Dies spiegelt den hohen Anteil von Gründungen ohne Fremdkapitaleinsatz wider.

Nach Aussagen der Expertinnen und Experten besteht die Problematik beim Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten von Existenzgründerinnen in den häufig vergleichsweise geringen Kreditbeträgen, die Gründerinnen beantragen und die Geldhäuser ungern ausreichen, sowie im eher zurückhaltenden Auftreten von Frauen bei der Präsentation ihres Businessplans gegenüber den Banken und Sparkassen. Frauen tun sich schwerer bei der Überzeugung der Geldinstitute von ihrer Geschäftsidee. Diese Probleme werden unterschiedlich beurteilt. Einerseits vertreten viele Expertinnen und Experten die Meinung, dass mit Ausdauer und mehreren Versuchen bei unterschiedlichen Geldinstituten eine gute Geschäftsidee nicht an der Finanzierung scheitert, weil sich in diesem Fall immer ein finanzierendes Institut findet – wenn nicht beim ersten, so doch beim zweiten oder dritten Versuch. Genau dies ist jedoch aus Sicht anderer Expertinnen und Experten ein zentrales Problem, weil viele Frauen wegen mangelnder Selbstsicherheit nicht hartnäckig genug sind und nach einer ersten Absage bereits aufgeben. Hinzu kommt, dass Frauen häufig nicht längerfristig planen, auch mit Blick auf die Finanzierungserfordernisse. Banken und Sparkassen finanzieren aber lieber langfristig als mehrmals neu in jeweils sehr kleinem Rahmen.

Verfügbarkeit von Fachkräften

Die Verfügbarkeit von Fachkräften wird sowohl von den Gründerinnen als auch von den Gründungsberatungsstellen unter allen Rahmenbedingungen mit am schlechtesten bewertet. Obwohl die Unternehmen weiblicher Gründerinnen im Vergleich zu denen von Männern häufig langsamer wachsen bzw. die (Neben-)Gründung gar nicht auf Wachstum ausgelegt ist – entsprechend sagen 40 % der Gründerinnen, dass diese Rahmenbedingung keine Rolle spielt –, ist der Mangel an Fachkräften auch in ländlichen Räumen mittlerweile ein wesentliches Hemmnis für viele Unternehmen und Gründerinnen, ihr Wachstumspotenzial voll auszuschöpfen.

Bürokratie

Hohe bürokratische Hürden und Auflagen bewerten beide befragten Gruppen als Rahmenbedingung für die Gründung eher schlecht. Dieser Aspekt darf nicht unterschätzt werden, wenn die Gründungsintensität auch von Frauen in ländlichen Regionen gesteigert werden soll. Alle befragten Expertinnen und Experten betonen, dass es zumeist niedrighwelliger Angebote bedarf, um die Gruppe der gründungsinteressierten

Frauen im ländlichen Raum zu erreichen. Das gilt genauso für die mit der Gründung verbundenen Auflagen, insbesondere wenn es sich, wie bei vielen Frauen, um Gründungen im kleineren Maßstab handelt. Bei hohen Auflagen fallen Aufwand und Ertrag schnell auseinander. In der Befragung der Gründerinnen ist die Bürokratie als Abbruchfaktor kein dominierender Aspekt, wird aber von vielen Gründerinnen gerade auf dem Weg zur Gründung als wesentlicher Hemmfaktor immer wieder betont.

5.2 Rollenbilder und Einstellungen

Auch bei diesen eher weichen Faktoren, bei denen es vor allem um Einstellungen geht, wurden im Rahmen der Onlinebefragungen sowohl die Gründungsberatungsstellen als auch die Gründerinnen gebeten, die Rahmenbedingungen für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen zu bewerten.

Traditionelle Rollenbilder beeinflussen immer noch die Erwerbstätigkeit und das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen

Traditionelle Rollenbilder gehen davon aus, dass Frauen zu Hause bleiben und sich primär um die Erziehung der Kinder und um den Haushalt kümmern, während der Mann für die Erwerbstätigkeit zuständig ist; die berufliche Karriere der Frau hat demnach einen geringen Stellenwert (vgl. Datenreport 2018). Trotz höherer Bildungsabschlüsse von Frauen und obwohl immer mehr Männer Verantwortung im Haushalt und in der Kinderbetreuung übernehmen, beeinflussen traditionelle Rollenbilder immer noch die Erwerbstätigkeit von Frauen in ländlichen Räumen. Die BMEL-Dorfstudie sowie einige der befragten Expertinnen und Experten bestätigen eine weiterhin hohe Familienorientierung bei Frauen in ländlichen Räumen. Dies zeigt sich auch in der hohen Teilzeitquote von Frauen. In ländlichen Räumen übernehmen Familien oft nach der Geburt des ersten Kindes alte Rollenmuster. Dies zeigt auch der hohe Anteil an Frauen (fast 30 %), die als Grund für das Beenden der Selbstständigkeit die Unvereinbarkeit von Familie und Beruf angeben, dies aber nicht auf eine eingeschränkte Betreuungszeit beziehen (vgl. Kapitel 4.1). Insbesondere Frauen in ländlichen Räumen wird eine hohe Familienorientierung zugeschrieben (vgl. Tuitjer 2015).

Auch 86 % der befragten Gründungsberatungsstellen gehen davon aus, dass moderne Rollenbilder Gründungen von Frauen in ländlichen Räumen fördern (vgl. Abb. 29). Gemeint ist damit eine gleichberechtigte Verteilung der Aufgaben im Haushalt und bei der Kinderbetreuung zwischen Mann und Frau, damit beide eine berufliche Karriere verfolgen können. Knapp 90 % der befragten Gründungsberatungsstellen gaben an, dass es in ihrer Region keine öffentliche Auseinandersetzung mit Rollenerwartungen und Geschlechterstereotypen zur Förderung von Existenzgründungen von Frauen gibt. Hier besteht also weiterhin Handlungsbedarf.

Zeitlich eingeschränkte Betreuungszeiten hemmen aus Sicht der Gründungsberatungsstellen immer noch das Gründungsverhalten von Frauen

Aus Sicht der Gründungsberatungsstellen sind zeitlich eingeschränkte Kinderbetreuungsmöglichkeiten sowie die Notwendigkeit, pflegebedürftige Personen zu betreuen, die größten Hemmnisse im Hinblick auf das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen (vgl. Abb. 31). Beide Aspekte spielen bei den befragten Gründerinnen selbst als hemmende Faktoren keine dominante Rolle. Aus ihrer Sicht sind es vielmehr der fehlende Mut und die fehlenden Vorbilder.

Das Kinderbetreuungsangebot ist allerdings auf dem Land nicht wirklich schlechter als in Städten. Die Betreuungsquote der unter Dreijährigen ist im ländlichen Raum sogar mit 40 % etwas höher als im städtischen

Raum (37 %). Allerdings sind die Unterschiede nicht Ausdruck der Siedlungsstruktur, sondern eines Ost-West-Gefälles (neue Bundesländer: 57 %, alte: 30 %). Die Betreuungsquote der Drei- bis unter Sechsjährigen (rund 90 %) unterscheidet sich kaum zwischen den Siedlungsstrukturen. Sie ist im Osten etwas höher als im Westen (vgl. Destatis).

Auch knapp 60 % der befragten Gründungsberatungsstellen bewerten das Betreuungsangebot für Kinder unter sechs Jahren in ihrer Region als „eher gut“ bis „sehr gut“. Vergleichbar gut bewerten die befragten Existenzgründerinnen die Betreuungssituation. Für nahezu die Hälfte von ihnen spielt die Betreuungssituation für Kinder unter sechs Jahren als Rahmenbedingung der Existenzgründung keine Rolle, weil sie nicht auf eine Kinderbetreuung angewiesen sind. Von den verbleibenden Existenzgründerinnen bewerten ebenfalls 60 % die Situation als „gut“ oder „eher gut“ und 40 % als „eher schlecht“ oder „sehr schlecht“ (vgl. Abb. 30). Selbst Existenzgründerinnen mit Kindern unter sechs Jahren bewerten die Betreuungssituation für Kinder unter sechs Jahren nicht schlechter als alle Existenzgründerinnen.

Für rund 40 % der Existenzgründerinnen mit schulpflichtigen Kindern spielt die schulische Ganztagsbetreuung keine Rolle. Sofern sie eine Rolle spielt, wird sie von den Existenzgründerinnen mit schulpflichtigen Kindern zu 60 % als „gut“ oder „eher gut“ bewertet. Diese Bewertung spiegelt den hohen Anteil von Existenzgründerinnen in Teilzeit wider, die in geringerem Maß auf eine Ganztagsbetreuung angewiesen sind als erwerbstätige Personen in Vollzeitbeschäftigung.

Die Bewertung der Betreuungssituation ist auch im Kontext der Reaktion der Existenzgründerinnen auf diese exogenen Rahmenbedingungen zu betrachten. In der Regel ist ihnen die Betreuungssituation vor Ort bekannt. Sie können die exogene Bedingung selbst nicht ändern, sondern nur ihr Verhalten der Bedingung anpassen. Aus diesem Grund wählen Frauen die Selbstständigkeit häufig deshalb, weil sie im Vergleich zur abhängigen Beschäftigung eine höhere Flexibilität bietet und sich Familie und Beruf besser vereinbaren lassen (vgl. Kapitel 4.3). Es ist deshalb nicht ausgeschlossen, dass eine verbesserte Betreuungssituation das Verhalten der Existenzgründerinnen ändert und beispielsweise mehr in Vollzeit gegründet wird. Allerdings steht dem auch entgegen, dass die Mehrzahl der Existenzgründerinnen mit Kindern die Betreuungssituation als (eher) gut bewertet und die Gründung im Nebenerwerb vor allem Ausdruck der Risikominimierung und weniger der unzureichenden Kinderbetreuungssituation ist.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird von traditionellen Rollenbildern beeinflusst

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist jedoch nicht nur von den Betreuungsangeboten und -zeiten für Kinder oder pflegebedürftige Familienangehörige abhängig, sondern vielmehr von den traditionellen Rollenbildern in ländlichen Räumen. So übernehmen Frauen auch nach der Gründung die Hauptverantwortung für die Sorgearbeit innerhalb der Familie (Putzen, Waschen, Kochen, Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen, Terminkoordination etc.); eine Übernahme von Aufgaben durch die Ehemänner erwartet nur eine Minderheit. Viele Frauen haben ihre Erwerbstätigkeit daher zeitlich eingeschränkt (vgl. auch Kapitel 2.2).

Vereinbarkeit von Familie und Beruf kein Hemmnis aus Sicht der Mehrzahl der Gründerinnen

Fast zwei Drittel der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen (64 %) bejahen, dass sich die Selbstständigkeit mit ihren Familienaufgaben vereinbaren lasse; nur 15 % geben an, dass sie nicht mit den Familienaufgaben vereinbar sei (für 21 % spielt es derzeit keine Rolle). In den Experteninterviews wird bestätigt, dass für Frauen, die sich bereits für eine Selbstständigkeit bzw. eine Gründung entschieden haben, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf organisierbar ist. Vielen Frauen erleichtert die Selbstständig-

keit bzw. Gründung sogar die Möglichkeit, Familie und Beruf zu vereinbaren, da die Zeiteinteilung flexibler erfolgen kann und häufig lange Fahrtwege zum Arbeitsplatz wegfallen. Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist in diesem Zusammenhang eher ein Hemmnis für abhängig beschäftigte Frauen; Gründerinnen machen sich dagegen teils deshalb selbstständig, um Familie und Beruf vereinbaren zu können (vgl. auch Kapitel 4.3).

Vereinbarkeit von Familien und Beruf ist Hemmnis für einen kleinen Teil der Gründerinnen

Die Ergebnisse sind insoweit nicht überraschend, als auch die Gruppe der Gründerinnen in ländlichen Räumen sehr heterogen ist. Nach Aussagen der Expertinnen und Experten orientieren sich viele Gründerinnen mit Eintritt in eine neue Lebensphase beruflich noch einmal um (z. B. Elternzeit, Erwachsenwerden der Kinder; vgl. Kapitel 4.2). Für Gründerinnen, die sich erst nach dem Erwachsenwerden der Kinder selbstständig machen, ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf weniger relevant. Dabei macht es keinen Unterschied, ob es sich um eine Gründerin oder um eine gründungsinteressierte Frau handelt. Für viele dieser Frauen spielt die Betreuungssituation für Kinder als Rahmenbedingung für die Gründung dann keine Rolle mehr. Gleichwohl gibt es aber auch Frauen, für die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein Hemmnis darstellt. Frauen mit Kindern nennen zu elf Prozent eine schwierige Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder eine nicht ausreichende Kinderbetreuung als eines der größten Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung. 33 % der befragten Gründungsinteressierten mit Kindern im Haushalt geben an, dass sie durch die Kindererziehung keine Zeit zum Gründen hatten.

Fehlender Mut und fehlende Vorbilder hemmen das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Räumen

Frauen fehlt es oft an Mut, ihre Idee für eine Existenzgründung umzusetzen. Die Erfahrungen der Expertinnen und Experten zeigen, dass gründungsinteressierte Frauen sich eine Selbstständigkeit häufig nicht zutrauen. Viele Frauen sind weniger risikobereit, und die Angst zu scheitern ist groß. Aus Sicht der Expertinnen und Experten stellt dies prinzipiell keinen Unterschied zwischen Stadt und Land dar. Insbesondere in ländlichen Räumen würden aber Vorbilder fehlen, die davon berichten können, warum und aus welchen Gründen sie Unternehmerinnen geworden sind. Solche Vorbilder bräuchte es jedoch, um anderen Frauen Mut zu machen. Hingegen gibt es in ländlichen Räumen mehr „Bedenkenträger“ im nahen Umfeld der gründungsinteressierten Frauen, die weiter verunsichern als ermutigen (z. B. „Ach, das willst du tun? Willst du nicht lieber was Vernünftiges machen?“).

Dies bestätigen auch die beiden Onlinebefragungen. Nur die Hälfte der befragten Gründungsberatungsstellen bewerten die Würdigung von Unternehmerinnen in ihrer Region als „sehr gut“ bis „eher gut“, bei den befragten Gründerinnen bewerten dies sogar nur knapp ein Drittel so (vgl. Abb. 29 und 30). Drei Viertel aller befragten Gründungsberatungsstellen gehen davon aus, dass Vorbilder für Frauen das Gründungsverhalten fördern können.

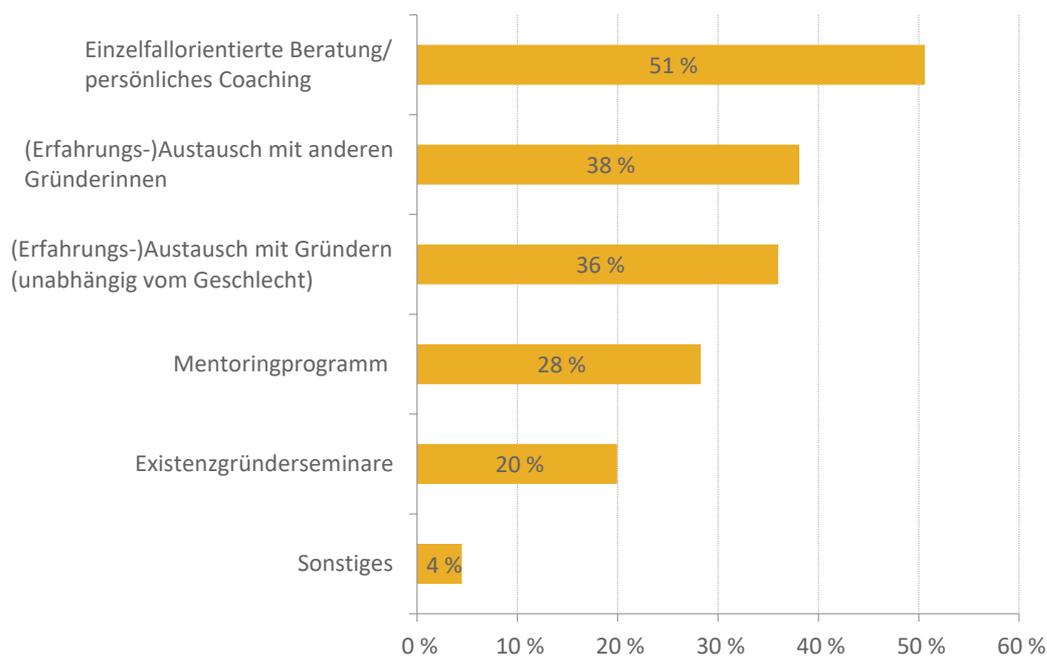
6. Netzwerke und Beratung: Angebote und Bedarfe

Beratungsformen: Gründerinnen wünschen sich persönliche Coachings und einen Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerke)

60 % der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen haben bereits ein Beratungsangebot zur Existenzgründung in Anspruch genommen. Die Mehrheit hat an Existenzgründerseminaren teilgenommen (40 %), knapp ein Viertel an einem persönlichen Coaching. Aus Sicht der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen sind persönliche Coachings (51 %) und der (Erfahrungs-)Austausch (Netzwerke) mit anderen Gründerinnen und Gründern am hilfreichsten (vgl. Abb. 33).

65 % der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen tauschen sich bereits mit anderen Gründerinnen und Gründern aus. Nur 13 % haben kein Interesse an einem Austausch mit anderen Gründerinnen oder Gründern.

Abb. 33: Gründerinnen: Welche Form von Beratungsangeboten würde Ihnen am meisten helfen?



N = 263

Quelle: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

Als Anbieter nutzen die befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen vor allem Angebote von Wirtschaftsförderungen, IHKs, Existenzgründungsagenturen, aber auch von LandFrauenverbänden oder den Kontaktstellen Frau und Beruf. Ein Großteil der Befragten ist über eine gezielte Recherche auf das Beratungsangebot aufmerksam geworden (41 %). Für 84 % aller befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen stellten die Entfernung oder der Zeitpunkt der Angebote kein Hemmnis für die Inan-

spruchnahme dar. Dennoch ist es aus Sicht der Expertinnen und Experten für Frauen in ländlichen Räumen mit einer weniger dichten Angebotsstruktur schwieriger als in Städten, ein Beratungsangebot in Anspruch zu nehmen oder regelmäßig an Netzwerktreffen teilzunehmen. Die Anfahrtswege bedeuten mehr Aufwand. Aus Sicht der Expertinnen und Experten erreichen die vorhandenen Beratungsangebote nicht die Gruppe der gründungsinteressierten Frauen, die noch keine konkrete Geschäftsidee haben. Frauen ohne konkrete Geschäftsidee nutzen in dieser Phase der Unsicherheit noch keine klassischen Beratungsangebote zur Existenzgründung von IHKs, HWKs oder Wirtschaftsförderungen. Aus Sicht der Expertinnen und Experten braucht es hier niederschwellige Angebote, die ihren Fokus eher im Bereich einer Vorgründungs-/Sensibilisierungsberatung haben.

Drei Viertel aller Befragten interessieren sich für digitale Beratungsangebote – allerdings eher als Ergänzung zu persönlichen Angeboten oder als Alternative, falls es überhaupt kein Beratungsangebot vor Ort gibt. Nach Aussagen der Expertinnen und Experten haben das Interesse und vor allem die Akzeptanz gegenüber digitalen Angeboten durch die aktuellen Erfahrungen in der Coronapandemie zugenommen.

Beratungsthemen: Gründerinnen haben besonderes Interesse an rechtlichen und finanziellen Fragestellungen

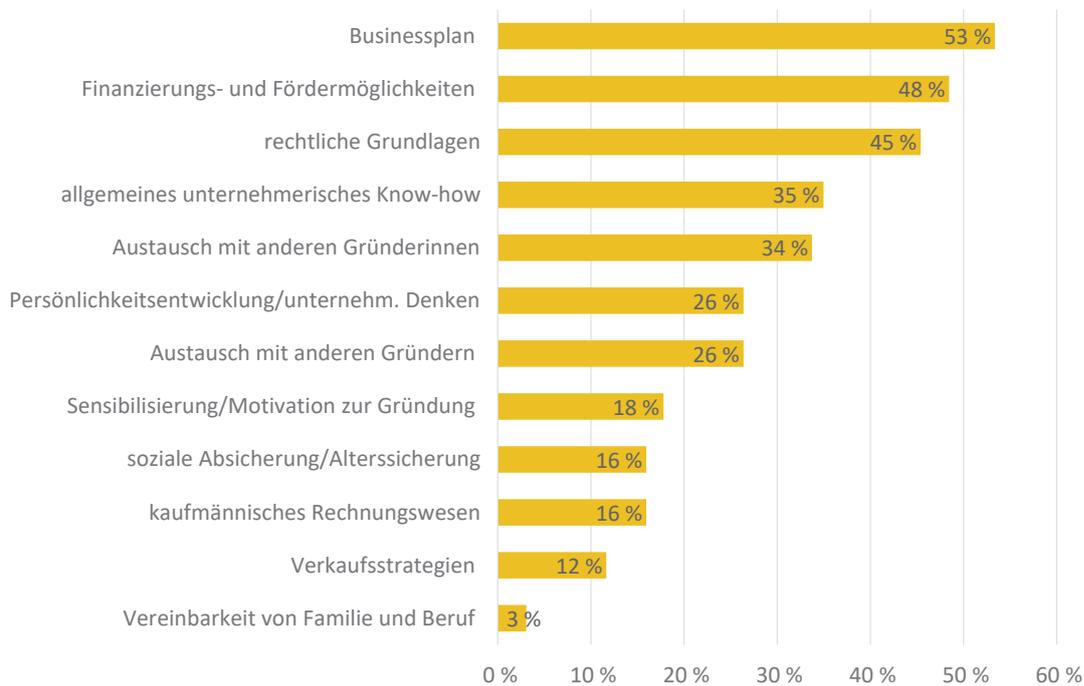
Die Beratungsthemen unterscheiden sich nach Aussagen der Expertinnen und Experten nicht zwischen Stadt und Land. Unterschiede gibt es demnach eher zwischen der Beratung von Frauen und Männern. Bei Frauen stehe eher der Lebensweltbezug im Vordergrund (Vereinbarkeit von Familie und Beruf vor dem Hintergrund der Zeitsouveränität, vgl. Kapitel 5.2). Auch die Themen soziale Absicherung und Alterssicherung würden häufiger nachgefragt als von Männern. Zudem sei der Kapitalbedarf bei Frauen meist geringer als bei Männern.

Am häufigsten haben die befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen bereits an Beratungsangeboten zu den Themen Businessplan (53 %), Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten (48 %) sowie rechtliche Grundlagen (45 %) teilgenommen. Beratungsangebote zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurden von den befragten Gründerinnen kaum in Anspruch genommen (vgl. Abb. 34).

Bei der Frage, welche Themenbereiche für die befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen von besonderem Interesse sind, spielen der Businessplan sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Vergleich zu den anderen genannten Themen eine etwas geringere Rolle (vgl. Abb. 35). Dennoch haben die beiden Themen für immerhin 69 % (Businessplan) bzw. 67 % (Vereinbarkeit von Familie und Beruf) der befragten Frauen eine hohe oder mittlere Bedeutung. Laut der befragten Expertinnen und Experten kommen die meisten Frauen mit Fragen rund um die rechtlichen Grundlagen zur Gründungsberatung. Hier besteht ein großer Beratungsbedarf bei den Frauen zur Sicherung eines langfristigen Erfolgs von Existenzgründungen. Das Thema Businessplan hat gemäß der befragten Expertinnen und Experten aus Sicht der Frauen eine schwächere Bedeutung. Die Erfahrungen der Expertinnen und Experten belegen, dass eine Existenzgründung nicht an rechtlichen Grundlagen scheitert. Aus ihrer Sicht ist es aber ohne einen professionellen Businessplan schwer, den wirtschaftlichen Erfolg einer Existenzgründung zu bewerten. Dieser sollte daher ein fester Bestandteil der Beratung sein.

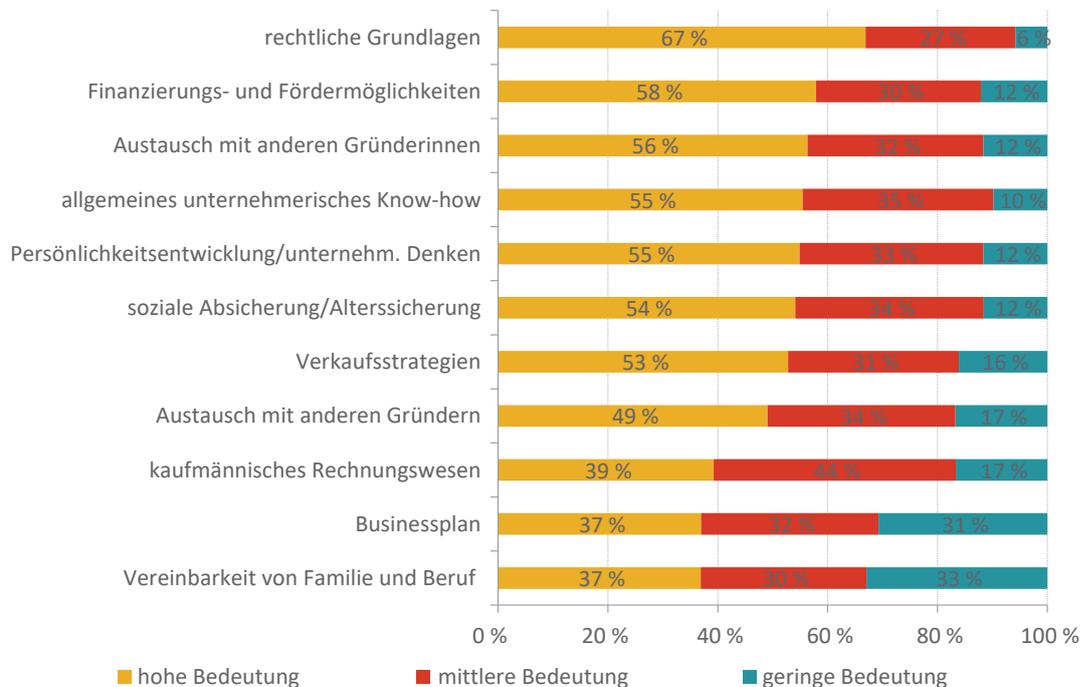
Rund drei Viertel der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen wünschen sich eine finanzielle Unterstützung in Form von Zuschüssen oder Zulagen. Die Verbesserung der Kinderbetreuung, finanzielle Unterstützung in Form von Krediten oder Unterstützung bei der Suche nach geeigneten Räumen sind nur für rund ein Viertel der Befragten von Interesse.

Abb. 34: Gründerinnen: Zu welchem Thema haben Sie ein Beratungsangebot in Anspruch genommen?



N = 163, Mehrfachnennungen möglich

Abb. 35: Gründerinnen: Welche Themenbereiche sind für Sie von besonderem Interesse?



N = 252-278, Mehrfachnennungen möglich

Quellen Abb. 34 und 35: Onlinebefragung von Gründerinnen, Sommer 2020

empirica

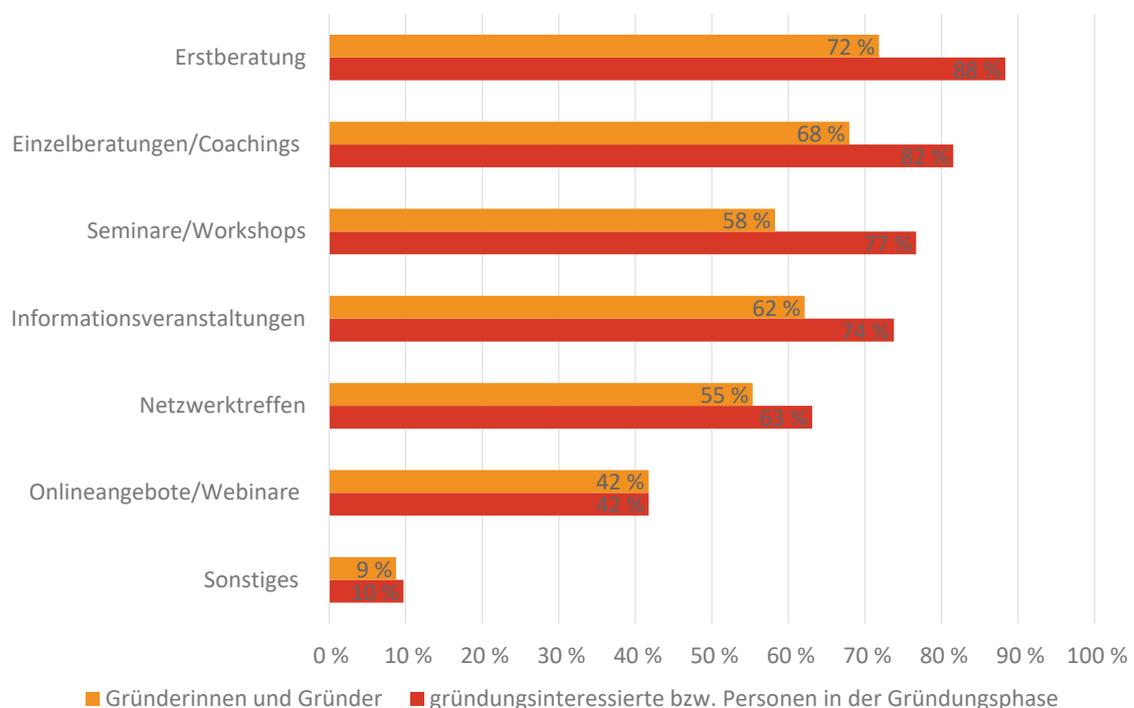
Beratungsformen: Organisation eines Erfahrungsaustausches ist noch nicht im Fokus der Gründungsberatungsstellen

Mehr als drei Viertel aller befragten Gründungsberatungsstellen bieten telefonische und persönliche Erstberatungen, persönliche Coachings, Seminare/Workshops oder auch Informationsveranstaltungen für Gründungsinteressierte bzw. Personen in der Gründungsphase an. Netzwerktreffen führen hingegen nur rund die Hälfte aller befragten Beratungsstellen durch. Onlineangebote bieten 42 % an. Solche Formate werden auch für etablierte Gründerinnen und Gründer angeboten, aber seltener (vgl. Abb. 36). Spezielle Beratungs- und Unterstützungsangebote für Gründerinnen oder gründungsinteressierte Frauen bieten nur 35 % der befragten Gründungsberatungsstellen an.

Insbesondere bei den befragten IHKs, HWKs und Wirtschaftsförderungen spielen frauenspezifische Gründungsberatungsangebote nur eine untergeordnete Rolle. Dies wird oft damit begründet, dass frauenspezifische Beratungen aufgrund der geringen Nachfrage nicht wirtschaftlich darstellbar wären, d. h. die geringen Teilnehmerzahlen von Frauen rechtfertigten keine separaten Angebote für Frauen.

Nach Aussagen der Expertinnen und Experten unterscheidet sich die Beratungsinfrastruktur für Existenzgründungen nicht unbedingt zwischen Stadt und Land. Vielmehr zeigen sich große Unterschiede zwischen ländlichen Regionen. Während einige ländliche Regionen nach Aussagen der Expertinnen und Experten sehr gut aufgestellt und auch vernetzt sind (z. B. Landkreis Oldenburg), gibt es andere ländliche Regionen mit nur wenigen Angeboten. Die Unterschiede zwischen Städten sind aus Sicht der Expertinnen und Experten nicht so groß.

Abb. 36: Gründungsberatungsstellen: Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote bieten Sie an?



N = 103, Mehrfachnennungen möglich

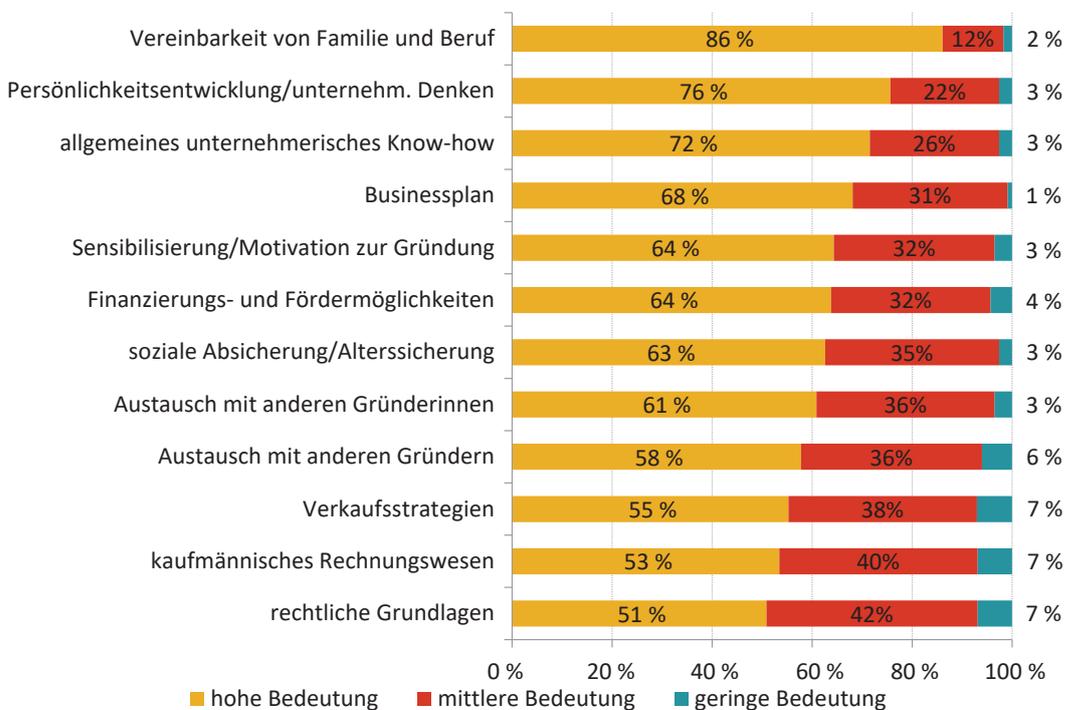
Quelle: Onlinebefragung von Gründungsberatungsstellen, Sommer 2020

empirica

Beratungsthemen: Gründungsberatungsstellen messen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine hohe Bedeutung zu

Die Einschätzungen zur Bedeutung spezifischer Themen für Beratungs- und Unterstützungsangebote aus Sicht der Anbieter unterscheiden sich von den Einschätzungen der befragten Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen in Bezug auf ihre Gewichtung. Aus Sicht der Gründungsberatungsstellen hat das Beratungsthema Vereinbarkeit von Familie und Beruf die höchste Bedeutung, aus Sicht der Gründerinnen und gründungsinteressierten Frauen hingegen die rechtlichen Grundlagen. An letzter Stelle bei den befragten Gründerinnen – allerdings mit immer noch hoher bis mittlerer Bedeutung für die Mehrheit von ihnen – steht das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf, wohingegen aus Sicht der Gründungsberatungsstellen die rechtlichen Grundlagen an letzter Stelle – allerdings mit mehr als 93 % hoher bis mittlerer Bedeutung – stehen (vgl. Abb. 35 und 37).

Abb. 37: Gründungsberatungsstellen: Bedeutung folgender Themen für Beratungs- und Unterstützungsangebote aus Sicht der Anbietenden



N = 114-116, Mehrfachnennungen möglich. Die unterschiedlichen Fallzahlen kommen daher, dass nicht jede Gründungsberatungsstelle alle vorgegebenen Antwortkategorien an Rahmenbedingungen beantwortet hat.

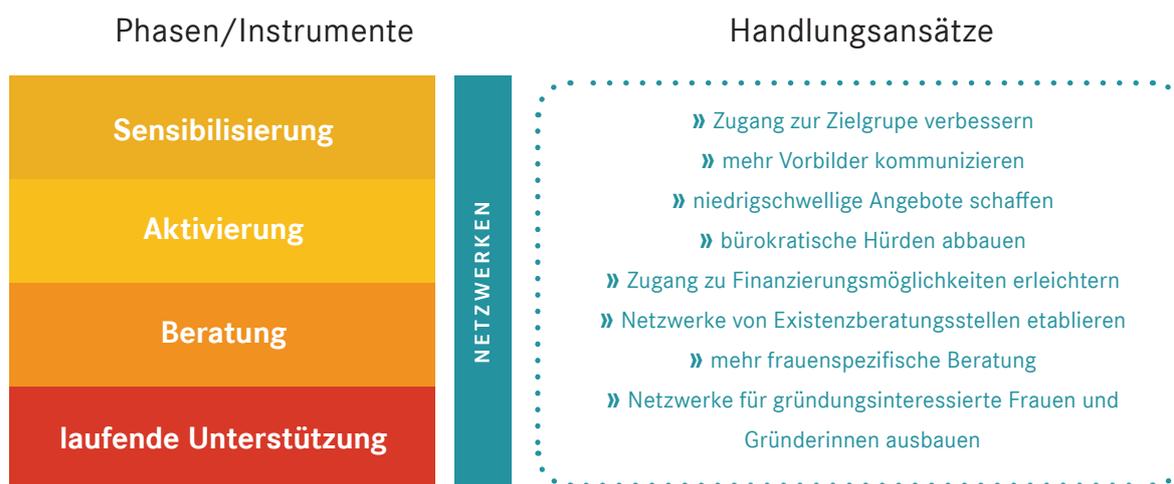
Quelle: Onlinebefragung von Gründungsberatungsstellen, Sommer 2020

empirica

7. Empfehlungen und Beispiele guter Praxis

Die Empfehlungen (Handlungsansätze) knüpfen an die in Abbildung 15 dargestellten Phasen der Existenzgründung an. In der Phase der Sensibilisierung geht es darum, Frauen mit Möglichkeiten und Wegen einer Existenzgründung als beruflicher Alternative vertraut zu machen. In der Phase der Aktivierung geht es um die Fragestellung, wie die Zahl der Gründungen von Frauen in ländlichen Räumen konkret erhöht werden kann. Zudem müsste geklärt werden, wie Frauen im Rahmen der Beratung und laufenden Unterstützung noch besser für die Gründung qualifiziert werden können. Die nachfolgend beschriebenen Handlungsansätze sind nicht immer ausschließlich einer spezifischen Phase zuzuordnen, oft sind die Übergänge fließend (vgl. Abb. 38). Hierbei wird primär auf Ansätze eingegangen, die einen direkten Bezug zur Zielgruppe der Frauen in ländlichen Räumen haben. Darüber hinaus gibt es viele weitere Ansätze der Existenzgründungsförderung, die weder raum- noch geschlechtsspezifisch sind, für Frauen in ländlichen Räumen aber gleichwohl infrage kommen und wichtig sind.

Abb. 38: Handlungsansätze



Quelle: eigene Darstellung

empirica

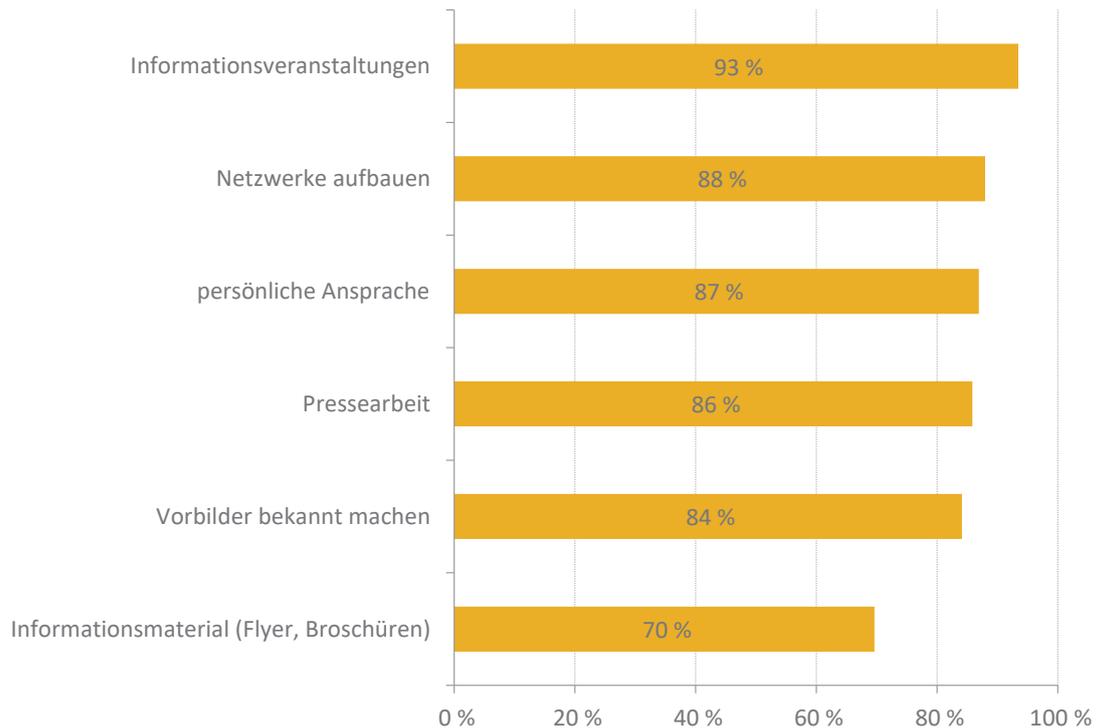
Quer dazu und phasenübergreifend sind der gesellschaftliche Diskurs einer ausgeglicheneren Aufgabenverteilung von Haus- und Sorgearbeit zwischen Frauen und Männern sowie zum Rollenverständnis weiter zu führen und die gesetzlichen Rahmenbedingungen daraufhin auszurichten (vgl. auch BMFSFJ, 2020a).

7.1 Sensibilisierung

Die Phase der Sensibilisierung umfasst Ansätze, die darauf abzielen, die Existenzgründung als berufliche Alternative stärker im Bewusstsein der Frauen in ländlichen Räumen zu verankern. Im Wesentlichen geht es um die Erhöhung der Akzeptanz des Bildes einer Unternehmerin in der Gesellschaft und um die Förderung des Prozesses der Auflösung traditioneller Rollenbilder in (manchen) ländlichen Räumen. Die Stärkung des Unternehmerinnen-Vorbildes und das Auflösen traditioneller Rollenbilder erleichtern Frauen in ländlichen Räumen auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

In der Onlinebefragung wurden die Existenzgründungsberatungsstellen gebeten, einzuschätzen, wie Frauen in ländlichen Räumen für die Möglichkeit einer Existenzgründung sensibilisiert werden können (vgl. Abb. 39). Diese benennen den Zugang zu und die Ansprache von gründungsinteressierten Frauen mittels Informationsveranstaltungen, aber auch die persönliche Ansprache als wichtigste Faktoren. Darüber hinaus geht es um den Aufbau von Netzwerken sowie um die Bekanntmachung und Kommunikation von Vorbildern.

Abb. 39: Gründungsberatungsstellen: Wie kann man Frauen im ländlichen Raum für die Möglichkeit der Existenzgründung sensibilisieren?



N = 102-108, Mehrfachnennungen möglich. Die unterschiedlichen Fallzahlen kommen daher, dass nicht jede Gründungsberatungsstelle alle vorgegebenen Antwortkategorien an Rahmenbedingungen beantwortet hat.

Quelle: Onlinebefragung von Gründungsberatungsstellen, Sommer 2020

empirica

Handlungsansatz: Zugang zur Zielgruppe verbessern

Nach Rückmeldung etablierter Beratungsstellen treffen frauenspezifische Gründungsberatungsangebote unterschiedlicher Institutionen in ländlichen Räumen oft auf geringe Resonanz („Wo ist die Frau, die gründen möchte?“). Daraus wird häufig die falsche Schlussfolgerung gezogen, es gäbe keinen „ausreichenden“ Bedarf nach derartigen Angeboten.

Aus Sicht der Expertinnen und Experten muss aber bereits einen Schritt früher angesetzt werden. Frauen, die sich noch nicht explizit mit der Gründungsidee auseinandergesetzt haben, erreicht man mit diesen klassischen Angeboten und Informationsformaten (Informationsmaterial, Inserate, Veröffentlichungen etc.) nicht. Wichtig in der Sensibilisierungsphase ist die direkte Ansprache von potenziell interessierten Frauen in ländlichen Räumen. Dafür bedarf es anderer Zugänge und spezieller Vermittlerinnen und Vermittler. Diese Funktion als Überträger und Sensibilisatoren können beispielsweise die LandFrauenverbände oder, wo vorhanden, die Kontaktstellen Frauen und Beruf übernehmen.

Handlungsansatz: Mehr Vorbilder kommunizieren

Die Bedeutung der Kommunikation von Vorbildern für die Sensibilisierung und Aktivierung von Frauen, nicht nur in ländlichen Räumen, zieht sich durch den gesamten Bericht und wird von allen befragten Akteurinnen und Akteuren betont. Die Ansätze dafür sind vielfältig, fangen aber viel früher an als zum Zeitpunkt der Existenzgründung:

- » Es beginnt bereits mit der Darstellung und Vermittlung der Rolle der Frau in jungen Jahren. Spätestens in der Schule und in den Berufsvorbereitungsjahren sind unterschiedliche berufliche Alternativen auch für Frauen aufzuzeigen. Gerade das Berufsbild der Selbstständigkeit sollte stärker vermittelt und in den Lehrplänen verankert werden.
- » Intensivere Bekanntmachung von Vorbildern und mehr Gründungs- und Erfolgsgeschichten in ländlichen Räumen erzählen: Ein gutes Beispiel hierfür stellt die Initiative „FRAUEN unternehmen“ dar, die darauf abzielt, Frauen über Vorbilder zur beruflichen Selbstständigkeit zu ermutigen und Mädchen für das Berufsbild „Unternehmerin“ zu begeistern (vgl. Abb. 40). Ferner sollten vermehrt auch Angebote in den sozialen Medien zur Bekanntmachung von Vorbildern genutzt werden.
- » Direkte Veranstaltungen zum Thema in ländlichen Räumen und Anlässe zum Austausch und der Information, etwa auf größeren Veranstaltungen (Kirmes, Jahrmärkte, Schützenfeste oder andere regionale Veranstaltungsformate) durch Informationsstände.
- » Verleihung von Gründerinnen- und Unternehmerinnenpreisen.

Abb. 40: Beispiel guter Praxis: Sensibilisierung durch Vorbild-Unternehmerinnen

Initiative „FRAUEN unternehmen“

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) hat 2014 die Initiative „FRAUEN unternehmen“ ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, Frauen über Vorbilder zur beruflichen Selbstständigkeit zu ermutigen und Mädchen für das Berufsbild „Unternehmerin“ zu begeistern. Hierfür unterstützen rund 200 Vorbild-Unternehmerinnen die Initiative. Das bundesweite Netz setzt sich aus Unternehmerinnen und Freiberuflerinnen aus verschiedenen Regionen und Branchen zusammen.

Auf verschiedenen Veranstaltungen deutschlandweit berichten sie über Chancen und Anforderungen einer Selbstständigkeit und vermitteln einen realistischen und persönlichen Einblick in den Alltag einer Unternehmerin. Hierzu bieten sich ganz unterschiedliche Formate an, wie z. B. Unterrichtsbesuche, Girls' Day, Workshops, Stammtische, Veranstaltungen oder Messen. Auf der Internetseite (www.existenzgruenderinnen.de) sind Profile und Video-Portraits der Vorbild-Unternehmerinnen aufbereitet.

Die Vorbild-Unternehmerinnen werden bei ihren Aktivitäten von einer Geschäftsstelle unterstützt. Vertreten durch die Prospektiv GmbH und die B3-Beyrow Business Beratung, ist sie auch Ansprechpartnerin für all diejenigen, die sich für die Initiative interessieren und/oder eine Vorbild-Unternehmerin aus ihrer Region zu Veranstaltungen einladen möchten.

Willkommen sind Anfragen beispielsweise von Schulen, Hochschulen und anderen Bildungseinrichtungen, von regionalen und kommunalen Akteuren wie Kammern, Wirtschaftsförderungen, Gleichstellungsbeauftragten, Landrats- und Bürgermeisterämtern sowie von Medien und Verbänden. In den letzten zwei Jahren haben über 900 Aktivitäten stattgefunden.

“ „Weibliche Vorbilder sind, insbesondere im ländlichen Raum nicht ausreichend sichtbar. Durch die Initiative befördern Vorbild-Unternehmerinnen, die sich auch im LandFrauenverband engagieren, den Unternehmerinnengeist in die Öffentlichkeit. Erfolgsfaktoren der Initiative sind die Durchführung neuer innovativer Formate und der persönliche Kontakt der Vorbild-Unternehmerinnen mit der Zielgruppe.“

Ulrike Weber, Geschäftsstelle „FRAUEN unternehmen“

7.2 Aktivierung

Die Phase der Aktivierung verfolgt das Ziel, Frauen in ländlichen Räumen stärker zur Existenzgründung zu ermutigen und die Hemmschwellen der Existenzgründung zu senken. Dabei stehen niedrigschwellige Angebote sowie der Abbau bürokratischer Hürden im Vordergrund.

Handlungsansatz: Niedrigschwellige Angebote schaffen

Die klassischen Beratungsangebote für Existenzgründerinnen erreichen nicht die Frauen, die noch keine konkrete Geschäftsidee entwickelt bzw. sich noch nicht intensiv mit einer Existenzgründung auseinandergesetzt haben. Die Hemmschwellen sind zu groß („Ohne Idee geht keine Frau zur IHK, das ist ihr zu peinlich“). Hier bedarf es aus Sicht der befragten Expertinnen und Experten niedrigschwelliger Angebote in Form einer Vorgründungsberatung als eine Art Überleitung in die bestehenden Beratungsstrukturen. Wichtig ist der einfache Zugang ohne Wartelisten, dazu gehören etwa telefonische Beratungen, informelle Netzwerktreffen oder allgemeine Info- bzw. Sensibilisierungsveranstaltungen ohne Voranmeldung. Ein gutes Beispiel hierfür bildet die ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA) mit ihren niedrigschwelligen und kostengünstigen Beratungs- und Unterstützungsangeboten für Frauen in ländlichen Räumen (vgl. Abb. 41).

Hilfreich in diesem Stadium der Findungsphase sind auch Mentoring- oder Patenprogramme. Vorbild-Unternehmerinnen oder Gründungslotsinnen können den Weg der Entscheidungsfindung begleiten und wertvolle Hinweise geben. Auch die Durchführung von Gründungswettbewerben eröffnet Frauen eine Möglichkeit, ihre Ideen unter klaren strukturellen Vorgaben zu testen.

Abb. 41: Beispiel guter Praxis: Aktivierung durch niedrigschwellige Angebote

ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA)

Die ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA) ist ein interkommunales Projekt der Städte Oldenburg und Delmenhorst sowie des Landkreises Oldenburg. Neben der kommunalen Finanzierung erhält EFA Mittel des Landes Niedersachsen und des Europäischen Sozialfonds.

Die Angebote der EFA richten sich ausschließlich an Frauen. Dabei hat sie alle Branchen im Blick. Die individuellen Beratungen, Workshops und Seminare sind speziell auf die Bedürfnisse von Frauen angepasst. Hierzu zählt unter anderem der Fokus auf Themen wie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie auf die Gründung im Nebenerwerb. Darüber hinaus unterstützt EFA Frauen beim Zugang zu Netzwerken in allen Phasen des Gründungsprozesses. Hierzu greift sie auf vielfältige Kooperationspartner

zurück und verweist auf lokale Initiativen und Netzwerktreffen von Unternehmerinnen. Es werden auch gemeinsame Beratungen oder Fachtage sowie Veranstaltungen durchgeführt und regionale Beratungsstandards festgesetzt. EFA versucht, niederschwellige Angebote auch in ländlichen Räumen anzubieten, um Zugänge zu schaffen und das Bewusstsein für Existenzgründungen von Frauen zu stärken. Darüber hinaus baut sie eine Porträtreihe mit lokalen Vorbildern im Internet auf (<https://www.existenzgruendungsagentur-fuer-frauen.de>).

Träger der EFA ist der Verein Frauen und Wirtschaft e. V., der sich zusammensetzt aus dem Landkreis Oldenburg, der Stadt Oldenburg, der Stadt Delmenhorst, dem Arbeitgeberverband Oldenburg e. V., dem Deutschen Gewerkschaftsbund, der Handwerkskammer Oldenburg, der Kreishandwerkerschaft Delmenhorst/Oldenburger Land, der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer, der regioVHS Ganderkesee-Hude sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Oldenburg.



Interview mit Claudia Becker, EFA-Geschäftsführerin:

Was ist das Besondere der niederschwelligen Angebote für Frauen im ländlichen Raum im Vergleich zu anderen Angeboten? Warum werden mit diesen Angeboten die Frauen im ländlichen Raum besser erreicht?

Das Gründungsökosystem ist generell in der Fläche dünner als in den Oberzentren. Dies trifft auch in unserem Projektgebiet auf den ländlichen Raum zu. Generell fehlen im ländlichen Raum überhaupt niedragschwellige und kostengünstige oder kostenfreie Angebote. Für die Zielgruppe der Frauen trifft dies noch einmal besonders zu. EFA schließt mit ihrem Angebot diese Lücke.

Welchen Beitrag leistet die Initiative zur Steigerung der Gründungsintensität von Frauen in ländlichen Räumen?

EFA zeigt gute Beispiele von weiblichen Gründungsaktivitäten und bricht damit überalterte Rollenklischees von oft noch männlich geprägtem Unternehmertum auf. Mit ihrem speziell auf Frauen zugeschnittenen Beratungsangebot schließt EFA auch Beratungslücken, wie etwa zur Gründung im Nebenerwerb oder mit spezialisierter Beratung für die Gründung in den Freien Berufen, wo besonders Frauen aktiv sind.

Was sind aus Ihrer Sicht die wesentlichen Erfolgsfaktoren der EFA?

EFA berät ganzheitlich im Sinne ihrer Kundinnen. Kinder, Lebensrahmen, Besonderheiten in der Erwerbsbiografie und Mobilitätshemmnisse haben einen besonderen Einfluss auf die Gründungsaktivitäten bei Frauen. EFA nimmt dies bei der Gründungsberatung mit in den Blick.

Handlungsansatz: Bürokratische Hürden bei der Existenzgründung abbauen

Kein spezielles Frauenthema und kein spezielles Thema für ländliche Räume ist die Forderung nach einem Abbau bürokratischer Hürden bei der Existenzgründung. Die in der Onlinebefragung der Gründerinnen von den Frauen skizzierten Beispiele für bürokratische Hürden sind vielfältig (z. B. unklare Zuständigkeiten, hohe Auflagen – insbesondere im Baurecht, lange Wartezeiten auf Termine, Datenschutzvorgaben). Sie erklären teilweise auch den hohen Frustrationsgrad bei manchen Frauen (z. B. „Man wird von einer Behörde zur nächsten geschickt“, „Die Behörden haben mich mürbe gemacht“). Dies trifft insbesondere dann zu, wenn alle wesentlichen Phasen der Existenzgründung von der Ausarbeitung der Geschäftsidee über die Erstellung des Businessplans bis zur Finanzierung der Existenzgründung erfolgreich gemeistert wurden und die Existenzgründung am Ende an behördlichen Auflagen scheitert. Die Forderung richtet sich nicht an einen

konkreten Akteur, sondern an alle im Prozess der Existenzgründung involvierten Personen und Institutionen. Dazu wäre nötig, alle behördlichen und gesetzlichen Mindestanforderungen im Prozess einer Existenzgründung detailliert aufzulisten und zu untersuchen, an welcher Stelle Vereinfachungen möglich und sinnvoll sind.

7.3 Beratung

In der Beratungsphase geht es um Ansätze und Maßnahmen, die gründungsinteressierte und -willige Frauen auf dem Weg zur Existenzgründung in allen erforderlichen Bereichen begleiten, damit die Idee in eine erfolgreiche Gründung mündet.

Handlungsansatz: Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten verbessern

Der Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten ist kein spezifisch ländliches Problem, aber für Frauen häufig eine größere Hürde als für Männer. Die Vorschläge für einen verbesserten Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten sind vielfältig. Sie reichen von Zuschüssen für Existenzgründerinnen über Mikrokredite bis zur Verbesserung der Konditionen des Gründungszuschusses (§ 93 SGB III). Es geht aber nicht nur um die Forderung, spezifische Förderinstrumente zu schaffen, die – etwa durch geringere Kreditsummen oder kürzere Laufzeiten – besser auf die Situation der Existenzgründerinnen zugeschnitten sind. Das Ziel müsste es auch sein, Existenzgründerinnen mit Blick auf die Kreditantragsstellung zu schulen. Dabei sollte es nicht um die Vermittlung von Informationen zu bestimmten Förderprogrammen für Existenzgründerinnen gehen, sondern um die Qualifizierung der Frauen zu einem selbstsicheren und überzeugenden Auftreten gegenüber den Banken und Sparkassen. Hilfreich sind beispielsweise persönliche Trainings, in denen entsprechende Situationen durchgespielt und geübt werden.

Handlungsansatz: Auf- und Ausbau von Netzwerken vorhandener Institutionen

In Deutschland existiert ein dichtes Netz an unterschiedlichen Institutionen und Netzwerken zur Förderung von Existenzgründungen von Frauen (und Männern). Regional sind diese Institutionen häufig relativ gut vernetzt („Man kennt sich“). Während der Aufbau von Netzwerken und die Vernetzung der Gründerinnen untereinander eine der zentralen Forderungen aller befragten Expertinnen und Experten sowie Gründungsberatungsstellen ist (vgl. Kapitel 7.4), fehlt es an einer entsprechenden regionalen Vernetzung der Institutionen untereinander.

In Niedersachsen gibt es das Netzwerk „Gründerinnen kompetent beraten“. Darin haben sich die mit dem Programm „Förderung der Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt“ (FIFA) geförderten Beratungsstellen für Existenzgründerinnen zusammengeschlossen. Das Programm wird mit Mitteln des Landes und des Europäischen Sozialfonds (ESF) finanziert. Innerhalb des Netzwerkes werden auf Einladung des niedersächsischen Gleichstellungsministeriums jährlich Fachtagungen zu verschiedenen Themen durchgeführt. Ziele des Netzwerkes sind die Festlegung von einheitlichen Qualitätsstandards in der Gründungsberatung und die Entwicklung von professioneller Beratungskompetenz für Neueinsteigerinnen. Vergleichbare Netzwerke zum Austausch und zum Voneinander-Lernen sollten bundesweit etabliert werden.

Handlungsansatz: Mehr frauenspezifische Beratung

Die befragten Expertinnen und Experten bekräftigen die Vorteile von Beratungsangeboten ausschließlich für Existenzgründerinnen. Die Hemmschwelle der Inanspruchnahme durch Frauen ist bei solchen Angeboten

niedriger, in einem geschützten Raum sind die Vertrauensbasis ausgeprägter und der Austausch unter den Frauen intensiver. Obwohl derartige Formate als sinnvoll betrachtet werden, mangelt es an einem flächendeckenden Beratungsangebot für Existenzgründerinnen. Vielmehr sind erfolgreiche Projekte vielfach mit der Begründung des Auslaufs der Projektförderung oder geringer Teilnehmerinnenzahlen eingestellt worden. Die oftmals niedrigen Teilnehmerinnenzahlen dürfen nicht als Nachweis mangelnder Notwendigkeit betrachtet werden, sondern als Aufforderung, Brücken zur Zielgruppe zu bauen, Zugänge zu erleichtern und die Zielgruppe direkt anzusprechen.

Als geeignete Formate nennen die Beratungsstellen die Coachingserie oder auch Workcamps, in denen dieselbe Gruppe von Frauen auf dem Weg zur Gründung begleitet wird. Dabei können Fern- und Präsenzunterricht gekoppelt werden. Hier setzen die LandFrauenverbände in Baden-Württemberg an, die das Förderprogramm „Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum“ des Landes Baden-Württemberg nutzen, um eine frauenspezifische Gründungsberatung in Form von Gruppencoachings anzubieten (vgl. Abb. 42).

Abb. 42: Beispiel guter Praxis: Frauenspezifische Gründungsberatung

Förderprogramm „Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum“ – Die LandFrauenverbände Südbaden, Württemberg-Baden und Württemberg-Hohenzollern coachen Existenzgründerinnen in ländlichen Räumen

Das Land Baden-Württemberg fördert mit dem Programm „Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum“ (IMF) verschiedene Maßnahmen zur Förderung von Frauen im ländlichen Raum.

Gefördert werden drei unterschiedliche Bereiche:

- » Finanzielle Investitionszuschüsse für Existenzgründungen und Unternehmenserweiterungen,
- » Weiterbildung und Coaching,
- » Netzwerkorganisationen für Frauen.

Das IMF-Förderprogramm existiert seit 20 Jahren. Im Rahmen des Programms wurden bereits vielfältige Existenzgründungen von Frauen, Coaching- und Qualifizierungsmaßnahmen sowie Netzwerkgründungen durchgeführt.

Die Bildungs- und Sozialwerke der drei LandFrauenverbände in Baden-Württemberg (LandFrauenverband Württemberg-Baden, LandFrauenverband Württemberg-Hohenzollern, LandFrauenverband Südbaden) nutzen das Förderprogramm und bieten Qualifizierungen und Coachings speziell für Frauen im ländlichen Raum an, die konkrete Geschäftsideen haben und diese umsetzen möchten. Hierzu finden mehrtägige Gruppenseminare statt, bei denen betriebswirtschaftliches Wissen vermittelt und an der Umsetzungsplanung gearbeitet wird. Ziel dieser Maßnahmen ist es, Frauen dabei zu unterstützen, eine eigene Existenz oder ein zweites Standbein als Unternehmerinnen aufzubauen.

Zielgruppe sind Frauen in ländlichen Räumen, die u.a. mit dem Ziel des Wiedereinstiegs in den Beruf eine Existenz (im Haupt- oder Nebenerwerb) gründen möchten. Die Erfahrungen der LandFrauenverbände zeigen, dass fast alle Teilnehmerinnen im Anschluss an das Coaching gründen. Geschäftsideen wurden beispielsweise in den Bereichen der Eröffnung eines Hofladens, der Produktion und Vermarktung von regionalem Eis oder der Entwicklung von Wein-Events weiterentwickelt.

“ „Unsere Erfahrungen zeigen: Ein eng am Bedarf ausgerichtetes Coaching, die Förderung von Kooperationen und begleitende Beratungsangebote sind die richtigen Wege, um Frauen zu Existenzgründungen zu ermutigen und sie in der Startphase zu unterstützen.“

Marie-Luise Linckh, Präsidentin des LandFrauenverbands Württemberg-Baden

“ „Das Coaching ist speziell auf Frauen aus dem ländlichen Raum zugeschnitten. Hier gibt es besondere Herausforderungen bezüglich Infrastruktur und Vor-Ort-Unterstützung, die bei einer Existenzgründung beleuchtet werden müssen. Die persönliche Situation wird berücksichtigt, und die Teilnehmerinnen unterstützen, begleiten und motivieren sich in besonderer Weise gegenseitig. Frauen fehlt oft der Mut, eine Existenzgründung anzupacken. Diese Motivation erhalten sie unter der Führung einer erfahrenen Trainerin im Coaching. Die einzelnen Projektideen werden in der Gemeinschaft der Teilnehmerinnen miteinander erarbeitet, geprüft und auch auf die Umsetzbarkeit hin beurteilt. Nach dem Seminar sind alle fit in finanzieller sowie persönlicher Hinsicht, um mit der eigenen Gründung zu starten.“

Juliane Vees, Präsidentin des LandFrauenverbands Württemberg-Hohenzollern

“ „Frauen haben oft tolle Ideen, wie sie sich selbständig machen könnten – doch immer wieder mangelt es an Mut und Geld, um die Idee zur Realität werden zu lassen. Das war eine wichtige Erkenntnis aus der Studie ‚Frauen in der Landwirtschaft‘ in Baden-Württemberg. Genau hier setzt unser Coaching an: Die Existenzgründerinnen werden individuell begleitet um Schritt für Schritt ihr Ziel zu erreichen – damit eine Gründung auch zum langfristigen Erfolg wird. Das IMF-Projekt bietet den Gründerinnen die Chance, Erwerbstätigkeit und Familie zu vereinbaren. Zudem werden die Wirtschaftskraft und die Lebensqualität im ländlichen Raum gefördert.“

Rosa Karcher, Präsidentin des LandFrauenverbands Südbaden

7.4 Vernetzung

Die Vernetzung ist eine Querschnittsaufgabe, die in allen Phasen der Existenzgründung, insbesondere bei Frauen, eine sehr hohe Bedeutung hat. Während die Vernetzung vorhandener Institutionen bereits in Kapitel 7.3 als Handlungsansatz beschrieben wurde, geht es hier um die Vernetzung der gründungsinteressierten Frauen und Gründerinnen untereinander.

Handlungsansatz: Ausbau von Netzwerken für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen

Netzwerke für Gründerinnen erfüllen eine ganze Bandbreite an Funktionen. Sie sind sozialer Ort des Austausches, der Information und der Beratung. Sie sind Mutmacher, Ratgeber und Geschäftsvermittler. Um diese Funktionen erfüllen zu können, bedarf es auch frauenspezifischer Netzwerke. Die Aufgabe der Vernetzung können vorhandene Institutionen, wie beispielsweise EFA, übernehmen. Aber auch (erfahrenere) Gründerinnen können Netzwerke auf- und ausbauen. Ein gutes Beispiel hierfür stellt das Projekt ThEx FRAUENSACHE dar, bei dem sechs selbstständige Frauen mit eigenem Unternehmen ihre Erfahrungen und ihr Wissen mit anderen Gründerinnen und Unternehmerinnen teilen und diese in ihren Netzwerkaktivitäten unterstützen (vgl. Abb. 43).

Darüber hinaus sollten Frauen aber auch als Unternehmerinnen an offenen Netzwerken (für Frauen und Männer) teilnehmen, um sich zu positionieren und geschäftliche Kontakte auf breiterer Basis zu knüpfen.

Abb. 43: Beispiel guter Praxis: Vernetzung von Gründerinnen**ThEx FRAUENSACHE.**

ThEx FRAUENSACHE. ist ein Projekt der K. Beratungs- und Projektentwicklungsgesellschaft mbH, das 2015 in Weimar gegründet wurde (www.thex-frauensache.de). Darin sind sechs selbstständige Frauen mit eigenem Unternehmen involviert, die ihre Erfahrungen und ihr Wissen mit anderen Gründerinnen und Unternehmerinnen teilen wollen. ThEx FRAUENSACHE. hat das Ziel, selbstständige Frauen in Thüringen (Gründerinnen und Unternehmerinnen) in ihren Netzwerkaktivitäten zu unterstützen. Das Projekt wird gefördert durch das Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und digitale Gesellschaft aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF).

ThEx FRAUENSACHE. bietet:

- » Begegnung, Austausch und Weiterbildung in Netzwerkveranstaltungen (u. a. Seminare und fachliche Impulsvorträge),
- » Suche nach und Beratung zu passenden Business-Netzwerken,
- » Moderation und Prozessbegleitung zum Aufbau von Netzwerken,
- » Mentoring für Gründerinnen mit erfahrenen Unternehmerinnen,
- » Sichtbarmachung von Gründerinnen und Unternehmerinnen.

ThEx FRAUENSACHE. hat den ersten Netzwerk-O-Mat in Deutschland für Thüringen entwickelt. Hierzu wurden Netzwerke recherchiert und zum Teil dort engagierte Gründerinnen und Unternehmerinnen interviewt. Ziel ist es, Teilnehmerinnen unterschiedlicher Netzwerke miteinander ins Gespräch zu bringen und Netzwerke für Gründerinnen und Unternehmerinnen in Thüringen sichtbar zu machen. Dazu gibt es Veranstaltungen und die Website <https://netzwerkomat.de>. Über Videos und Publikationen werden Gründerinnen und Unternehmerinnen in Porträts sichtbar gemacht.

“ „Gute Erfahrungen zum Netzwerken sammeln – das bestätigen viele unserer Teilnehmerinnen. Über 1.600 Frauen haben wir in den vergangenen drei Jahren erreicht. Netzwerken gilt als wirksamer Erfolgsfaktor für die Selbstständigkeit. Noch immer unterschätzen selbstständige Frauen die Wirkung von Netzwerken und vernetzen sich kaum untereinander. Zu viel zeitlicher Aufwand, zu wenig Klarheit, ob es etwas bringt – das sind Argumente selbstständiger Frauen und Gründerinnen, die wir von ThEx FRAUENSACHE. oft hören. Gerade für Gründerinnen im ländlichen Raum gewinnen Onlineangebote an Bedeutung, denn so wird Reiseaufwand eingespart und trotzdem funktioniert die Vernetzung. Unser Erfolg sind unser Erfahrungsschatz als Unternehmerinnen, die Lust, Neues auszuprobieren, und methodische Angebote, die viel Raum geben für inspirierendes Kennenlernen.“

Claudia Meimberg, ThEx FRAUENSACHE.

8. Schlussfolgerungen und Ausblick

Die Bedeutung von Existenz- und Unternehmensgründungen für die Volkswirtschaft, die Entwicklung des Gründungsgeschehens im Zeitverlauf sowie die fördernden und hemmenden Faktoren sind in den vergangenen Jahren vielfach, auch in einer geschlechterdifferenzierenden Betrachtung, erforscht und analysiert worden. Es gibt zahlreiche Monitore zum Gründungsgeschehen in Deutschland. Was bislang fehlt ist die räumliche Differenzierung nach den Strukturtypen ländliche und städtische Räume. Diese Unterscheidung erscheint sinnvoll und notwendig, denn nicht nur die ökonomischen und siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen unterscheiden sich zwischen den Räumen, sondern auch das Rollenverständnis und existierende Rollenbilder. Dazu hat die vorliegende Untersuchung gezeigt: Während der Frauenanteil an allen Existenzgründungen deutschlandweit in den letzten zehn Jahren auf 40 % gestiegen ist, nimmt der Anteil von Frauen im ländlichen Raum leicht, aber kontinuierlich ab. Umso dringlicher erscheinen Bemühungen, die zahlreich vorhandenen Förderungen von Existenzgründungen stärker auf die Bedürfnisse der Frauen in ländlichen Räumen auszurichten.

Voraussetzung dafür ist die Kenntnis der Lebens- und Arbeitsbedingungen sowie der Bedürfnisse und Herausforderungen von gründungsinteressierten Frauen und Existenzgründerinnen in ländlichen Räumen. Dazu dient diese Studie, in der empirica im Auftrag des Deutschen LandFrauenverbandes e. V. (dlv) die Situation von gründungsinteressierten Frauen und Existenzgründerinnen in ländlichen Räumen untersucht hat.

Die Studie hat wichtige Antworten dazu geliefert, wer die Gründerinnen in ländlichen Räumen sind, was sie motiviert und welche Unterstützungs- und Beratungsangebote sie in Anspruch nehmen und sich wünschen. Nicht abschließend beantwortet ist die Frage nach den Unterschieden innerhalb der ländlichen Räume. Die Auswertung war angesichts der Fallzahl der Onlinebefragung von gründungsinteressierten Frauen und Existenzgründerinnen nicht möglich. Allerdings deuten die Auswertungen darauf hin, dass sich mit Blick auf die Gründungsintensität von Frauen unterschiedliche Faktoren überlagern. Sie reichen von der Siedlungsstruktur, die im Mittelpunkt der Studie stand, über die Branchenstruktur in der Region bis hin zu spezifischen Unterstützungs- und Netzwerkstrukturen für gründungsinteressierte Frauen und Existenzgründerinnen. Ein wesentliches Hemmnis liegt in den gegenwärtigen Unterstützungs- und Beratungsangeboten in ländlichen Räumen. Es mangelt, gerade in ländlichen Räumen, einerseits an spezifischen Angeboten für gründungsinteressierte Frauen und andererseits an der Sensibilisierung von Frauen für die Möglichkeit einer Existenzgründung. Hier fehlt den klassischen Anbietern von Unterstützungs- und Beratungsangeboten wie Kammern und Wirtschaftsförderungen oft noch der Zugang zu dieser Zielgruppe.

Die Studie hat auch gezeigt, dass Vereinbarkeit von Familie und Beruf und mangelnde Kinderbetreuungsmöglichkeiten als mögliches Hemmnis für gründungsinteressierte Frauen und Existenzgründerinnen differenziert zu betrachten sind. Für die Mehrzahl der befragten Frauen stellen diese beiden Punkte nicht das zentrale Hemmnis auf dem Weg zur Gründung dar. Das mag auch damit zusammenhängen, dass Frauen, die aus diesem Grund gar nicht erst gründen, nicht befragt werden können. Gleichzeitig stellt für immerhin ein Drittel der Befragten in der Onlinebefragung die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Vergleich zu einer abhängigen Beschäftigung eine wesentliche Motivation für die Aufnahme einer Selbstständigkeit dar. Zugleich benennen auch fast 30 % der befragten Frauen, deren Gründungsvorhaben gescheitert ist, die mangelnde Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Grund für das Scheitern. Die fehlende Kinderbetreuung spielt hierbei jedoch so gut wie keine Rolle. Zudem gründen viele Frauen in ländlichen Räumen nach dem Ende der

Familienphase. Beides deutet darauf hin, dass traditionelle Rollenbilder in ländlichen Räumen nach wie vor eine große Rolle spielen.

Im Ergebnis der empirischen Analysen wurden Handlungsempfehlungen erarbeitet, die sich an Phasen der Existenzgründung von der Sensibilisierung über die Aktivierung bis hin zur Beratung und Vernetzung orientieren. Die Empfehlungen haben das Ziel, mehr Frauen in ländlichen Räumen für Existenzgründungen zu sensibilisieren sowie den Weg zur Existenzgründung und die anschließende Selbstständigkeit langfristig erfolgreich zu gestalten.

Dazu braucht es allerdings mehr als Unterstützungs- und Beratungsangebote. Parallel dazu sind der gesellschaftliche Diskurs in Bezug auf das Rollenverständnis zwischen Frauen und Männern, insbesondere mit Blick auf eine ausgeglichene Verteilung von Erwerbs- und Sorgearbeit, weiter zu führen und die gesetzlichen Rahmenbedingungen daraufhin auszurichten.

9. Quellenverzeichnis

Agrarsoziale Gesellschaft e. V. (ASG) (2008): Erfolgsfaktoren eines positiven Existenzgründungsklimas für Frauen in ländlichen Räumen.

Agrarsoziale Gesellschaft e. V., Hochschule Neubrandenburg, SÖSTRA (2018): Die Erwerbssituation von Frauen in ländlichen Regionen unter dem Einfluss der Digitalisierung der Arbeitswelt – FEMDIGIRURAL.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2017): Raumordnungsbericht 2017. Daseinsvorsorge sichern. Sonderveröffentlichung. Bonn.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.) (2015): Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel 1952, 1972, 1993 und 2012.

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) (2006): Perspektiven und Probleme von Frauen im ländlichen Raum.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (Hrsg.) (2020): Was der Gender Care Gap über Geld, Gerechtigkeit und die Gesellschaft aussagt. Einflussfaktoren auf den Gender Care Gap und Instrumente für seine Reduzierung.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (Hrsg.) (2020a): Kinder, Haushalt, Pflege – wer kümmert sich? Ein Dossier zur gesellschaftlichen Dimension einer privaten Frage.

Bundesverband Deutsche Startups e. V. (2019) (Hrsg.): Deutscher Startup Monitor 2019. Mehr Mut, neue Wege.

bundesweite gründerinnenagentur (bga) (2007): Gründungen von Frauen im ländlichen Raum. Nr. 16|2007.

bundesweite gründerinnenagentur (bga) (2015): Gründerinnen und Unternehmerinnen in Deutschland – Daten und Fakten IV. Nr. 39|2015.

Datenreport 2018: Blohm, M./Walter, J. (2018): Einstellungen zur Rolle der Frau und der des Mannes. In: Datenreport 2018, 397-402.

Fritsch, M./Kritikos, A./Pijnenburg, K. (2013): Unternehmensgründungen nehmen zu, wenn die Konjunktur abflaut. In: DIW Wochenbericht 12/2013, 3-8.

Gallego Granados, P./Olthaus, P. R./Wrohlich, K. (2019): Teilzeiterwerbsfähigkeit: Überwiegend weiblich und im Durchschnitt schlechter bezahlt. In: DIW Wochenbericht 46/2019, 845-850.

Gehrke, B. et al. (2013): Neuabgrenzung forschungsintensiver Industrien und Güter (NIW/ISI-Listen 2012), Hannover/Karlsruhe, Februar 2013. Erschienen als Studie zum deutschen Innovationssystem Nr. 8-2013.

Goebel, J./Gornig, M./Häußermann, H. (2012): Bestimmt die wirtschaftliche Dynamik der Städte die Intensität der Einkommenspolarisierung? Resultate für deutsche Stadtregionen. 40. Jg., (3), 371-398.

Petzold, S./Engelmann, F./Bräutigam, A./Zinke, G. (2020): Über 2.000 Startups in Deutschland gegründet. Der ITT/Startupdetector Report 2019.

Institut Arbeit und Qualifikation der Universität Duisburg-Essen (IAQ) (2019): Frauenerwerbstätigenquoten in den alten und neuen Bundesländern 1991 und 2018.

Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn (2003): Unternehmerinnen in Deutschland. Zahlen – Daten – Fakten.

Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn (2019): Daten und Fakten. Existenzgründungen von Frauen – aktuelle Entwicklungen. Daten und Fakten Nr. 24.

Kohn, K./Ulrich, K./Spengler, H. (2010): KfW-Gründungsmonitor 2010. Lebhaftige Gründungsaktivität in der Krise. Herausgeber: KfW Bankengruppe.

Leicht, R. et al. (2017): Gründungspotenziale von Menschen mit ausländischen Wurzeln: Entwicklungen, Erfolgsfaktoren, Hemmnisse. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

John, B. (2008): Existenzgründungen und Betriebsschließungen im Ländlichen Raum. Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg, 10, 42–46.

Metzger, G. (2019a): KfW-Gründungsmonitor 2019. Gründungstätigkeit in Deutschland stabilisiert sich: Zwischenhalt oder Ende der Talfahrt? Herausgeber: KfW Bankengruppe.

Metzger, G. (2019b): KfW-Gründungsmonitor 2019. Tabellen- und Methodenband. Herausgeber: KfW Bankengruppe.

Statistisches Bundesamt (2020): 9,4 % weniger Gründungen größerer Betriebe im 1. Halbjahr 2020 – Sondereffekte durch Corona-Pandemie. Pressemitteilung Nr. 322 vom 24. August 2020.

Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (2020): Sonderauswertung der Gewerbeanzeigenstatistik der Jahre 2015 bis 2019 auf Kreisebene.

Tuitjer, G. (2019): „Aber dann, mit Familie, ist einfach das Dorfleben viel, viel besser.“ Lokale Geschlechterarrangements und räumliche Praktiken. In: Steinführer, A. et al. (Hrsg.): Das Dorf. Soziale Prozesse und räumliche Arrangements, 91–104.

Tuitjer, G. (2015): Teilprojektbericht: Ländliche Arbeitsmärkte: Chancen für Frauen – Frauen als Chance. In: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.): Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel 1952, 1972, 1993 und 2012, 28–29.

Pfeiffer, F. (2005): Existenzgründung: Ein Weg zur Beschäftigungsförderung? Discussion Paper No. 05-71. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH ZEW.

Thünen-Institut für Ländliche Räume (2016): Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume. Thünen Working Paper 68.

TRAWOS-Institut und Hochschule Zittau/Görlitz (2016): Studie (Kurzfassung) zur Verbesserung der Verbleibchancen qualifizierter Frauen im Landkreis Görlitz. Herausgeber: Landratsamt Görlitz.

10. Anhang

10.1 Interviewpartnerinnen und -partner

Die Interviews wurden telefonisch mit den nachfolgend aufgelisteten Personen im Zeitraum von März bis September 2020 geführt. Die Interviews waren leitfadengestützt. Der Leitfaden wurde vorab den Personen per Mail zugesandt. Die Interviews wurden jeweils an einem Termin geführt und dauerten in der Regel zwischen ein und zwei Stunden.

- » Barbara Baratie, Gründungslotsin des Deutschen LandFrauenverbandes e. V. (dlv), 2. September 2020
- » Claudia Becker, ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA), 11. März 2020
- » Stephanie Geltinger, Hans-Lindner-Stiftung, 31. August 2020
- » Evelyne de Gruyter, Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU), 4. September 2020
- » Ulrike Helberg-Menke, Koordinierungsstelle Frau und Wirtschaft, Landkreis Verden, 11. März 2020
- » Susanne Kaufmann, Gründungsberaterin, 2. September 2020
- » Sylvia Klass, exista – Beratung für Existenzgründerinnen, 24. Juni 2020
- » Judith Klassmann-Laux, Wirtschaftsförderung Vulkaneifel, 31. August 2020
- » Iris Kronenbitter, bundesweite gründerinnenagentur (bga), 2. September 2020
- » Thorsten Liliental, Technik- und Ökologiezentrum (TÖZ) Eckernförde, 12. August 2020
- » Kerstin Rudat, Gründungslotsin des Deutschen LandFrauenverbandes e. V. (dlv), 1. September 2020
- » Markus Schmid, IHK Ostwürttemberg, 2. September 2020
- » Lisa Warder, Landwirtschaftskammer NRW, 19. Juni 2020
- » Ulrike Weber, Initiative „FRAUEN unternehmen“, 8. Juni 2020

10.2 Leitfaden für die Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern der Kammern

Allgemeines Gründungsklima

- » Was sind aus Ihrer Sicht die wesentlichen allgemeinen Rahmenbedingungen, die eine Gründung fördern oder auch hemmen?

- » Wie bewerten Sie diese Rahmenbedingungen für Gründungen in Ihrer Region (z. B. Personalsuche/Fachkräfte, Verkehrs- und Gründungs-Infrastrukturausstattung, Breitbandversorgung, Beratungsstruktur)?
- » Glauben Sie, dass es Unterschiede in den Rahmenbedingungen zwischen ländlichem und städtischem Raum gibt?
- » Wie würden Sie die Rahmenbedingungen für gründungswillige Frauen in Ihrer Region beschreiben? Was ist gut, was ist schlecht?
- » Welche Bedeutung haben z. B.
 - ... traditionelle Rollenbilder?
 - ... fehlende Kitaplätze?
 - ... Finanzierungsmöglichkeiten (Förderprogramme, Mikrokredite u. Ä.)
 - ... Unterstützungsstrukturen auf institutioneller Ebene (Gleichstellungsbeauftragte, direkte Ansprache von Frauen durch Wirtschaftsförderungen u. Ä.)?
- » Halten Sie es für sinnvoll, das Gründungsgeschehen weiter zu intensivieren? Was wären Vor- und Nachteile?
- » Welche Maßnahmen könnten Ihrer Meinung nach die Gründungszahlen in der Region erhöhen?

Fakten Gründerinnen in der Region

- » Gibt es das Bild einer typischen Gründerin? Wenn ja, wie sieht dieses aus?
- » Welche Unterschiede gibt es zwischen den Gründungen von Frauen und Männern (z. B. Branchen, Vollzeit/Teilzeit, Sologründungen vs. Betriebsgründungen)?
- » In welchen Branchen/Bereichen gründen Frauen in Ihrer Region?
- » Welche Bildungsabschlüsse haben die Gründerinnen in Ihrer Region?
- » Wie viele der Gründerinnen sind Mütter?
- » Welche Beratungs-/Unterstützungsangebote fragen Frauen bei Ihnen nach?
- » Zu welchem Zeitpunkt gründen Frauen in Ihrer Region (z. B. nach Elternzeit, Studienende, Renteneintritt, Arbeitslosigkeit)?

Motivation

- » Was motiviert Frauen in Ihrer Region zu gründen (z. B. unzureichende Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt, Suche nach einer erfüllenden Tätigkeit und Wertschätzung, Umsetzung einer Geschäftsidee)?
- » Was motiviert Frauen im ländlichen Raum, sich mit dem Thema Existenzgründung auseinanderzusetzen?
- » Wie würden Sie die Frauen beschreiben, die tatsächlich gründen, im Vergleich zu den interessierten Frauen, die nicht gründen?

- » Wie kann man Frauen im ländlichen Raum für die Möglichkeit einer Existenzgründung sensibilisieren? Was unternehmen Sie/Ihre Institution für eine stärkere Bewusstseinsbildung?
- » Gibt es in der Region eine öffentliche Auseinandersetzung mit Rollenerwartungen und Geschlechterstereotypen?
- » Inwieweit lässt sich Ihrer Meinung nach eine Selbstständigkeit mit Familienaufgaben vereinbaren?

Beratungs- und Unterstützungsangebote

- » Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote bieten Sie für Gründungsinteressierte sowie für Gründerinnen und Gründer an?
- » Gibt es auch spezifische Angebote für Frauen? Wenn ja, welche (z. B. spezielle Förderungen für Gründerinnen oder Kleinstgründerinnen, Beratungen, Coaching, Qualifizierungen, Netzwerke, Veranstaltungen)?
- » Wie bewerten Sie Ihre eigene Tätigkeit hier in der Institution im Hinblick auf das Gründungsgeschehen von Frauen?
- » Werden die Angebote angenommen? Wie könnte man den Zugang/die Akzeptanz erhöhen? Was sind Hemmnisse/Hürden (u. a. niedrigschwelliger Zugang, Transparenz des Angebots, Entfernungen/Standorte)? Wer nimmt die Angebote in Anspruch?
- » Wie müssen Beratungs- und Unterstützungsangebote ausgestaltet sein, damit gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum davon profitieren?
- » Welche Maßnahmen sollten getätigt werden, um die Gründungen durch Frauen in der Region langfristig erfolgreich zu gestalten?

Langfristiger Erfolg

- » Welche Faktoren empfinden Sie als besonders bedeutsam für den Erfolg einer Gründung (Idee, Produkt, Dienstleistung, Markt, individuelle Merkmale)?
- » Inwieweit spielen dabei individuelle Merkmale der Gründerinnen/Gründer eine Rolle?
- » Bestehen dabei Unterschiede zwischen Frauen und Männern?
- » Beeinflusst aus Ihrer Sicht die Siedlungsstruktur (ländlicher versus städtischer Raum) die Erfolgsaussichten einer Gründung?
- » Welche Faktoren sind ausschlaggebend für den langfristigen Erfolg von Gründerinnen im ländlichen Raum (z. B. Beratungsangebote, finanzielle Förderung, Räume, Netzwerke)?
- » Welche Hindernisse gibt es? Wie können diese beseitigt werden?
- » Welche Rahmenbedingungen fördern den langfristigen Erfolg? Wie können diese verbessert werden?

Unterschiede innerhalb des ländlichen Raums

- » Welche Unterschiede gibt es zwischen Gründungen auf dem Land und solchen in der Stadt?
- » Beeinflussen Gründungen im ländlichen Raum dessen Attraktivität als Wohn- und Arbeitsort?

10.3 Leitfaden für Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern der Netzwerke

Allgemeines zum Netzwerk

- » Welche Ziele verfolgt Ihr Netzwerk?
- » Welche Unterstützung/Beratung bieten Sie?

Gründungen von Frauen in ländlichen Räumen

- » Wie würden Sie die Rahmenbedingungen für gründungswillige Frauen in ländlichen Räumen beschreiben? Was ist gut, was ist schlecht?
- » Welche Maßnahmen können Ihrer Meinung nach die Gründungszahlen von Frauen in ländlichen Räumen erhöhen?
- » Was beeinflusst das Gründungsklima im ländlichen Raum positiv/negativ (z. B. traditionelle Rollenbilder, sehr geringe Arbeitslosigkeit, fehlende bzw. ausreichende Kitaplätze, Beratungs- und Förderungsinfrastruktur)? Was motiviert Frauen im ländlichen Raum, sich mit dem Thema Existenzgründung auseinanderzusetzen?
- » Glauben Sie, dass es Unterschiede in den Rahmenbedingungen zwischen ländlichem und städtischem Raum gibt? Wie kann man Frauen im ländlichen Raum für die Möglichkeit einer Existenzgründung sensibilisieren?
- » Welche Beratungs-/Unterstützungsangebote fragen Frauen bei Ihnen nach?
- » Wie müssen Beratungs- und Unterstützungsangebote ausgestaltet sein, damit gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum davon profitieren?
- » Welche Faktoren sind ausschlaggebend für den langfristigen Erfolg von Gründerinnen im ländlichen Raum?
- » Welche Hindernisse gibt es?
- » Welche Unterschiede gibt es zwischen Gründungen auf dem Land und solchen in der Stadt?
- » Gibt es das Bild einer typischen Gründerin? Wenn ja, wie sieht dieses aus?
- » Welche Unterschiede gibt es zwischen den Gründungen von Frauen und Männern (z. B. Branchen, Vollzeit/Teilzeit, Sologründungen vs. Betriebsgründungen)?

- » In welchen Branchen/Bereichen gründen Frauen in Ihrer Region?
- » Welche Bildungsabschlüsse haben die Gründerinnen in Ihrer Region?
- » Wie viele der Gründerinnen sind Mütter?
- » Welche Beratungs-/Unterstützungsangebote fragen Frauen bei Ihnen nach?
- » Zu welchem Zeitpunkt gründen Frauen in Ihrer Region (z. B. nach Elternzeit, Studienende, Renteneintritt, Arbeitslosigkeit)?

Spezifische Fragestellungen

- » Was unternehmen Sie für eine stärkere Bewusstseinsbildung?
- » Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote bieten Sie für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen an?
- » Werden die Angebote angenommen?

10.4 Onlinefragebogen für Gründerinnen

1. Waren Sie schon einmal bzw. sind Sie derzeit selbständig tätig?

Nein, ich war noch nie selbständig. (weiter mit Frage 4)	<input type="checkbox"/>
Ja, aber diese Selbständigkeit musste ich aufgeben/habe ich aufgegeben. (weiter mit Frage 3)	<input type="checkbox"/>
Ja, ich bin noch selbständig	<input type="checkbox"/>

2. Seit wie vielen Jahren sind sie selbständig? Weiter mit Frage 6

Ich bin seit __ Jahren selbständig und beschäftige zurzeit __ weitere Personen. Davon __ in Teilzeit und __ Frauen.

3. Woran ist ihre Selbständigkeit gescheitert?

Die Unternehmensidee war nicht tragfähig. Es scheiterte vor allem an...	<input type="checkbox"/>
Kundenbindung bzw. Marketing	<input type="checkbox"/>
Fehlende Finanzmittel	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>
Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf war nicht möglich. Es scheiterte vor allem an ...	<input type="checkbox"/>
einer fehlenden Unterstützung durch die Familie	<input type="checkbox"/>
einer fehlenden Unterstützung im weiteren Umfeld	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>
Sonstige Gründe: _____	<input type="checkbox"/>

4. Wie groß ist Ihre Motivation sich (erneut) selbständig zu machen?

Ich weiß noch nicht genau, ob ich mich (erneut) selbständig mache.	<input type="checkbox"/>
Ich werde mich in jedem Fall (erneut) selbständig machen.	<input type="checkbox"/>

5. Was hat Sie bislang an einer (weiteren) Selbständigkeit gehindert? (Mehrfachnennungen möglich)

Ich habe mir dies bislang nicht zugetraut.	<input type="checkbox"/>
Durch die Kindererziehung hatte ich keine Zeit.	<input type="checkbox"/>
Mir fehlte noch eine geeignete Geschäftsidee.	<input type="checkbox"/>
Ich weiß nicht, wo ich Beratung/ Unterstützung finden kann.	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>

6. Gehen Sie der selbständigen Tätigkeit als Freiberuflerin nach oder planen Sie dies tun (z. B. Ärztin, Rechtsanwältin, Ingenieurin; Architektin)?

Ja	<input type="checkbox"/>
Nein	<input type="checkbox"/>

7. Üben Sie die Selbständigkeit im Neben- oder Haupterwerb aus bzw. welche Form beabsichtigen Sie?

Nebenerwerb	<input type="checkbox"/>
Hauptberuflich	<input type="checkbox"/>

8. In welchem Bereich (Branche) haben Sie sich selbständig gemacht bzw. wollen sich selbständig machen?
- _____

9. Haben Sie sich bzw. wollen Sie sich allein selbständig machen oder mit weiteren Personen?

Allein (weiter mit Frage 12)	<input type="checkbox"/>
Zusammen mit weiteren Personen	<input type="checkbox"/>

10. Mit wie vielen Personen haben Sie sich bzw. wollen Sie sich selbständig machen?

Mit __ weiteren Personen

11. Und zwar:

... mit meinem Partner/ meiner Partnerin	<input type="checkbox"/>
... mit anderen Personen	<input type="checkbox"/>

12. In welchem Ort haben Sie sich bzw. wollen Sie sich selbständig machen?

_____ (Stadt oder Gemeinde)

13. Hätten Sie ihre Geschäftsidee auch an einem anderen Ort umgesetzt bzw. würden Sie dies machen?

Nein, in einer anderen Stadt/ Gemeinde würde ich die Geschäftsidee nicht umsetzen/ hätte diese nicht umgesetzt.	<input type="checkbox"/>
Ja, ich würde die Geschäftsidee auch in einer anderen Stadt/ Gemeinde umsetzen.	<input type="checkbox"/>

14. Welchen Einfluss hatte/hat der Wunsch, an ihrem gegenwärtigen Wohnort wohnen zu bleiben auf die Selbständigkeit?

Sehr hohen Einfluss	<input type="checkbox"/>
Eher hohen Einfluss	<input type="checkbox"/>
Eher geringen Einfluss	<input type="checkbox"/>
Keinen Einfluss	<input type="checkbox"/>

15. Gibt es in Ihrer Familie Erfahrung mit Selbständigkeit? (Mehrfachnennungen möglich)

Nein (weiter mit Frage 17)	<input type="checkbox"/>
Ja	<input type="checkbox"/>

16. Wer in Ihrer Familie hat Erfahrung mit Selbständigkeit? (Mehrfachnennungen möglich)

		Branche
<input type="checkbox"/>	PartnerIn	
<input type="checkbox"/>	Vater	
<input type="checkbox"/>	Mutter	
<input type="checkbox"/>	Großeltern	
<input type="checkbox"/>	Geschwister	
<input type="checkbox"/>	Kinder	

17. Kennen Sie in Ihrem Umfeld selbständige Frauen?

Ja, viele (mehr als fünf)	<input type="checkbox"/>
Ja, einige (zwischen 2 und 4)	<input type="checkbox"/>
Ja, eine	<input type="checkbox"/>
Nein	<input type="checkbox"/>

18. Warum haben Sie sich selbständig gemacht bzw. wollen dies tun? (Mehrfachnennungen möglich)

Um meine eigene Chefin zu sein (1)	<input type="checkbox"/>
Um eine erfüllende Tätigkeit ausüben zu können (2)	<input type="checkbox"/>
Um genug Zeit für die Familie zu haben (3)	<input type="checkbox"/>
Um meine Arbeitszeit frei einteilen zu können (4)	<input type="checkbox"/>
Um überhaupt Arbeit zu finden (5)	<input type="checkbox"/>
Um einen Arbeitsplatz zu haben der meinen Qualifikationen entspricht (6)	<input type="checkbox"/>
Die Güter/ Dienstleistungen, die ich anbiete, fehlen bei uns in der Region (7)	<input type="checkbox"/>
Um eine Geschäftsidee umzusetzen (8)	<input type="checkbox"/>
Weil ich bei meiner alten beruflichen Position keine weiteren Aufstiegschancen mehr hatte (9)	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, nämlich (10) _____	<input type="checkbox"/>

19. Bitte geben Sie den Hauptgrund an

_____ (Ziffer aus Frage 18 angeben)

Wichtig für uns ist zu erfahren, welche Beratungs- und Unterstützungsangebote Sie in Anspruch nehmen und welche weiteren Bedarfe Sie haben.

20. Haben Sie bereits ein Beratungs-/ Unterstützungsangebot zur Existenzgründung in Anspruch genommen?

Nein, bislang noch nicht. (weiter mit Frage 32)	<input type="checkbox"/>
Ja, ich nehme aktuell an einem Beratungs-/ Unterstützungsangebot teil	<input type="checkbox"/>
Ja, ich habe in der Vergangenheit schon ein Angebot in Anspruch genommen (weiter mit Frage 25)	<input type="checkbox"/>

21. Welche Form von Beratungsangebot nehmen Sie gegenwärtig in Anspruch?

(Erfahrungs-) Austausch mit anderen Gründerinnen	<input type="checkbox"/>
(Erfahrungs-) Austausch mit Gründern (unabhängig vom Geschlecht)	<input type="checkbox"/>
Existenzgründerseminare	<input type="checkbox"/>
Einzelfallorientierte Beratung/ persönliches Coaching	<input type="checkbox"/>
Themenspezifische Vorträge	<input type="checkbox"/>
Mentorenprogramm	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>

22. Bei welchem Anbieter nehmen Sie das Angebot in Anspruch?

Industrie- und Handelskammer	<input type="checkbox"/>
Handwerkskammer	<input type="checkbox"/>
Wirtschaftsförderung des Landkreises/ der Stadt	<input type="checkbox"/>
Existenzgründungsagentur	<input type="checkbox"/>
Schulungs-/Beratungs-/Bildungsunternehmen	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>

23. Zu welchem Thema nehmen Sie das Angebot in Anspruch? (Mehrfachnennungen möglich)

Sensibilisierung/ Motivation zur Gründung	<input type="checkbox"/>
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	<input type="checkbox"/>
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
Rechtliche Grundlagen	<input type="checkbox"/>
Kaufmännisches Rechnungswesen	<input type="checkbox"/>
Business-Plan	<input type="checkbox"/>
Verkaufsstrategien	<input type="checkbox"/>
Allgemeines Unternehmerisches Know-how	<input type="checkbox"/>
Persönlichkeitsentwicklung/ Unternehmerisches Denken	<input type="checkbox"/>
Soziale Absicherung/ Alterssicherung	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründern (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>

24. In welcher Stadt/ Gemeinde nehmen Sie das Angebot wahr? (Weiter mit Frage 29)

25. Welche Form von Beratungsangebot haben Sie bereits in Anspruch genommen?

(Erfahrungs-) Austausch mit anderen Gründerinnen	<input type="checkbox"/>
(Erfahrungs-) Austausch mit Gründern (unabhängig vom Geschlecht)	<input type="checkbox"/>
Existenzgründerseminare	<input type="checkbox"/>
Einzelfallorientierte Beratung/ persönliches Coaching	<input type="checkbox"/>
Themenspezifische Vorträge	<input type="checkbox"/>
Mentorenprogramm	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>

26. Bei welchem Anbieter haben Sie das Angebot in Anspruch?

Industrie- und Handelskammer	<input type="checkbox"/>
Handwerkskammer	<input type="checkbox"/>
Wirtschaftsförderung des Landkreises/ der Stadt	<input type="checkbox"/>
Existenzgründungsagentur	<input type="checkbox"/>
Schulungs-/Beratungs-/Bildungsunternehmen	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>

27. Zu welchem Thema haben Sie das Angebot in Anspruch genommen? (Mehrfachnennungen möglich)

Sensibilisierung/ Motivation zur Gründung	<input type="checkbox"/>
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	<input type="checkbox"/>
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
Rechtliche Grundlagen	<input type="checkbox"/>
Kaufmännisches Rechnungswesen	<input type="checkbox"/>
Business-Plan	<input type="checkbox"/>
Verkaufsstrategien	<input type="checkbox"/>
Allgemeines Unternehmerisches Know-how	<input type="checkbox"/>
Persönlichkeitsentwicklung/ Unternehmerisches Denken	<input type="checkbox"/>
Soziale Absicherung/ Alterssicherung	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründern (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>

28. In welcher Stadt/ Gemeinde nehmen Sie das Angebot wahr?

29. Warum haben Sie bzw. nehmen Sie an einem Beratungs-/ Unterstützungsangebot teil? (Mehrfachnennungen möglich)

Ich wollte/ möchte mich allgemein über Gründung informieren	<input type="checkbox"/>
Ich wollte/ möchte mich mit anderen Austauschen	<input type="checkbox"/>
Ich hatte/ habe konkrete Fragen zu _____	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

30. Wie sind Sie auf das Angebot aufmerksam geworden?

Hinweis durch Familie/ Freunde	<input type="checkbox"/>
Werbung	<input type="checkbox"/>
Gezielte Recherche	<input type="checkbox"/>
Bericht in der Zeitung/ im Internet	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

31. Ist/ war es schwierig die Angebote zu nutzen? (weiter mit Frage 34) (Mehrfachnennungen möglich)

Nein	<input type="checkbox"/>
Ja, da sie sehr weit weg angeboten wurden.	<input type="checkbox"/>
Ja, da sie zu einer sehr ungünstigen Zeit etc. angeboten wurden.	<input type="checkbox"/>
Ja, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

32. An welche Institutionen (z.B. Beratungsstellen) in der Nähe Ihres Heimatortes würden Sie sich bei Fragen zur Gründung wenden?

- _____
- _____
- _____

33. Wissen Sie, ob eine der o.g. Institutionen in ihrer Nähe eine Gründungsberatung anbieten?

Ich habe mich noch nicht erkundigt	<input type="checkbox"/>
Nein, eine Gründungsberatung wird in meiner Nähe nicht angeboten	<input type="checkbox"/>
Ja, und zwar von folgender Institution: _____	<input type="checkbox"/>

34. Tauschen Sie sich mit anderen (interessierten) Gründerinnen und Gründern aus?

Nein, ich habe kein Interesse	<input type="checkbox"/>
Nein, ich kenne keine anderen Gründerinnen oder Gründer	<input type="checkbox"/>
Ja, und zwar: _____ (Bitte nennen Sie die Form, in der Sie sich austauschen, z. B. Netzwerke, Stammtisch, Mentorenprogramme)	<input type="checkbox"/>

35. Interessieren Sie sich auch für digitale Beratungsangebote wie z. B. Webinare (interaktives Online-Seminar)? (Mehrfachnennungen möglich)

Nein, ich bevorzuge persönliche Beratungsangebote	<input type="checkbox"/>
Ja, falls es keine Beratungsangebote vor Ort gibt	<input type="checkbox"/>
Ja, ich würde es gerne ergänzend zu persönlichen Angeboten nutzen	<input type="checkbox"/>
Ja, am liebsten würde ich nur digitale Beratungsangebote nutzen	<input type="checkbox"/>

36. Welche Form von (weiteren) Beratungsangeboten würde Ihnen am meisten helfen?

(Mehrfachnennungen möglich)

(Erfahrungs-)Austausch mit anderen Gründerinnen	<input type="checkbox"/>
(Erfahrungs-)Austausch mit Gründern (unabhängig von Geschlecht)	<input type="checkbox"/>
Existenzgründerseminare	<input type="checkbox"/>
Einzelfallorientierte Beratung/ persönliches Coaching	<input type="checkbox"/>
Mentorenprogramm	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

37. Welche Themenbereiche sind für Sie von besonderem Interesse?

	hohe Bedeutung	mittlere Bedeutung	geringe Bedeutung
Sensibilisierung/ Motivation zur Gründung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rechtliche Grundlagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaufmännisches Rechnungswesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Business-Plan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufsstrategien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allgemeines Unternehmerisches Know-how	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönlichkeitsentwicklung/ Unternehmerisches Denken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Absicherung/ Alterssicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründern (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38. Gibt es weitere Unterstützungsangebote, die für Sie im Rahmen der Existenzgründung hilfreich wären oder waren? (Mehrfachnennungen möglich)

Finanzielle Unterstützung in Form von Krediten	<input type="checkbox"/>
Finanzielle Unterstützung in Form von Zuschüssen oder Zulagen	<input type="checkbox"/>
Suche nach geeigneten Unternehmensräumen	<input type="checkbox"/>
Verbesserung der Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

Um zielgerichtet Unterstützungs- und Beratungsangebote zu entwickeln und Existenzgründungen von Frauen auf dem Land zu fördern ist es wichtig, mehr über die Rahmenbedingungen sowie fördernden und hemmenden Faktoren einer Existenzgründung zu erfahren.

39. Wie bewerten Sie die Rahmenbedingungen für Gründerinnen/gründungsinteressierte Frauen in ihrer Region?

	Sehr gut	Eher gut	Eher schlecht	Sehr schlecht	Spielt keine Rolle für mich
Breitbandversorgung	<input type="checkbox"/>				
Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>				
Betreuungsangebote für Kinder unter 6 Jahren	<input type="checkbox"/>				
Ferienbetreuung von Klein- und Schulkindern	<input type="checkbox"/>				
Ganztagsbetreuung für SchülerInnen	<input type="checkbox"/>				
Betreuung pflegebedürftiger Personen	<input type="checkbox"/>				
Verfügbarkeit von Fachkräften	<input type="checkbox"/>				
Beratungsangebote für GründerInnen	<input type="checkbox"/>				
Erreichbarkeit von Beratungsangeboten	<input type="checkbox"/>				
Verfügbarkeit von Räumen/ Flächen	<input type="checkbox"/>				
Netzwerke für Unternehmerinnen	<input type="checkbox"/>				
Spezifische Frauennetzwerke/ -gruppen	<input type="checkbox"/>				
Würdigung von UnternehmerInnen im privaten und gesellschaftlichen Bereich	<input type="checkbox"/>				
Bürokratie	<input type="checkbox"/>				
Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>				

40. Was waren/sind für Sie die größten persönlichen Hemmnisse auf dem Weg zur Selbständigkeit?

42. Was oder wer könnte Sie dabei unterstützen, Beruf und Familie besser vereinbaren zu können?

41. Lässt sich Ihre (geplante) Selbständigkeit mit Familienaufgaben vereinbaren?

Ja (weiter mit Frage 43)	<input type="checkbox"/>
Nur schwer	<input type="checkbox"/>
Spielt für mich keine Rolle (weiter mit Frage 43)	<input type="checkbox"/>

Abschließend noch die Bitte um einige statistische Angaben.

43. Was ist Ihr höchster Schulabschluss

Ohne Schulabschluss	<input type="checkbox"/>
Haupt- /Volksschulabschluss	<input type="checkbox"/>
Mittlere Reife/gleichwertiger Abschluss	<input type="checkbox"/>
(Fach-)Abitur/vergleichbarer Abschluss	<input type="checkbox"/>

44. Welche Berufsausbildung haben Sie?

Ohne beruflichen Ausbildungsabschluss	<input type="checkbox"/>
Anerkannte Berufsausbildung	<input type="checkbox"/>
Meister/Techniker/gleichwertiger Abschluss	<input type="checkbox"/>
Bachelor	<input type="checkbox"/>
Diplom/Magister/Staatsexamen	<input type="checkbox"/>
Promotion	<input type="checkbox"/>

45. Leben sie in einer Partnerschaft?

Ja	<input type="checkbox"/>
Nein	<input type="checkbox"/>

46. Haben Sie Kinder? Wenn ja, wie viele leben noch bei Ihnen im Haushalt?

Anzahl Kinder insgesamt:	_____
davon noch im Haushalt lebend:	_____
davon im Alter von unter 6 Jahren:	_____

47. Pflegen Sie zu Hause Angehörige?

Nein	<input type="checkbox"/>
Ja	<input type="checkbox"/>

48. Wie alt sind Sie? _____

49. Welche Staatsangehörigkeit haben Sie?

50. In welcher Stadt/ Gemeinde leben Sie?
(Bitte geben sie auch die PLZ an)

Hinweis zur Filterführung: Fragen 51 bis 53 nur wenn Frage 1 mit „Ja“ beantwortet wurde. Alle anderen weiter mit Frage 54

51. Gehen Sie neben der Selbständigkeit einer weiteren Erwerbstätigkeit nach?

Nein	<input type="checkbox"/>
Ja, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

52. Wie hoch ist ungefähr das monatliche Bruttoeinkommen aus der Selbständigkeit?

Unter 900 €	<input type="checkbox"/>
900 bis unter 1.300 €	<input type="checkbox"/>
1.300 bis unter 1.700 €	<input type="checkbox"/>
1.700 bis unter 2.300 €	<input type="checkbox"/>
2.300 bis unter 3.200 €	<input type="checkbox"/>
3.200 bis unter 4.500 €	<input type="checkbox"/>
4.500€ und mehr	<input type="checkbox"/>

53. Wie viele Stunden arbeiten Sie ca. im Rahmen ihrer Selbständigkeit wöchentlich? Ca.: _____ Std.

Ab hier wenn Frage 1 mit „Nein“ bzw. „Ja, aber...“ beantwortet wurde.

54. Gehen Sie zurzeit einer Erwerbstätigkeit nach?

Nein, ich arbeite nicht (z.B. Elternzeit)	<input type="checkbox"/>
Nein, ich bin zurzeit arbeitslos	<input type="checkbox"/>
Ja, in Vollzeit, und zwar _____	<input type="checkbox"/>
Ja, in Teilzeit, und zwar _____	<input type="checkbox"/>

55. In welchem zeitlichen Umfang wollen Sie gründen?

Meine Planungen sind noch nicht konkret	<input type="checkbox"/>
Vollzeit	<input type="checkbox"/>
Teilzeit	<input type="checkbox"/>

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

10.5 Onlinefragebogen für Gründungsberatungsstellen

Allgemeines Gründungsklima

1. Wie bewerten Sie folgende Rahmenbedingungen für Gründungen im Allgemeinen und Gründerinnen/gründungsinteressierte Frauen im Besondern in ihrer Region?

	Sehr gut	eher gut	eher schlecht	sehr schlecht	spielt keine Rolle
Breitbandversorgung	<input type="checkbox"/>				
Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>				
Betreuungsangebote für Kinder unter 6 Jahren	<input type="checkbox"/>				
Ferienbetreuung von Klein- und Schulkindern	<input type="checkbox"/>				
Ganztagsbetreuung für SchülerInnen	<input type="checkbox"/>				
Betreuung pflegebedürftiger Personen	<input type="checkbox"/>				
Verfügbarkeit von Fachkräften	<input type="checkbox"/>				
Beratungsangebote für GründerInnen	<input type="checkbox"/>				
Erreichbarkeit von Beratungsangeboten	<input type="checkbox"/>				
Verfügbarkeit von Räumen/ Flächen	<input type="checkbox"/>				
Netzwerke für UnternehmerInnen	<input type="checkbox"/>				
Spezifische Frauennetzwerke/ -gruppen	<input type="checkbox"/>				
Würdigung von UnternehmerInnen im privaten und gesellschaftlichen Bereich	<input type="checkbox"/>				
Bürokratie	<input type="checkbox"/>				
Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>				

2. Haben es gründungswillige Frauen in ländlichen Räumen bei der Aufnahme einer Selbständigkeit schwerer als in städtischen Räumen?

Ja	<input type="checkbox"/>
Nein (weiter mit Frage 4)	<input type="checkbox"/>
Weiß nicht (weiter mit Frage 4)	<input type="checkbox"/>

3. **Warum haben es gründungswillige Frauen in ländlichen Räumen schwerer als in städtischen Räumen?**

4. **Sind aus Ihrer Sicht folgende Aspekte besondere Hemmnisfaktoren beim Gründungsverhalten von Frauen im ländlichen Raum?**

	Ja	Nein
Traditionelle Rollenbilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitlich eingeschränkte Kinderbetreuungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreuung pflegebedürftiger Personen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Vorbilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Beratungsangebote spezifisch für gründungsinteressierte Frauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Netzwerke für Unternehmerinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten (u.a. Mikrokredite)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. **Welche der genannten Aspekte bewerten Sie als förderlich für das Gründungsverhalten von Frauen im ländlichen Raum?**

	Ja	Nein
Moderne Rollenbilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Kinderbetreuungsmöglichkeiten (u. a. zeitliche Betreuung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möglichst geringe häusliche Verpflichtung (z. B. Betreuung Pflegebedürftiger)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorhandene Vorbilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorhandene Beratungsangebote spezifisch für gründungsinteressierte Frauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorhandene Netzwerke für Unternehmerinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorhandene Finanzierungsmöglichkeiten (u.a. Mikrokredite)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. **Gibt es in der Region eine öffentliche Auseinandersetzung mit Rollenerwartungen und Geschlechterstereotypen zur Förderung von Existenzgründungen von Frauen?**

Ja	<input type="checkbox"/>
Nein (weiter mit Frage 8)	<input type="checkbox"/>

7. **Wie erfolgt diese öffentliche Auseinandersetzung?**

8. **Wie kann man Frauen im ländlichen Raum für die Möglichkeit der Existenzgründung sensibilisieren?**

	Dies ist eine wichtige Maßnahme		Dies setzt unsere Institution bereits um	
	trifft zu	Trifft nicht zu	trifft zu	Trifft nicht zu
Pressearbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönliche Ansprache	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsmaterial wie Flyer, Broschüren etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorbilder bekannt machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netzwerke aufbauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. **Welche Maßnahmen könnten Ihrer Meinung nach die Gründungszahlen von Frauen in ländlichen Räumen erhöhen?**

Beratungs- und Unterstützungsangebote

10. **Bieten Sie Beratungs- und Unterstützungsangebote für Gründungsinteressierte bzw. Gründerinnen und Gründer an? → Falls beides Nein weiter mit Frage 17**

	Ja	Nein
Gründungsinteressierte bzw. Personen in der Gründungsphase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gründerinnen und Gründer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. **Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote bieten Sie an?**

	Gründungsinteressierte bzw. Personen in der Gründungsphase	Gründerinnen und Gründer
Seminare/Workshops	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einzelberatungen/ Coachings	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erstberatung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Angebote/ Webinare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netzwerktreffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Bieten Sie spezielle Beratungs- und Unterstützungsangebote nur für Frauen an? → Falls beides Nein weiter mit Frage 17

	Ja	Nein
Gründungsinteressierte bzw. Frauen in der Gründungsphase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gründerinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote bieten Sie an?

	Gründungsinteressierte bzw. Frauen in der Gründungsphase	Gründerinnen
Seminare/Workshops	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einzelberatungen/ Coachings	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erstberatung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Angebote/ Webinare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netzwerktreffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Wie gut werden die frauenspezifischen Angebote angenommen?

Sehr gut (weiter mit Frage 17)	<input type="checkbox"/>
Eher gut (weiter mit Frage 17)	<input type="checkbox"/>
Eher schlecht	<input type="checkbox"/>
Sehr schlecht	<input type="checkbox"/>

15. Was sind die Gründe dafür, dass die Angebote eher schlecht oder sehr schlecht angenommen werden?

16. Durch welche Maßnahmen kann die Inanspruchnahme gesteigert werden?

17. Bitte bewerten Sie die Bedeutung folgender Themen für Beratungs- und Unterstützungsangebote für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum:

	hohe Bedeutung	mittlere Bedeutung	geringe Bedeutung
Sensibilisierung/ Motivation zur Gründung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rechtliche Grundlagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaufmännisches Rechnungswesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Business-Plan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufsstrategien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allgemeines Unternehmerisches Know-how	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönlichkeitsentwicklung/ Unternehmerisches Denken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Absicherung/ Alterssicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründern (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerkaufbau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Gibt es darüber hinaus weitere Themen mit hoher Bedeutung für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum?

19. Gibt es eine Gruppe von gründungswilligen Frauen im ländlichen Raum, die bislang durch die vorhandenen Unterstützungs- und Beratungsangebote nicht oder nur wenig erreicht werden?

Ja	<input type="checkbox"/>
Nein (weiter mit Frage 21)	<input type="checkbox"/>

20. Was ist notwendig, um diese Gruppe vermehrt zu erreichen?

21. Kooperieren Sie mit anderen Institutionen/ Netzwerken im Bereich Beratungs- und Unterstützungsangebote für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen?

Ja	<input type="checkbox"/>
Nein (weiter mit Frage 24)	<input type="checkbox"/>

22. Mit wem kooperieren Sie?

23. In welchen Feldern kooperieren Sie mit anderen Institutionen/ Netzwerken im Bereich Beratungs- und Unterstützungsangebote für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen?

Gemeinsame Seminar/ Workshop-Angebote	<input type="checkbox"/>
Inhaltliche Abstimmung der individuellen Seminar-/ Workshopangebote (z.B. Verantwortlichkeiten für Themen festlegen)	<input type="checkbox"/>
Gemeinsame Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>
Betreuung eines gemeinsamen Netzwerkes	<input type="checkbox"/>
Gemeinsames Online-Angebot	<input type="checkbox"/>
Vermittlung von Gründungsinteressierten bzw. Gründern zu Angeboten anderer Anbieter	<input type="checkbox"/>
Regelmäßiger persönlicher Austausch mit anderen Institutionen/ Netzwerken	<input type="checkbox"/>
Regelmäßiger telefonischer Austausch mit anderen Institutionen/ Netzwerken	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>

Langfristiger Erfolg

24. Welche Faktoren sind ausschlaggebend für den langfristigen Erfolg von Gründerinnen im ländlichen Raum?

25. Welche Hindernisse gibt es?

Statistik

26. Bitte geben Sie Ihre Institution an:

IHK	<input type="checkbox"/>
HWK	<input type="checkbox"/>
Wirtschaftsförderung	<input type="checkbox"/>
Netzwerk	<input type="checkbox"/>
Existenzgründungsagentur	<input type="checkbox"/>
Schulungs-/Beratungs-/Bildungsunternehmen	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>

27. In welcher Gemeinde oder Stadt befindet sich der Sitz Ihrer Institution? (Stadt und PLZ)

28. Welche Funktion üben Sie im Unternehmen aus?

empirica

empirica Forschung und Beratung AG besteht seit 1989 als unabhängiges wirtschafts- und sozialwissenschaftliches Forschungs- und Beratungsunternehmen aus drei Büros in Berlin, Bonn und Leipzig mit rund 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir verfügen über eine langjährige Beratungserfahrung, die sich auf die Anwendung unterschiedlicher Methoden der quantitativen und qualitativen empirischen Forschung stützt. empirica berät auf Bundes- und Landesebene, Kommunen und Regionen sowie andere Institutionen. Auch die öffentliche und private Wohnungswirtschaft, Bauträger und Projektentwickler zählen zu unseren Auftraggebern. Wir forschen, analysieren, bewerten und beraten, größtenteils mit einem räumlichen Fokus, in unterschiedlichen Feldern: von der Wirtschafts- und Sozialforschung über Wohnungs- und Immobilienmärkte bis hin zur Bearbeitung analytischer, konzeptioneller und strategischer Frage- und Aufgabenstellungen für Regionen, Städte und Quartiere sowohl in ländlichen als auch in städtischen Räumen.

Ludger Baba

Dipl.-Volksw., Mitglied des Vorstandes der empirica ag, studierte Volkswirtschaft mit Schwerpunkt Stadt- und Regionalökonomie in Göttingen und Trier. Er arbeitet seit Mitte der 1990er bei empirica mit 1,5-jähriger Unterbrechung, in der er bei IPD in London tätig war. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind u. a. Regional-, Stadt- und Quartierentwicklungen (Demografie, Wohnen und Wirtschaft), Stadtentwicklung und Städtebauförderung, Land- und Dorfentwicklung, sektorale und kommunale Handlungs- und Entwicklungskonzepte, Programmevaluationen sowie statistische Analysen, Prognosen und Methoden der quantitativen und qualitativen Sozialforschung.

Katrin Wilbert

Dipl.-Ing. (Stadtplanerin AKNW), Studium der Stadtplanung an der Fachhochschule Koblenz und anschließend der Raum- und Umweltplanung an der TU Kaiserslautern, 2009 Weiterbildung zur Immobilienökonomin (GdW) an der Südwestdeutschen Fachakademie der Immobilienwirtschaft e. V., seit 2012 Mitglied der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen, arbeitet nach Stationen an der TU Kaiserslautern und beim Verband der Wohnungswirtschaft Rheinland Westfalen (VdW RW) seit 2006 bei empirica und seit 2010 als Projektleiterin. Schwerpunkte ihrer Tätigkeit sind u. a. Regional-, Stadt- und Quartierentwicklungen, Projekt- und Programmevaluationen sowie die Anwendung von quantitativen und qualitativen Erhebungsmethoden.

Dr. Benjamin Otto

Studium der Geografie an der Humboldt-Universität zu Berlin mit Schwerpunkt Stadt- und Wirtschaftsgeografie, Promotion 2015 an der Humboldt-Universität zu Berlin, 2010 bis 2011 Lehrbeauftragter an der Humboldt-Universität zu Berlin, 2012 bis 2014 Redakteur bei Dr. Zitelmann PB. GmbH Berlin, seit 2014 Mitarbeiter bei empirica, seit 2019 als Projektleiter. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind u. a. statistische Analysen, Methoden der quantitativen und qualitativen Sozialforschung, ethnische Ökonomien und Gründungsforschung sowie Wohnungs- und Gewerbemarktanalysen und -konzepte.



Das Projekt „Selbst ist die Frau – Existenzgründung als Einkommensperspektive für Frauen im ländlichen Raum“

Mit dem Projekt „Selbst ist die Frau“ will der Deutsche LandFrauenverband e. V. (dlv) Frauen als innovative Kräfte in den Regionen halten und sie für die Möglichkeit der Existenzgründung im ländlichen Raum sensibilisieren.

Acht LandFrauen mit Gründungserfahrung wurden im Jahr 2019 zu Gründungslotsinnen ausgebildet und sind nun als Multiplikatorinnen aktiv. Sie bieten Workshops zu verschiedenen Gründungsthemen an und sensibilisieren Frauen im ländlichen Raum so für das Thema Existenzgründung. Zudem nutzen sie ihre vielfältigen Netzwerke, um Frauen an geeignete Beratungsstellen weiterzuleiten und ihnen ein Unterstützungsnetzwerk anzubieten. Durch ihre eigene unternehmerische Tätigkeit wirken sie zudem als Vorbilder für andere Frauen im ländlichen Raum und zeigen, dass man den Arbeitsmarkt vor Ort aktiv beeinflussen kann.

Ein weiteres Ziel des Projekts ist es, Wissen über Gründerinnen im ländlichen Raum zu bündeln und zu erweitern. So wurden in einer Fachkonferenz im April 2019 die Bedarfe von Gründerinnen im ländlichen Raum erörtert. Auf der Fachkonferenz wurde zudem deutlich, dass es an aktuellen und umfassenden Zahlen, Daten und Fakten zur Situation von gründungsinteressierten Frauen und Gründerinnen im ländlichen Raum mangelt. Vor diesem Hintergrund wurde die nun vorliegende Studie verfasst und trägt somit zum Schließen der Forschungslücke bei.

Das Projekt „Selbst ist die Frau“ startete im Januar 2019 und endete im Dezember 2020. Es wurde gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Weitere Informationen zum Projekt und zu den Gründungslotsinnen finden Sie unter:

<https://www.landfrauen.info/projekte/selbst-ist-die-frau>.

Aktiv für Frauen und ihre Familien im ländlichen Raum

Der Deutsche LandFrauenverband e. V. (dlv) ist der bundesweit größte Verband für Frauen, die auf dem Lande leben, und deren Familien. Ziel ist, die Lebensqualität und die Arbeitsbedingungen im ländlichen Raum zu verbessern. Der dlv vertritt die politischen Interessen aller Frauen in ländlichen Regionen und den Berufsstand der in der Agrarwirtschaft tätigen Frauen. 500.000 Mitglieder, 12.000 Ortsvereine, 22 Landesverbände bilden zusammen ein starkes Netzwerk. Der Verband nutzt seine gesellschaftliche Kraft, um die soziale, wirtschaftliche und rechtliche Situation der Frauen zu verbessern. Präsidentin ist Petra Bentkämper.

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

landfrauen.info