

Studie zur Situation von gründungsinteressierten Frauen und Existenzgründerinnen im ländlichen Raum in Deutschland

Digitale Abschlussveranstaltung des Projekts
„Selbst ist die Frau – Existenzgründung von Frauen im ländlichen Raum“

Katrin Wilbert, Ludger Baba
empirica

- Hintergrund der Studie
- Methodisches Vorgehen
- Ergebnisse
- Empfehlungen und Beispiele guter Praxis

Hintergrund der Studie

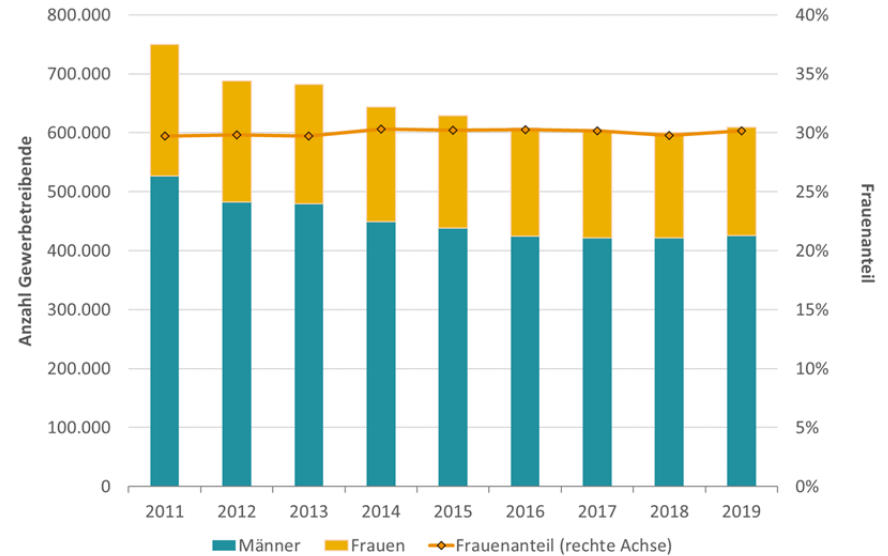
- Viele Analysen und Studien zum allgemeinen Gründungsgeschehen und zum Gründungsgeschehen von Frauen in Deutschland
- Kaum Erkenntnisse über die Lebenssituation und die Bedürfnisse von Gründerinnen in ländlichen Räumen
- Ziel: Forschungslücke schließen

Methodisches Vorgehen

- Primärerhebung in Form von zwei Onlinebefragungen
- Sonderauswertung Gewerbeanzeigenstatistik und Mikrozensus
- Auswertung sekundärstatistischer Daten (KfW, ZEW, IfM)
- Experteninterviews mit unterschiedlichen Gründungs- und Netzwerkakteuren

Deutschlandweite Trends

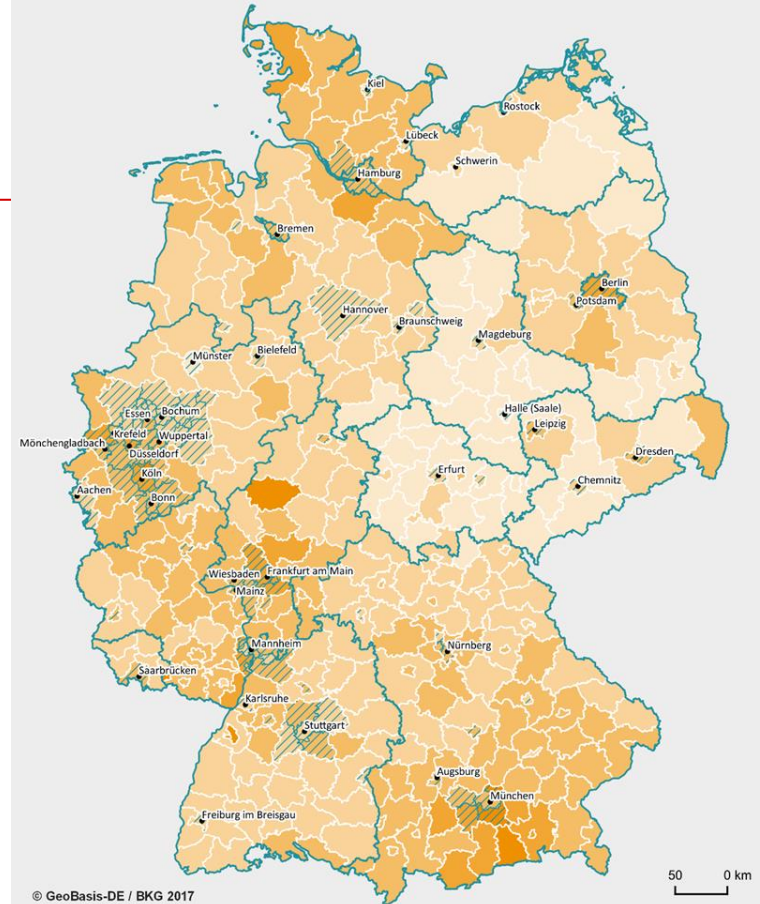
- Gründungsintensität geht seit 2011 deutschlandweit zurück
- Frauenanteil konstant bei 30%



Gewerbetreibende, die eine Neugründung vorgenommen haben, nach Geschlecht, 2011-2018

Gründungen von Frauen in ländlichen Räumen

- In ländlichen Räumen sind knapp 32% aller Gewerbetreibenden weiblich
- Gründungsintensität von Frauen liegt im Schnitt bei 72 Neugründungen je 10.000 erwerbsfähiger Frauen (Männer: 163)
- Die meisten weiblichen Gründungen auf dem Land finden im Einzelhandel (22%) und im Bereich der persönlichen Dienstleistungen statt (20%)



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

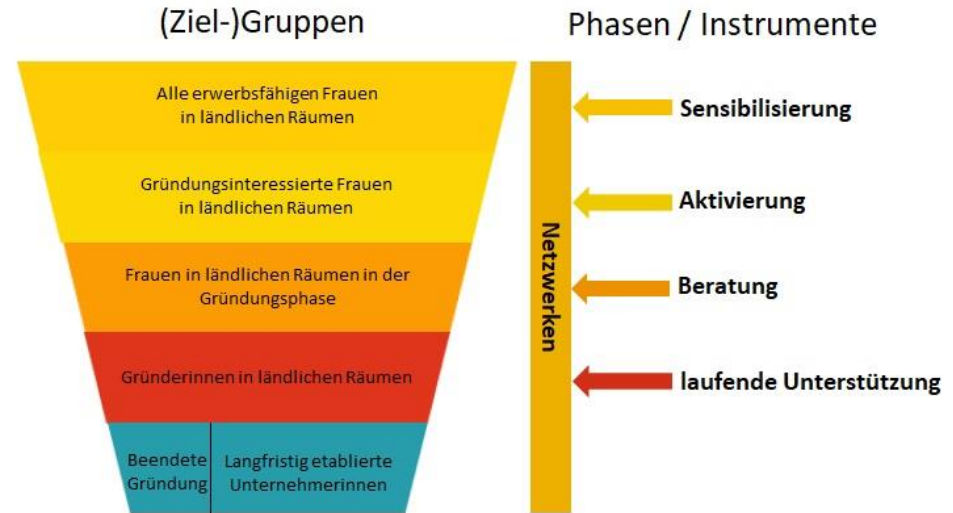
■ bis unter 50 ■ 50 bis unter 70 ■ 70 bis unter 90 ■ 90 bis unter 110 ■ 110 und mehr

▨ Städtischer Raum

Quelle: Statistische Ämter der Länder; empirica regio

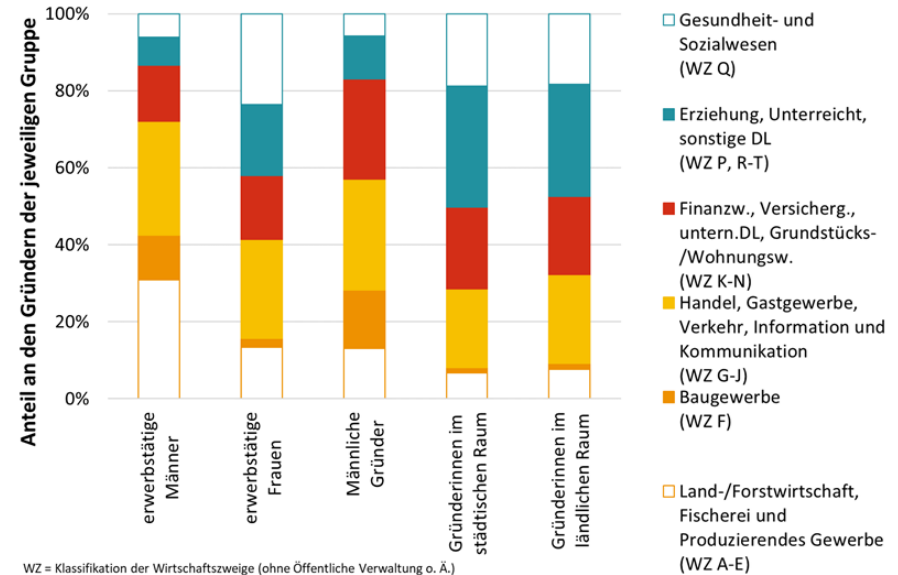
Typische Hemmnisse in unterschiedlichen Gründungsphasen

- Fehlende Vorbilder
- Fehlender Mut
- Finanzielle Unsicherheiten
- Mangelndes Zutrauen in Bezug auf die eigenen Kompetenzen
- Bürokratische Hürden



Strukturmerkmale von Gründerinnen in ländlichen Räumen

- Jede zweite Gründerin ist zwischen 35 und 54 Jahren alt
- Sie sind sehr gut ausgebildet
- Etwas mehr als die Hälfte arbeitet in Vollzeit
- Häufig Gründung im Nebenerwerb
- Kaum Unterschiede bei den Erwerbseinkommen zwischen Stadt/Land



Gründer, Gründerinnen und Erwerbstätige (Frauen und Männer) nach Branchen 2018 (zusammengefasste Wirtschaftsabschnitte)

Motivationen von Gründerinnen in ländlichen Räumen

- Gründung häufig mit Eintritt in eine neue Lebensphase
- Hauptmotivationen:
 - Selbstverwirklichung und Selbstbestimmung
 - Vereinbarkeit von Familie und Beruf
 - Fehlende Aufstiegschancen in abhängiger Beschäftigung
- Vorbilder in Familie und Umfeld erhöhen die Gründungsintensität



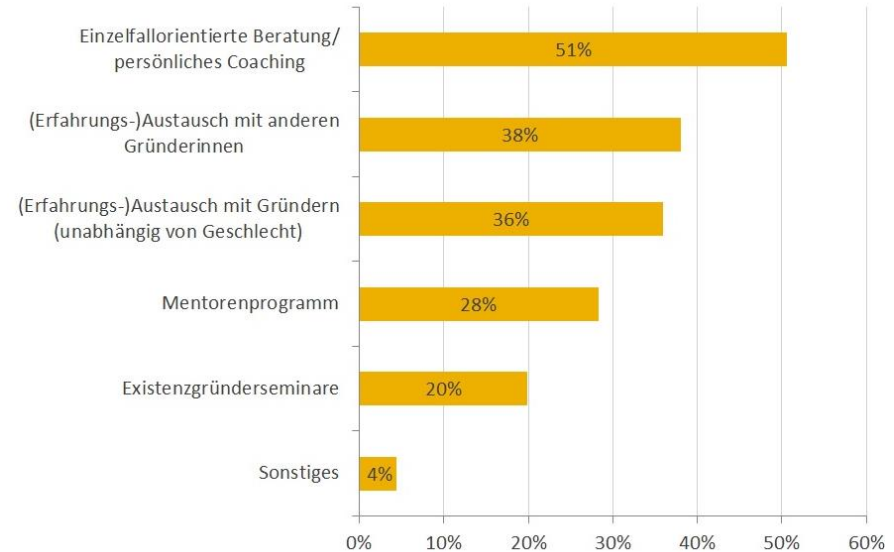
Gründerinnen: Warum haben Sie sich selbstständig gemacht bzw. wollen dies tun?

Rahmenbedingungen

- Fördernd: Beratungsangebote und Netzwerke
- Hemmend:
 - Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten
 - Verfügbarkeit von Fachkräften
 - Bürokratie
 - Traditionelle Rollenbilder erschweren die Vereinbarkeit von Familie und Beruf
 - Fehlender Mut und fehlende Vorbilder

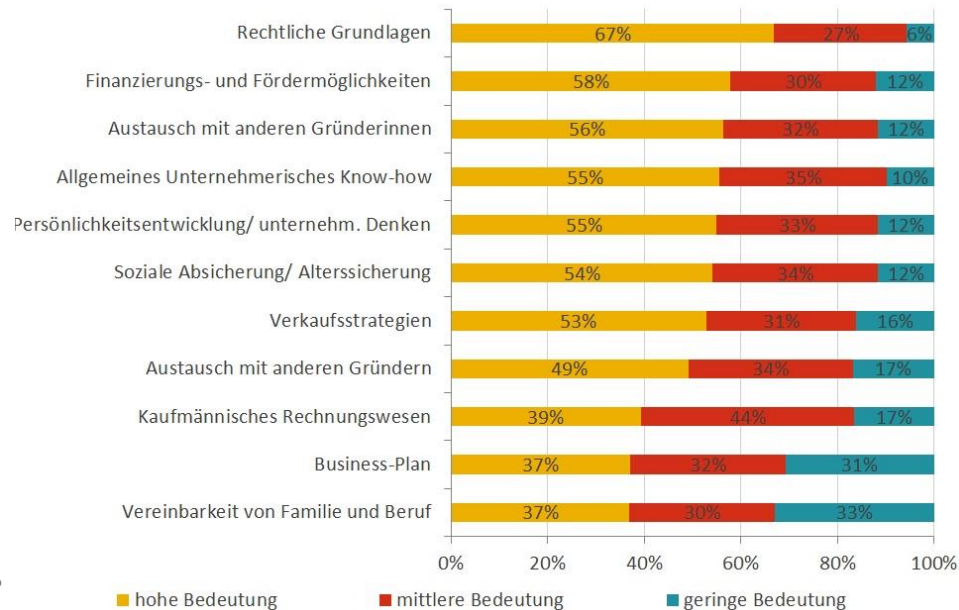
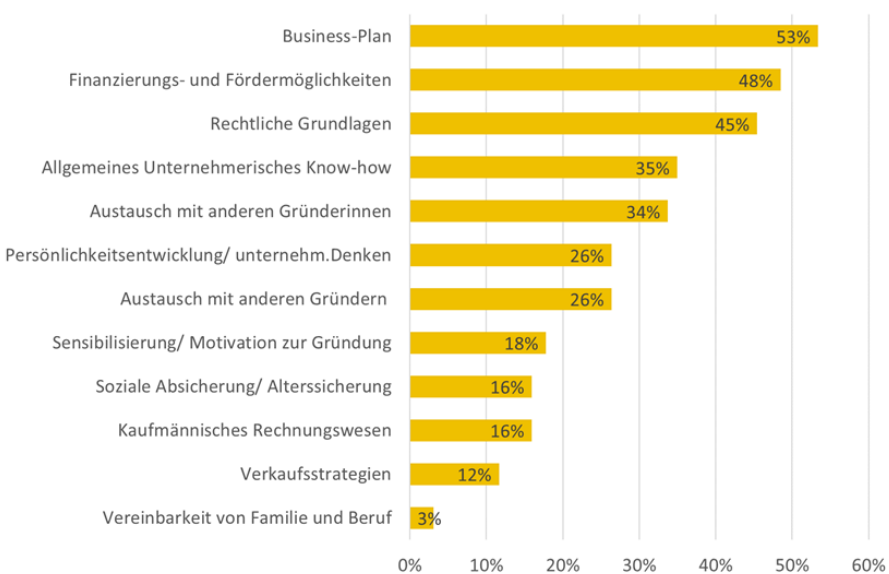
Netzwerke und Beratung: Angebote und Bedarfe

- Gründerinnen wünschen sich persönliche Coachings und Austausch mit anderen Gründerinnen (Netzwerke)
- Spezielle Beratungsangebote für Gründerinnen bieten nur 35% der befragten Gründungsberatungsstellen an
- Organisation eines Erfahrungsaustausches ist noch nicht im Fokus von Beratungsstellen



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

Netzwerke und Beratung: Angebote und Bedarfe



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

N=163, Mehrfachnennungen

Gründerinnen: Welche Themenbereiche sind für Sie von besonderem Interesse?

N=252 bis 278 Mehrfachnennungen

Empfehlungen und Beispiele guter Praxis

Phasen/Instrumente



Handlungsansätze

Zugang zur Zielgruppe verbessern

Mehr Vorbilder kommunizieren

Niedrigschwellige Angebote schaffen

Bürokratische Hürden abbauen

Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten erleichtern

Netzwerke von Existenzberatungsstellen etablieren

Mehr frauenspezifische Beratung

Netzwerke für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen ausbauen

Sensibilisierung

- Handlungsansätze:
 - Frauen, die sich noch nicht explizit mit der Gründungsidee auseinandergesetzt haben, müssen erst sensibilisiert werden. Hierzu bedarf es eine direkte Ansprache über „Transmitter“ (z.B. LandFrauenverbände)
 - Mehr Vorbilder kommunizieren
- Beispiel guter Praxis: Initiative „FRAUEN unternehmen“

Aktivierung

- Handlungsansätze:
 - Niedrigschwellige Angebote schaffen, z.B. Vorgründungsberatung als eine Art Überleitung in bestehende Beratungsstrukturen (z.B. telefonische Beratungen, informelle Netzwerktreffen oder Sensibilisierungsveranstaltungen ohne Wartelisten/Voranmeldung)
 - Bürokratische Hürden abbauen
- Beispiel guter Praxis: ExistenzgründungsAgentur für Frauen (EFA)

Beratung

- Handlungsansätze:
 - Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten verbessern
 - Auf- und Ausbau von Netzwerken vorhandener Institutionen
 - Mehr frauenspezifische Beratungsformen
- Beispiel guter Praxis: die LandFrauenverbände in Baden-Württemberg coachen Existenzgründerinnen

Vernetzung

- Handlungsansätze:
 - Ausbau von Netzwerken für gründungsinteressierte Frauen und Gründerinnen
- Beispiel guter Praxis: ThEx FRAUENSACHE

- Insbesondere in ländlichen Räumen:
 - Kommunikation von Vorbildern
 - Ausbau frauenspezifischer Unterstützungsangebote
 - Aufbau von Netzwerken
- Fortführung des gesellschaftlichen Diskurses hinsichtlich Rollenverteilung und Rollenverständnis zwischen Frauen und Männern



empirica

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

empirica ag
Forschung und Beratung
Kurfürstendamm 234
10719 Berlin
www.empirica-institut.de

Deutscher LandFrauenverband e.V.
(dlv)
Claire-Waldoff-Str. 7
10709 Berlin
www.landfrauen.info