

STUDIE

IHK NRW in Kooperation
mit dem UNESCO-Lehrstuhl
für Entrepreneurship und
interkulturelles Management
der Bergischen
Universität Wuppertal



Gründen und Nachfolgen durch Frauen in NRW

Motive, Barrieren und Strategien zur Förderung von mehr
weiblichem Unternehmertum



IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern
in Nordrhein-Westfalen

GemeinsamGründen

Gründen und Nachfolgen durch Frauen in NRW

Inhalt

Vorwort	3
Hintergrund der Studie	4
Studienteilnehmerinnen im Spiegel der Zahlen	7
Fokus Gründung	10
Fokus Unternehmensnachfolge	13
Fokus Nebenerwerb	18
Maßnahmen aus Sicht der Studienteilnehmerinnen zur Verbesserung der Gründungslandschaft	19
Fazit	23
Serviceangebot der Industrie- und Handelskammern	24
Zahlen 2022	25
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den Industrie- und Handelskammern	26
Impressum	27

Vorwort

Der Herbst 2023 sieht unseren Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen vor mannigfaltigen Herausforderungen: Als eine Folge der Energiekrise steht der Industriestandort unter Druck, die konjunkturelle Schwäche trifft die Breite der Wirtschaft. Fernab der drängenden Sorgen wird offenkundig, dass wir in Nordrhein-Westfalen auch vor strukturellen Problemen stehen. So gelingt es in NRW beispielsweise nicht in ausreichendem Maße, neue Geschäftsideen an den Start zu bringen und erfolgreich auf dem Markt zu etablieren.

Seit Jahren sinkt die Zahl der Neugründungen, auch finden sich kaum geeignete Nachfolgerinnen und Nachfolger für die zur Übergabe anstehenden Unternehmen. Zu einem nicht unerheblichen Teil liegt dies daran, dass es NRW nicht, wie andere Wirtschaftsstandorte, schafft, Frauen als Gründerinnen und Nachfolgerinnen zu begeistern. Im Jahr 2023 liegt der Anteil von Gründerinnen im Bereich der Start-ups lediglich bei 20 Prozent. Bei allen Selbstständigen beträgt er immerhin 37 Prozent. Bei der Unternehmensnachfolge sind es zwischen 13 und 23 Prozent – je nachdem, ob es sich um familieninterne oder externe Übergaben handelt.

Damit bleibt nicht nur ein großes Potenzial ungenutzt, wir verzichten auch auf ein Extra-Wachstum, denn Gründerinnen sind – statistisch betrachtet – meist erfolgreicher als ihre männlichen Pendants.

IHK NRW ist in Kooperation mit der Bergischen Universität Wuppertal daher der Frage nachgegangen, wie wir mehr Frauen als Gründerinnen und Nachfolgerinnen gewinnen können. Als vielleicht wichtigster Ansatzpunkt hat unsere Studie ergeben, dass viele Gründerinnen sich mehr unterstützende Netzwerke wünschen und Angebote wie die der Startercenter in NRW noch nicht bekannt genug sind. Ein solches belastbares Netzwerk ist aber für jede Unternehmerin und jeden Unternehmer essenziell, um auf dem Markt Fuß zu fassen und Orientierung im bürokratischen Geflecht zu finden, aber auch um sich hin und wieder einfach einen guten Rat und neue Motivation in schwierigen Phasen zu holen.

In diesem Sinne wollen die Industrie- und Handelskammern in NRW weiter daran arbeiten, mehr und zielgerichtete Unterstützungsstrukturen zu schaffen und konkrete Hilfestellungen abzuleiten.

Ich danke an dieser Stelle allen Frauen, die sich an unserer Studie beteiligt und so umfangreich geantwortet haben! Mein Dank gilt zudem den Forscherinnen des UNESCO-Lehrstuhls für Entrepreneurship und interkulturelles Management der Bergischen Universität Wuppertal für ihre exzellente Pionierarbeit, denn mit der Studie wurden zahlreiche Daten in dieser Form erstmals erhoben – eine gute Grundlage für mögliche Folgeuntersuchungen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und freue mich auf Ihre Anregungen.
Ihr



Ralf Stoffels
Präsident IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern
in Nordrhein-Westfalen e. V.



Hintergrund der Studie

Immer noch gründen in Deutschland deutlich weniger Frauen als Männer ein Unternehmen. In Nordrhein-Westfalen liegt der Anteil an Start-up-Gründungen durch Frauen sogar unter dem Bundesdurchschnitt; das gilt auch für den Anteil an Frauen unter den Gründenden. Mit dieser Unterrepräsentation bleibt ein enormes unternehmerisches und volkswirtschaftliches Potenzial ungenutzt. Dies umso mehr, als sich das Gründungsinteresse in Deutschland laut DIHK-Report Unternehmensgründung 2023 ohnehin auf einem historischen Tiefstand befindet. Der aktuelle Rückgang der Gründungstätigkeit 2022 ist laut KfW-Gründungsmonitor 2023 zu einem Großteil ein Minus bei Gründerinnen. Der Anteil von Gründungen durch Frauen war in den ersten beiden Pandemiejahren deutlich gestiegen. 2022 setzten hingegen 20 Prozent weniger Frauen eine Gründung um als noch im Vorjahr.

Definition Start-ups



Im Rahmen dieser Publikation wird unter dem Begriff Start-up ein Unternehmen, welches ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung anbietet, verstanden. Ein Start-up hat zudem hohe Wachstumschancen.

Doch welche Faktoren führen in NRW eigentlich genau zu einer geringeren Gründungstätigkeit von Frauen? Ein Ergebnis der Studie ist, dass vielen Studienteilnehmerinnen Netzwerke fehlen oder diese nicht bekannt sind. Netzwerke spielen aber eine zentrale Rolle, um Zugang zu Kapital, Unterstützerinnen und Unterstützern zu erhalten. Die Gründungslandschaft in NRW ist jedoch nach wie vor stark männlich dominiert. Ein positives Umfeld und ein Netzwerk sind aber relevant für potenzielle Geschäftsbeziehungen sowie den Austausch untereinander. Weitere zentrale Hemmnisse für eine Gründung oder Übernahme sind bürokratische Hürden oder das Thema Finanzierung. Die Studienteilnehmerinnen spiegelten aber auch, welche Maßnahmen aus ihrer Sicht gründungsfördernd sein könnten. Das sind, neben funktionierenden Netzwerken, vor allem das „Sichtbarmachen von nebenerwerblichen Gründungs-/Nachfolgemöglichkeiten“ und die „Sensibilisierung für Unternehmertum“.

Weibliche Vorbilder gesucht



Viele Unternehmerinnen glauben, dass Frauen in unternehmerischen Rollen zu wenig wahrgenommen werden.

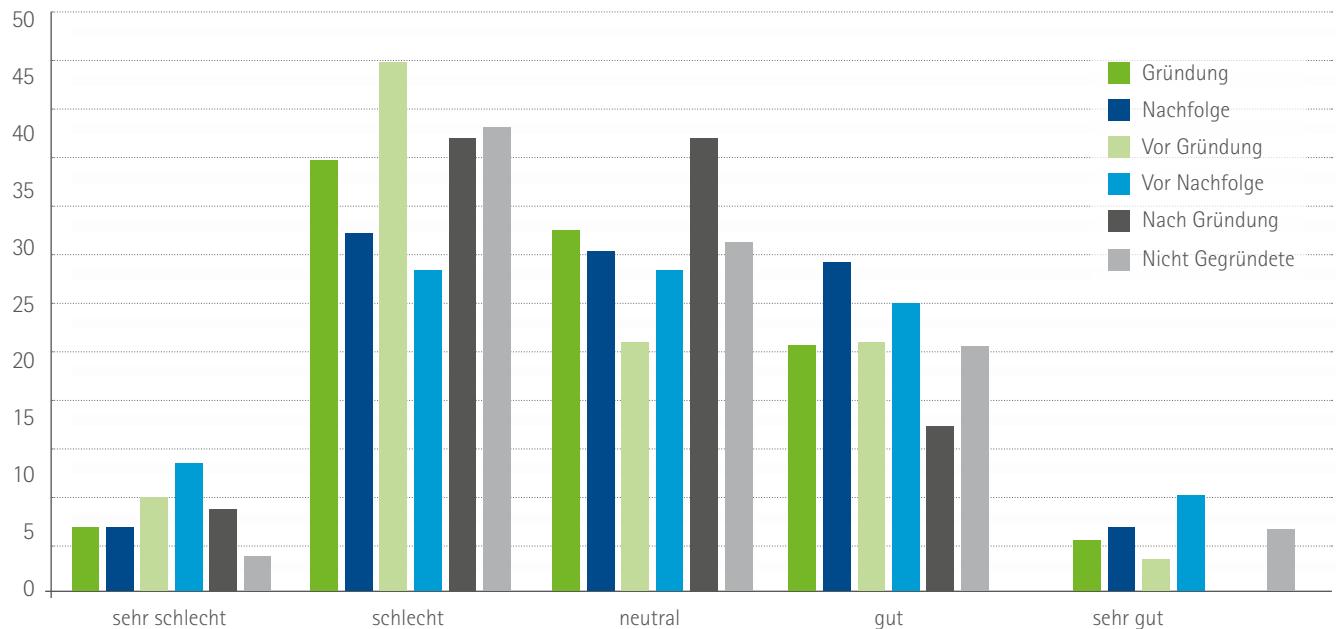
Es gibt eine Vielzahl an männlichen Gründungsvorbildern, jedoch fehlt es den Studienteilnehmerinnen an sichtbaren und nahbaren weiblichen Vorbildern für potenzielle Gründerinnen. Viele Unternehmerinnen glauben, dass Frauen in unternehmerischen Rollen zu wenig wahrgenommen werden. Fast 44 Prozent sind der Meinung, dass Frauen in unternehmerischen Rollen sehr schlecht oder schlecht wahrgenommen werden, nur gut ein Viertel ist der Auffassung, die Wahrnehmung sei gut oder sehr gut. Dies gilt insbesondere für Gründerinnen, während die Wahrnehmung von Nachfolgerinnen etwas höher ist (s. Abb. 1).

Weibliche Unternehmensnachfolge

Wenn es um die Unternehmensnachfolge geht, zeigt sich, dass männliche Alteigentümer immer noch häufiger Familienmitglieder des gleichen Geschlechts für ihre Nachfolge bevorzugen. So können sich Töchter in der Familiennachfolge gegen ihre männlichen Familienmitglieder meist nicht durchsetzen. Die Zahl der Übernahmen von Familienunternehmen durch Töchter steigt zwar laut den Autorinnen Daniela Jäkel-Wurzner und Kerstin Ott in ihrer Veröffentlichung „Töchter im Familienunternehmen“, meist aber kommen sie nur dann zum Zug, wenn es keine Brüder oder männliche Konkurrenten gibt.

Kommt es zur weiblichen Nachfolge, dann geschieht dies statistisch häufiger in Segmenten wie Handel, Dienstleistung, Gesundheit und Soziales, Gastgewerbe sowie Kunst und Unterhaltung, aber nicht so häufig in eher männerdominierten Bereichen, obwohl Frauen dort nachweislich den gleichen unternehmerischen Erfolg haben. Trotzdem existieren immer noch Vorbehalte bezüglich einer weiblichen Nachfolge. Diese Bedenken sind besonders stark vertreten im Baugewerbe, im verarbeitenden Gewerbe oder im Bergbau.

ABBILDUNG 1: WAHRNEHMUNG VON FRAUEN IN UNTERNEHMERISCHEN ROLLEN



Es zeigt sich allerdings, dass sich die Unternehmensnachfolge von Frauen durch verschiedene Mechanismen stärken lässt. Erfolgstreibend ist insbesondere die gezielte Beratung von potenziellen Nachfolgerinnen. Diese Beratung wird von Frauen gesucht und angenommen. Außerdem bedarf es der Verbesserung der Rahmenbedingungen und eines neuen Rollenverständnisses von Unternehmerinnen und Unternehmern. Hilfreich sind außerdem verstärkte Angebote der Kinderbetreuung sowie Sensibilisierung und Information aller Zielgruppen.



Es zeigt sich, dass sich die Unternehmensnachfolge von Frauen durch verschiedene Mechanismen stärken lässt. Erfolgstreibend ist insbesondere die gezielte Beratung von potenziellen Nachfolgerinnen.

Breite Bestandsaufnahme

Diese sowie weitere Erkenntnisse, die im Folgenden präsentiert werden, verdanken sich einer Untersuchung von IHK NRW in Kooperation mit dem UNESCO-Lehrstuhl für Entrepreneurship und interkulturelles Management der Bergischen Universität Wuppertal. Die Studie liefert eine breite Bestandsaufnahme zu diesem wichtigen Thema. Im Einzelnen nimmt sie folgende Bereiche in den Fokus:

- Fakten und Besonderheiten rund um Gründen und Nachfolge von Frauen
- Motive für Gründung und Nachfolge von Frauen
- Bekanntheit und Nutzung von Angeboten zur Unterstützung bei Gründung und Nachfolge – zum Beispiel Beratungsangebote, Suche, Matching mit zu übergebenden Unternehmen, Sensibilisierungsmaßnahmen – sowie Erfahrungen mit diesen Angeboten
- strukturelle Barrieren
- Arbeits- und Zeiteinteilung von Gründerinnen und Nachfolgerinnen

Zitate

Zitate von **Prof. Dr. Christine Volkmann** und **Dr. Nikolaus Paffenholz** haben wir in der Broschüre farblich hervorgehoben.



*Prof. Dr.
Christine
Volkmann*



*Dr. Nikolaus
Paffenholz*

Zur Erforschung des Status quo von Gründerinnen und Nachfolgerinnen in NRW wurde zunächst eine qualitative Vorstudie mit biografischen Interviews durchgeführt und anschließend die quantitative Hauptstudie. Die Ergebnisse wurden schließlich in Interviews mit einem Experten und Expertinnen reflektiert: unter anderem mit **Dr. Nikolaus Paffenholz**, Abteilungsleiter Unternehmensservice der IHK Düsseldorf und Fachpolitischer Sprecher für Existenzgründung und Unternehmensförderung in NRW, und **Prof. Dr. Christine Volkmann**, Inhaberin des UNESCO-Lehrstuhls für Entrepreneurship und interkulturelles Management an der Bergischen Universität Wuppertal. Auszüge aus beiden Interviews finden Sie als kommentierende und fachliche Einordnung in der vorliegenden Publikation.

Die quantitative Befragung wurde zwischen 19. Juni und 9. Juli 2023 online durchgeführt und über ausgewählte Multiplikatoren, beispielsweise die IHKs in NRW, geteilt. Dabei musste das Unternehmen in NRW ansässig sein und die Frauen mindestens Geschäftsführerin oder Gesellschafterin sein. Die Gründung oder Nachfolge sollte noch jung sein, also maximal zehn Jahre zurückliegen. Insgesamt haben 1.416 Frauen teilgenommen, darunter 954 neue Gründerinnen und 206 Unternehmensnachfolgerinnen. 75 Frauen stehen kurz vor der Gründung oder Übernahme eines Unternehmens, der Rest hat die Gründung in der Zwischenzeit wieder aufgegeben oder konnte sich keiner Kategorie zuordnen, zum Beispiel Freiberuflerinnen oder Kleingewerbetreibende.



„Unabhängig sein“

„Das wichtigste Motiv für die Gründung wie auch die Nachfolge lautet selbstbestimmtes Arbeiten! 79 Prozent der Gründerinnen und knapp 78 Prozent der Frauen, die eine Nachfolge antraten, gaben dies als bestimmendes Motiv an.

Studienteilnehmerinnen im Spiegel der Zahlen

Die Mehrheit der Studienteilnehmerinnen sind Frauen, die eine Neugründung vollzogen haben (79,3 Prozent). Gut jede fünfte (20,7 Prozent) ist über eine Nachfolge zur Unternehmerin geworden. 5,6 Prozent der Frauen, die geantwortet haben, stufen ihre Unternehmung als Start-up ein und damit als Unternehmen, das jünger als zehn Jahre ist, ein hohes Wachstum anstrebt und in hohem Maß auf Innovation setzt. Insgesamt schätzen IHKs den Anteil solch innovativer und wachstumsorientierter Gründungsprojekte in Deutschland über alle Branchen hinweg auf etwa acht bis zehn Prozent, wie aus dem DIHK-Report Unternehmensgründung 2023 hervorgeht.

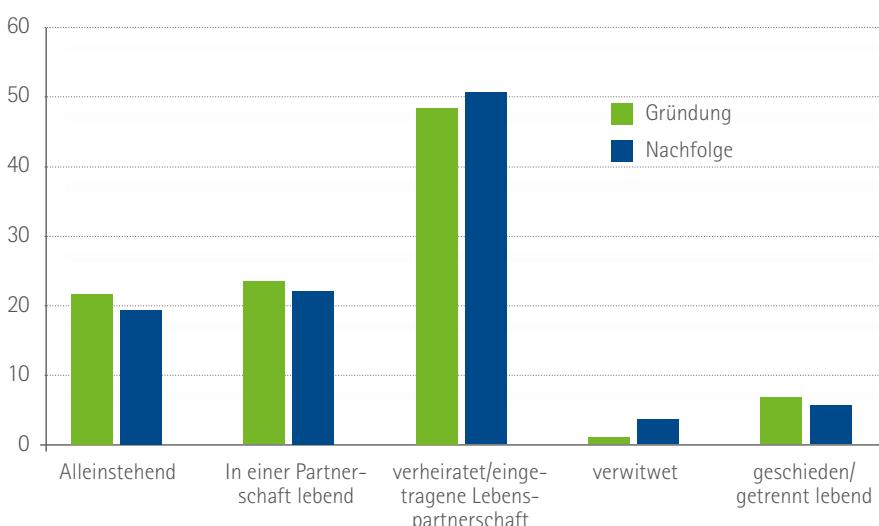
Jede achte befragte Unternehmerin (12,5 Prozent) hat in den Segmenten Beratung und Agentur gegründet oder eine Nachfolge angetreten. Weitere stark vertretene Branchen: Medien und Kreativwirtschaft (9,4 Prozent), Handwerk (8,0 Prozent) sowie Medizin und Gesundheitswesen (7,5 Prozent). Das produzierende Gewerbe spielt beim Gründungssechsen der befragten Frauen hingegen eine deutlich schwächere Rolle.

Die typische Unternehmensform sowohl bei der Neugründung als auch der Unternehmensnachfolge: Einzelunternehmen. Dies trifft auf 71,4 Prozent der Befragten zu. Eine GmbH oder UG (haftungsbeschränkt) gründeten oder übernahmen 19,1 Prozent der Frauen. Das ist bei der Unternehmensnachfolge übrigens anders. Von den ebenfalls befragten Nachfolgerinnen gaben nur 48,5 Prozent an, ein Einzelunternehmen übernommen zu haben. Gut jede dritte war hingegen Nachfolgerin in einer GmbH oder UG (haftungsbeschränkt).

Häufigster Bildungsabschluss der befragten Frauen ist mit 46,3 Prozent ein Hochschulabschluss. 20,8 Prozent verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung oder einen Meistertitel. 30,6 Prozent der Frauen geben als höchsten Bildungsabschluss Abitur, Fachhochschulreife oder Mittlere Reife/Fachoberschulreife an.

Zum Zeitpunkt der Gründung ihres Unternehmens waren zudem 71,2 Prozent der befragten Frauen verheiratet, lebten in einer eingetragenen Lebenspartnerschaft oder einer Partnerschaft. Knapp die Hälfte hatte zum Zeitpunkt der Gründung (48,4 Prozent) oder Nachfolge (51,5 Prozent) ein oder mehrere Kinder.

ABBILDUNG 2: FAMILIENSTAND



Beruht auf eigener Einschätzung der Unternehmen, die jünger als 10 Jahre sind, in Bezug auf:

WACHSTUM

Mitarbeitendanzahl, Marktanteil, Profitabilität

INNOVATION

Geschäftsmodell, Prozesse, Technologie, Produkte/Dienstleistungen, Markt



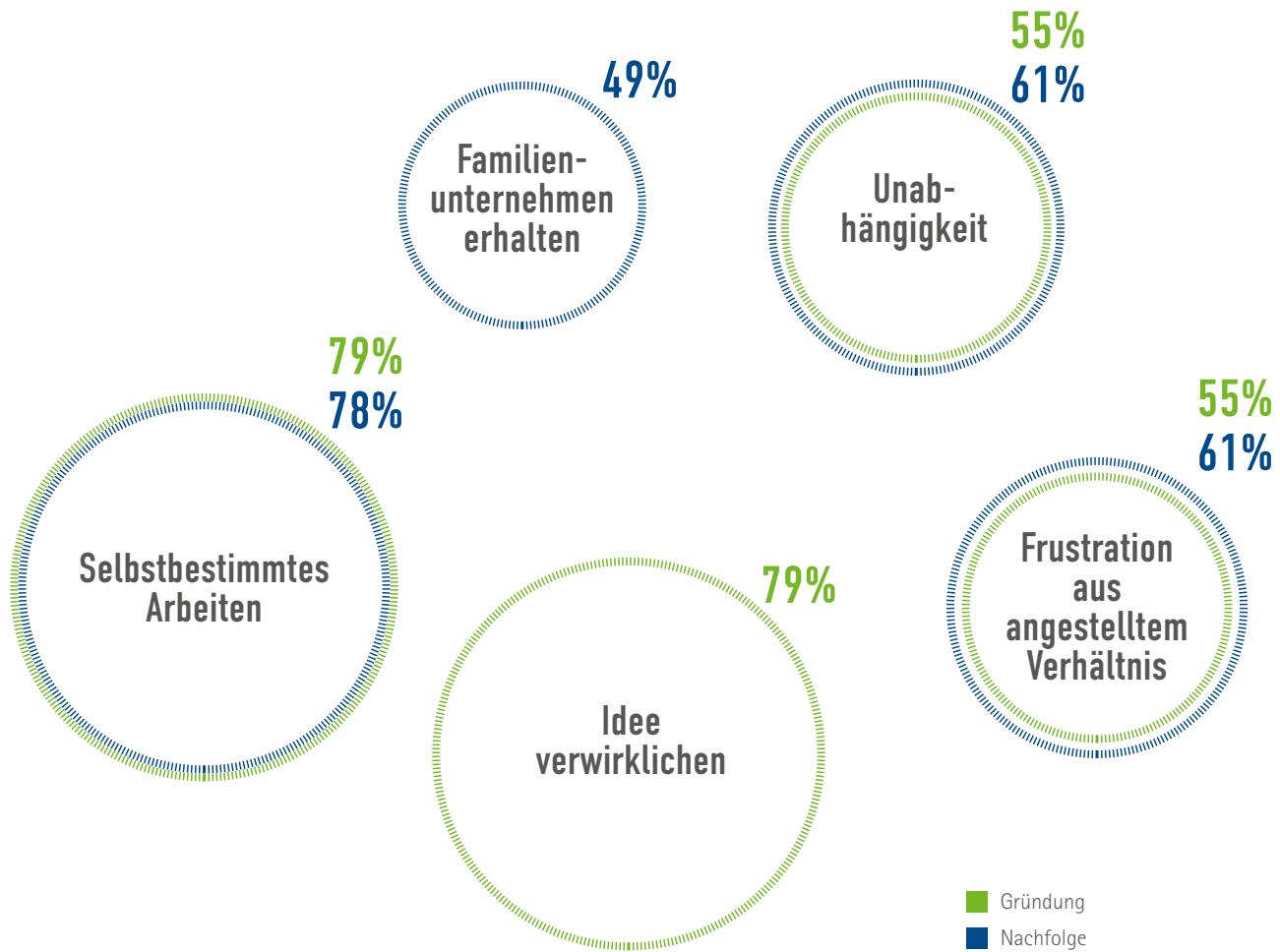
Fast die Hälfte der befragten Frauen (48,6 Prozent) wurde nebenberuflich als Gründerin oder Nachfolgerin aktiv, davon 21,8 Prozent – jede zehnte befragte Frau – in Elternzeit. Eine Gründerin beschrieb die Motivation für eine Gründung aus der Elternzeit folgendermaßen: „Mein vorheriger Chef wollte in Zukunft kein Homeoffice mehr unterstützen, und mit den Kindern konnte ich mir das nicht vorstellen, soviel Zeit für die Fahrt ins Büro zu verbringen und so unflexibel zu sein. Also habe ich nach anderen Sachen geschaut, da habe ich aber immer nur Teilzeit-Angebote gefunden mit einem schlechten Gehalt. Ich wollte aber auf jeden Fall unabhängig sein, und so habe ich mit einer Freundin, die auch Kinder hat, damals beschlossen, dass wir zusammen gründen.“



Das wichtigste Motiv für die Gründung wie auch die Nachfolge lautet selbstbestimmtes Arbeiten!

„Unabhängig sein“ trifft es gut. Denn das wichtigste Motiv für die Gründung wie auch die Nachfolge lautet selbstbestimmtes Arbeiten! 79 Prozent der Gründerinnen und knapp 78 Prozent der Frauen, die eine Nachfolge antraten, gaben dies als bestimmendes Motiv an (Abb. 3). Ebenfalls sehr wichtig für Gründerinnen: Ideen zu verwirklichen (67,7 Prozent), Unabhängigkeit (62 Prozent) und Selbstverwirklichung (55,3 Prozent). Nachfolgerinnen nannten als weitere wichtige Motive vor allem Unabhängigkeit (54,7 Prozent), den Erhalt des Familienunternehmens (49 Prozent), Positives bewirken (32,4 Prozent) und bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf (31,7 Prozent).

ABBILDUNG 3: MOTIVE FÜR DIE GRÜNDUNG/NACHFOLGE



Zugleich sehen sich die befragten Frauen mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert (Abb. 4). Für Gründerinnen sind das vor allem bürokratische Hürden (53 Prozent), Mangel an Unterstützungssystemen (35,5 Prozent), fehlende Netzwerke (29,7 Prozent) und das Thema Finanzierung (29,1 Prozent). Nachfolgerinnen hingegen sehen den Wandel der eigenen Rolle am häufigsten als Herausforderung (54,7 Prozent), gefolgt von den Beziehungen zu Mitarbeitenden (34,5 Prozent) und der Finanzierung (32,4 Prozent). Auch der erhöhte Zeitaufwand und die geprägte Unternehmenskultur, die nicht mit der eigenen übereinstimmt (je 29,5 Prozent), sind für viele Nachfolgerinnen eine Herausforderung.

Neben der Haupt-Zielgruppe der Gründerinnen und Nachfolgerinnen wurde auch eine kleine Teilmenge an Frauen (n=149) befragt, die mit dem Gedanken der Gründung spielten, diese jedoch nicht umsetzten. Die Gründe, warum sich die Befragten gegen eine Gründung/Nachfolge entschieden, waren bei 46,3 Prozent der Befragten die mangelnden finanziellen Ressourcen, 38,3 Prozent gaben an, dass sie mangelndes Vertrauen in die Erfolgsaussichten haben, und 33,6 Prozent nannten die derzeitige Familienverantwortung, die Gründung/Nachfolge nicht umzusetzen. Circa ein Viertel (26,2 Prozent der Befragten) gaben zudem an, dass mangelnde Unterstützung von außen bspw. durch Behörden und/oder Finanzinstitute zur Entscheidung gegen die Gründung/Nachfolge führte.

ABBILDUNG 4: WAHRGENOMMENE HERAUSFORDERUNGEN



„Ich war irgendwie die ganze Zeit auf der Suche nach Antworten. Es kamen so viele Fragen auf und ich habe irgendwie ständig versucht herauszufinden, wie ich damit umgehen soll. Seien das Briefe von der Krankenkasse oder aber auch Fragen zum klassischen Vertrieb. Ich wusste nicht, wen ich fragen kann, und so habe ich mir irgendwie immer alles ergoogelt.“

„Ich würde mir mehr Öffentlichkeitsarbeit, Beispiele von Unternehmerinnen in den unterschiedlichsten Bereichen und konkretes Know-how für die Interessentinnen (im Internet und bei Infoveranstaltungen) wünschen. Die Starterinnen-Woche ist dafür ein tolles Beispiel!“



„Ich war halt mein ganzes Leben die Tochter vom Chef (...) und plötzlich war ich dann die Chefin, und das war gar nicht so einfach. Die Branche ist halt immer noch sehr männerdominiert, und die meisten meiner Mitarbeitenden sind Männer. Von denen als Chefin wahrgenommen zu werden war schon ein hartes Stück Arbeit.“

Fokus Gründung

Wie in den vorherigen Kapiteln aufgezeigt, gibt es zahlreiche Motive für die Gründung eines Unternehmens. Viele Gründerinnen sehen sich vor ihrem Vorhaben und auch währenddessen aber auch mit Zweifeln konfrontiert. Am häufigsten betraf das bei den befragten Gründerinnen die Finanzierung ihres Vorhabens und finanzielle Unterstützung. In der Umfrage berichten Gründerinnen zum Beispiel, dass Finanzierungsvorhaben abgelehnt worden seien, dass es Probleme bei der Anbahnung des Mietvertrages für die benötigten Räume gegeben habe oder dass sie den Finanzierungsbedarf falsch eingeschätzt hätten.

„In der Corona-Zeit haben wir teilweise einen Rückfall in alte Rollenbilder erlebt. Ich nehme aber wahr, dass die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zunehmend nicht mehr nur als Frauenthema gesehen wird.“

Dr. Nikolaus Paffenholz

„Mehrfach berichteten die Befragten, dass sie sich als angehende Unternehmerinnen von ihrem Gegenüber, zum Beispiel in Banken oder Beratungsstellen, nicht ernst genommen fühlten. Es sollte daher mehr Angebote zur allgemeinen Sensibilisierung für geschlechtsbezogene Vorurteile und Diskriminierung geben.“

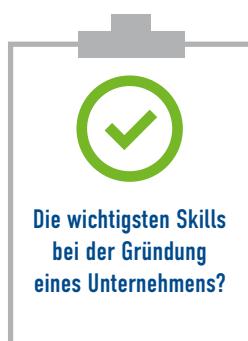
Dr. Nikolaus Paffenholz

Bedenken kamen einigen Gründerinnen auch, weil sie Schwierigkeiten mit „Verständnis und Durchführen der Bürokratie“ hatten. „Zur Zeit ruht die Gründung, da die Erklärungen in Formularen von mir anders verstanden wurden, als sie vom Lebensmittelamt gemeint waren“, gab eine Befragte in der Umfrage an. Auch die Corona-Pandemie ließ einige Gründerinnen zwischenzzeitlich vor ihrer Gründung zurückschrecken, ebenso die Angst vor Scheitern, Versagen und Misserfolg.

Ein weiteres Problem: Diskriminierung aufgrund des weiblichen Geschlechts. Mehrere Befragte äußerten, deshalb Skepsis an ihrer Gründung gehabt zu haben. Ein Zitat: „Die Branche, die ich gewählt habe, hat viele Schnittstellen zu eher männlichen Berufszweigen (zum Beispiel Logistik). Man wird nicht ernst genommen oder übervorteilt, da man den Job ja körperlich nicht selber machen kann.“

Weil das Gründen viele Herausforderungen mit sich bringt, sind die befragten Gründerinnen dankbar für Unterstützungsangebote. Besonders wichtig sind ihnen laut Umfrage „Beratungsleistungen (zum Beispiel Geschäftsidee, Businessplan, Finanzierung etc.)“, „Fachliche Workshops zu Hard Skills (zum Beispiel Marketing, Buchhaltung)“, „Fördermittel (zum Beispiel das Gründungsstipendium.NRW)“, „Netzwerkveranstaltungen“, „Mentoring und/oder Coaching“ und „Fachliche Workshops zu Soft Skills (zum Beispiel Führungskompetenz“ (Abb. 5). Das Problem: Bei sämtlichen abgefragten Unterstützungsangeboten klafft eine teils beträchtliche Lücke zwischen der Bedeutung, die die Unternehmerinnen diesen Angeboten zumessen, und der tatsächlichen Nutzung. Besonders deutlich wird dies bei Fördermitteln: Fast 70 Prozent halten dieses Angebot für „sehr wichtig“ oder „wichtig“, weniger als 20 Prozent haben es tatsächlich genutzt. Ein Grund dafür könnte sein, dass Gründerinnen Förderanträge stellen wollten, diese aber nicht bekannt genug waren. So bewerten die Studienteilnehmerinnen ihr Wissen zu Finanzierungsmöglichkeiten nur bei Bank- oder Privatdarlehen und eigenen Ersparnissen überwiegend als „gut“ oder „sehr gut“. Bei anderen Finanzierungsformen, wie Business Angels, Venture Capital, Crowdfunding, aber auch staatlichen Fördermitteln bewerten mehr als zwei Drittel der befragten Frauen ihr Wissen zwischen „neutral“, „schlecht“, oder „sehr schlecht“.

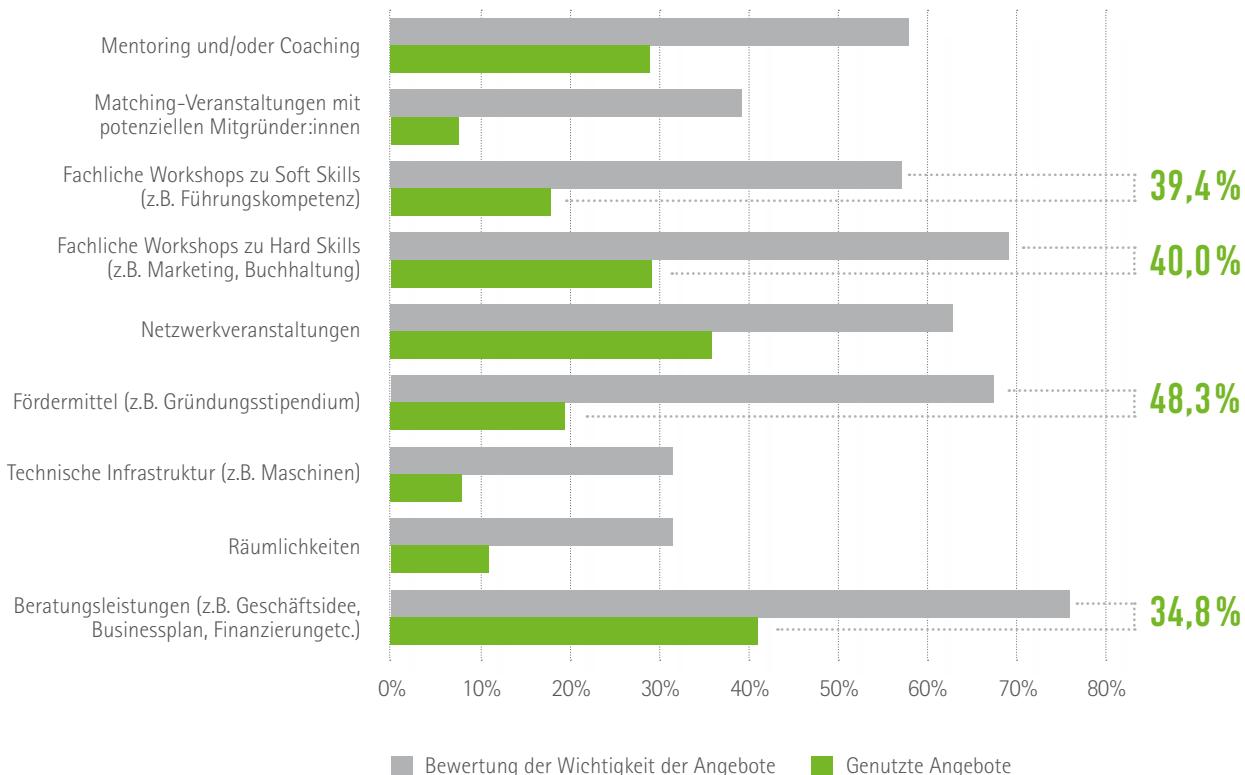
Gefragt wurden die Gründerinnen darüber hinaus, welche Kompetenzen sie als besonders wichtig für eine Gründung erachteten und wie sie ihre vorhandenen Kompetenzen in diesem Kontext einschätzen. Fast vier von fünf Befragten (78 Prozent) halten „Durchhaltevermögen“ für die wichtigste Kompetenz zur Gründung eines Unternehmens. Auf Platz 2 folgt „Selbstvertrauen“ (66,5 Prozent), auf Platz 3 „Motivationsfähigkeit“ (61,8 Prozent).



Die wichtigsten Skills
bei der Gründung
eines Unternehmens?



ABBILDUNG 5: UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE



Viele Angebote werden als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ eingeschätzt, jedoch wesentlich weniger in Anspruch genommen.

Vor allem Angebote zu Hard Skills, Beratungsleistungen und Matching-Veranstaltungen sollten ausgebaut/bekannter gemacht werden.

Große Bedeutung messen die befragten Gründerinnen auch diesen Kompetenzen bei: „Fachwissen zu Finanzierungsmöglichkeiten“, „Betriebswirtschaftliches Fachwissen“, „Netzwerken“, „Zeitmanagement“ und „Selbstvertrauen“. Allerdings zeigt sich bei diesen Kompetenzen in der Umfrage die größte Lücke zwischen der Einschätzung ihrer Wichtigkeit für eine Gründung und der Selbsteinschätzung in diesen Kompetenzen. Sprich: Hier sahen offenbar viele Befragte bei sich selbst deutlichen Nachholbedarf.

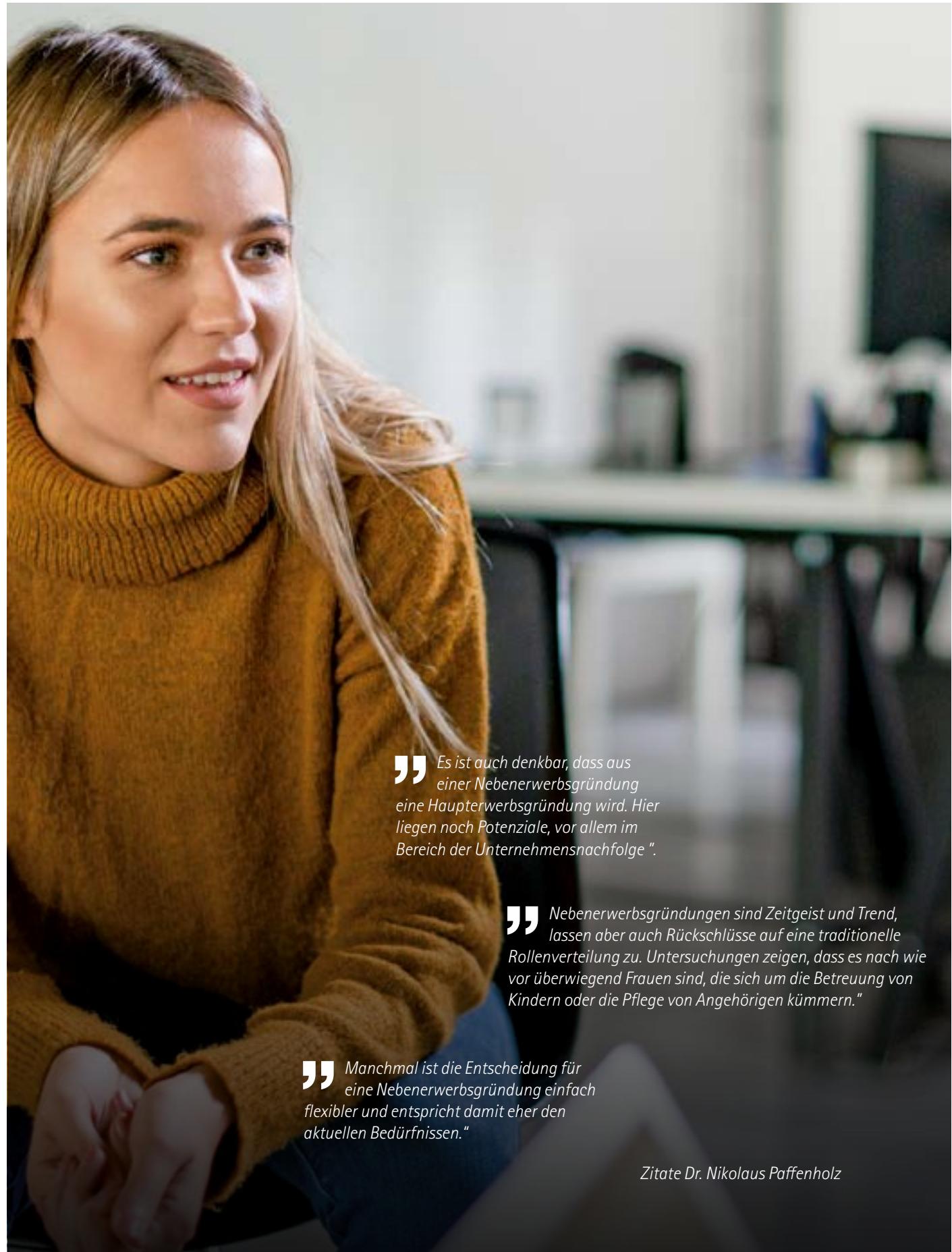
Wie es gelingen könnte, den Anteil an weiblichen Gründungen und Nachfolgen langfristig zu steigern, wurden die Gründerinnen ebenfalls gefragt. Mit jeweils weit über 80 Prozent Zustimmung erachten sie das „Sichtbarmachen von nebenerwerblichen Gründungs-/Nachfolgemöglichkeiten“ (87 Prozent), „Sensibilisierung für Unternehmertum“ (86,5 Prozent) und „Austauschmöglichkeiten mit Unternehmerinnen“ (83,5 Prozent) als „wichtige“ oder „sehr wichtige“ Ansatzpunkte, um den Gründungs- und Nachfolgeanteil von Frauen zu erhöhen.

87 %
Sichtbarmachen von
nebenerwerblichen
Gründungs-/Nachfolge-
möglichkeiten



86,5 %
Sensibilisierung
für Unternehmertum

83,5 %
Austauschmöglichkeiten
mit Unternehmerinnen



„Es ist auch denkbar, dass aus einer Nebenerwerbsgründung eine Haupterwerbsgründung wird. Hier liegen noch Potenziale, vor allem im Bereich der Unternehmensnachfolge.“

„Nebenerwerbsgründungen sind Zeitgeist und Trend, lassen aber auch Rückschlüsse auf eine traditionelle Rollenverteilung zu. Untersuchungen zeigen, dass es nach wie vor überwiegend Frauen sind, die sich um die Betreuung von Kindern oder die Pflege von Angehörigen kümmern.“

„Manchmal ist die Entscheidung für eine Nebenerwerbsgründung einfach flexibler und entspricht damit eher den aktuellen Bedürfnissen.“

Zitate Dr. Nikolaus Paffenholz

Fokus Unternehmensnachfolge

Insgesamt beteiligten sich 1.416 Frauen an der Studie. 201 von ihnen sind Unternehmensnachfolgerinnen. Interessant ist, dass sich diese Zahl etwa zur Hälfte auf die beiden Nachfolgevarianten Familiennachfolge (105) und externe Nachfolge (96) verteilt. Die vorliegende Studie widmet sich auch dem Vergleich zwischen diesen beiden Varianten. Dabei fallen einige Unterschiede auf.

Ein Unterschied betrifft die Altersstruktur bei Antritt der Nachfolge (Abb. 6). Frauen in der Familiennachfolge sind deutlich jünger zum Zeitpunkt der Nachfolge als externe Nachfolgerinnen. Zum Beispiel sind 20 Prozent der Familiennachfolgerinnen 26 bis 30 Jahre alt, während es bei den externen Nachfolgerinnen nur 7,3 Prozent sind.

Bundesweit lag das Durchschnittsalter der Frauen und Männer, die eine Nachfolge antraten, zuletzt bei 38 Jahren, wie der Nachfolgemonitor 2023 von Creditreform Rating, KCE KompetenzCentrum für Entrepreneurship & Mittelstand und Verband Deutscher Bürgschaftsbanken zeigt. Dieser Untersuchung zufolge lag der Anteil der übernehmenden Frauen im Zeitraum von 2014 bis 2022 unverändert bei zirka 22 Prozent.

Zurück nach NRW. Externe Nachfolgerinnen sind zum Zeitpunkt der Nachfolge häufiger (55,2 Prozent) verheiratet (Abb. 7) als Frauen aus der Familiennachfolge (45,7 Prozent). Dies könnte jedoch auch mit dem jüngeren Alter der Frauen aus der Familiennachfolge zum Zeitpunkt der Nachfolge zusammenhängen.

6,7 Prozent der Familiennachfolgerinnen sind verwitwet, aber keine der befragten externen Nachfolgerinnen. Das könnte darauf hindeuten, dass in diesen Fällen der Tod des Ehemannes der Anlass für die Firmenübernahme war.

53,1 Prozent der externen Nachfolgerinnen hatten zum Zeitpunkt der Nachfolge ein oder mehrere Kinder, bei den Familiennachfolgerinnen war es genau jede zweite.

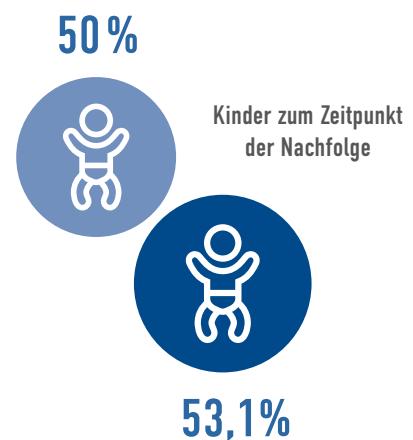


ABBILDUNG 6: ALTERSSTRUKTUR BEI NACHFOLGE

█ Familiennachfolge
█ Externe Nachfolge

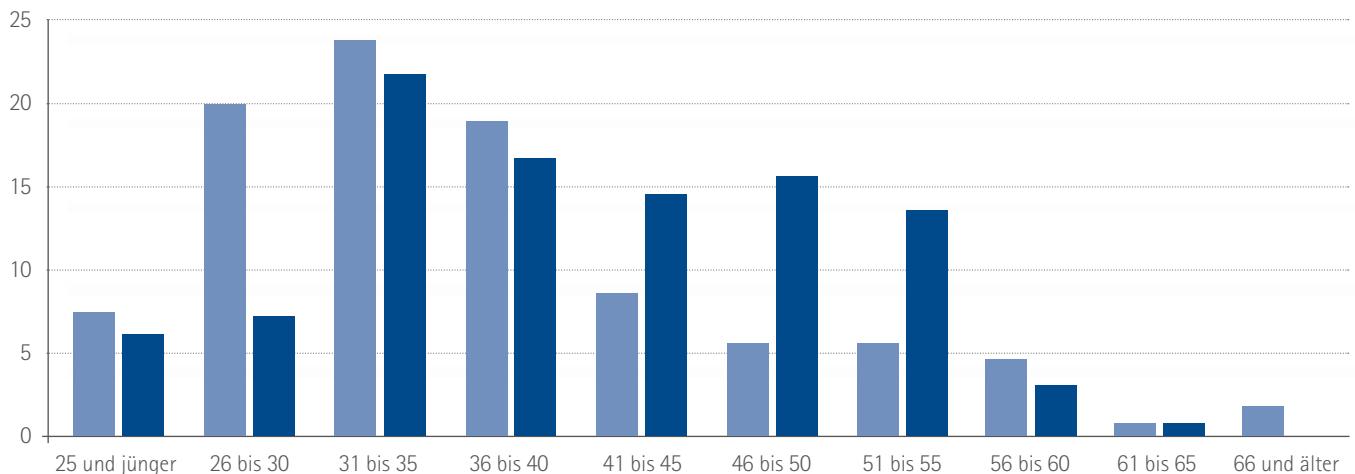
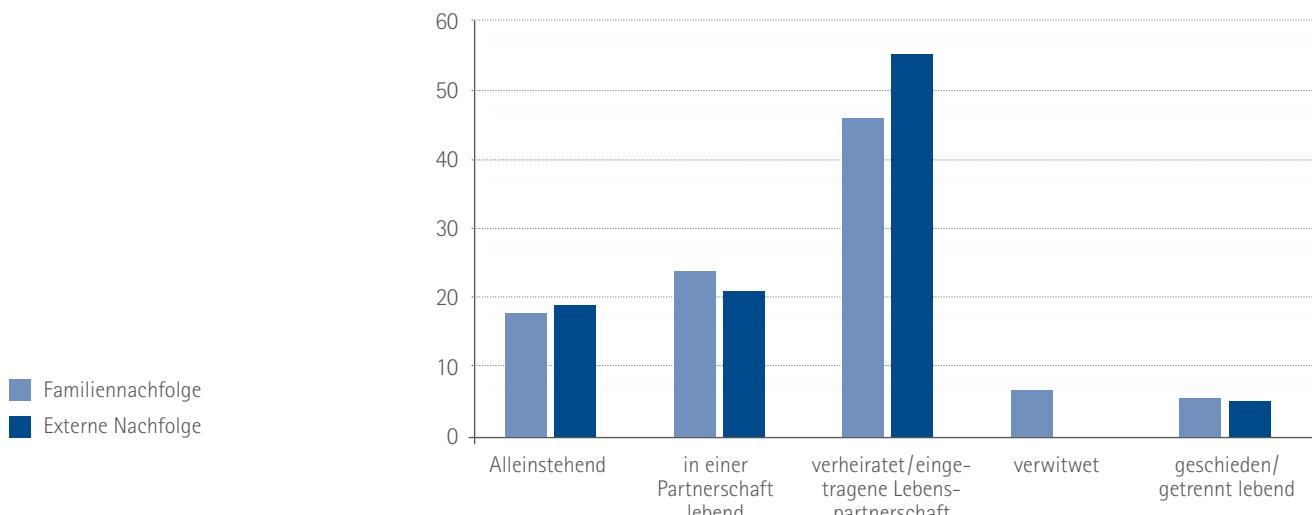


ABBILDUNG 7: FAMILIENSTAND BEI NACHFOLGE



FamilienNachfolgen werden häufig schon frühzeitig besprochen und Tochter oder Sohn bereiten sich gezielt mit einem Wirtschaftsstudium vor.

Was die Studienfächer der Nachfolgerinnen betrifft (Abb. 8), gibt es interessante Unterschiede. So haben FamilienNachfolgerinnen deutlich häufiger (53,3 Prozent) Wirtschaftswissenschaften oder einen vergleichbaren Studiengang absolviert als externe Nachfolgerinnen (33,3 Prozent). Grund hierfür könnte sein, dass FamilienNachfolgen häufig schon frühzeitig besprochen werden, und die Tochter oder der Sohn, die das Unternehmen eines Tages übernehmen und führen sollen, sich mit einem Wirtschaftsstudium gezielt vorbereiten.

ABBILDUNG 8: STUDIENFACH

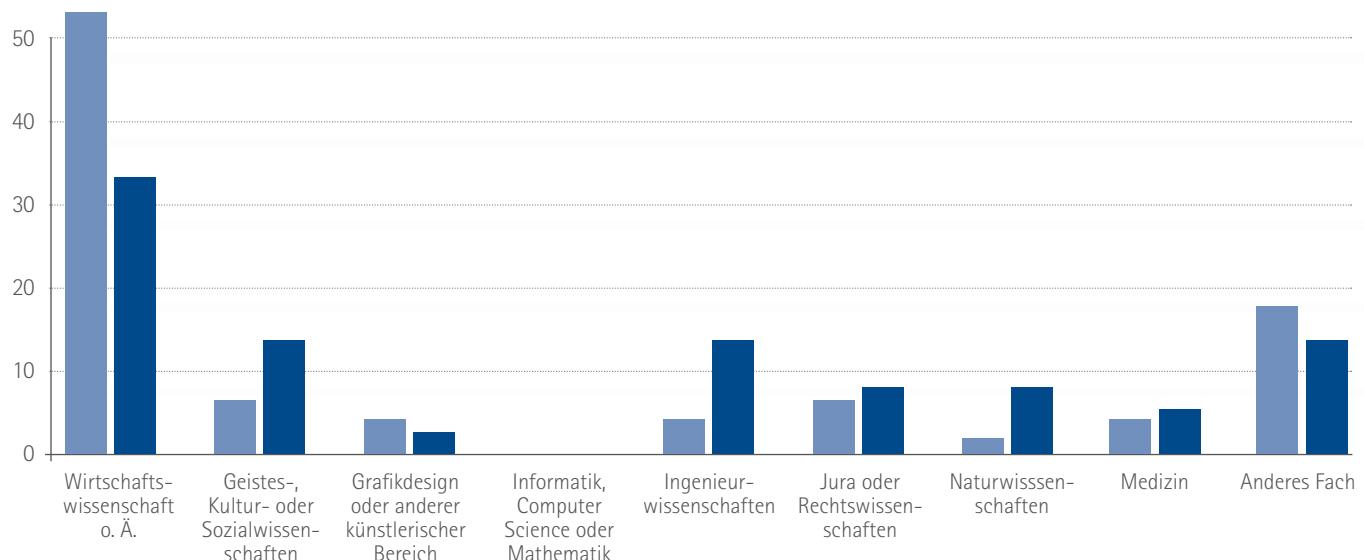
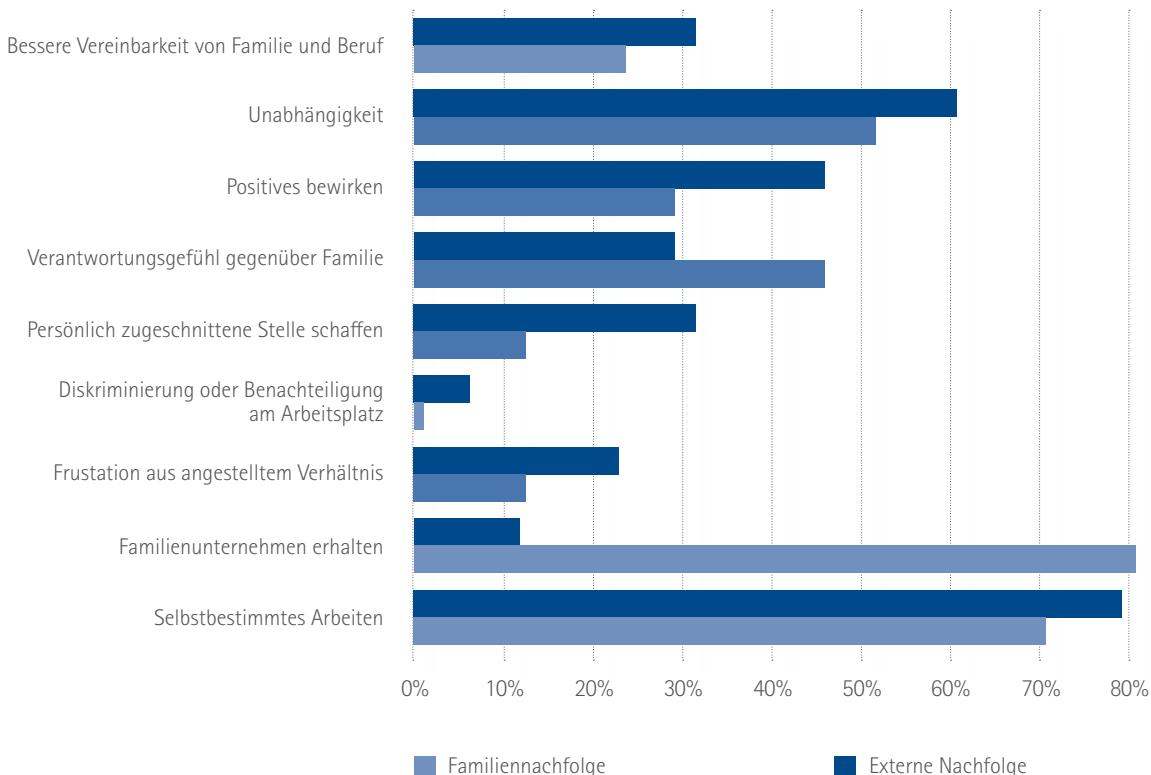


ABBILDUNG 9: MOTIVE FÜR EINE NACHFOLGE



Interessant ist zudem, dass es bei den Motiven für eine Nachfolge einige hervorzuhebende Unterschiede gibt (Abb. 9). Stärkstes Motiv für die Familiennachfolge ist, das Familienunternehmen zu erhalten. Vier von fünf befragten Familiennachfolgerinnen geben das als wichtigstes Motiv an, gefolgt von selbstbestimmtem Arbeiten. Letzteres wiederum ist das wichtigste Motiv für Externe, ein Unternehmen zu übernehmen. Auf Platz 2 folgt bei dieser Gruppe Unabhängigkeit. Eine starke Rolle spielt für Familiennachfolgerinnen auch das Verantwortungsgefühl gegenüber der Familie. Demgegenüber wollen 45,8 Prozent der externen Nachfolgerinnen etwas Positives bewirken. Aber nur bei 28,6 Prozent der Familiennachfolgerinnen spielt dieses Motiv eine Rolle. Das könnte ein Hinweis darauf sein, dass nicht alle Familiennachfolgen frei gewählt sind, sondern sich einige Frauen schlicht verpflichtet fühlen, das elterliche Unternehmen weiterzuführen.

Auch bei den wahrgenommenen Herausforderungen gibt es Abweichungen. Den Wandel der eigenen Rolle nennen sowohl Familien- als auch externe Nachfolgerinnen am häufigsten als Herausforderung, externe Nachfolgerinnen aber noch häufiger. Bei den Familiennachfolgerinnen folgt die Finanzierung auf Platz zwei, bei den externen Nachfolgerinnen die Beziehungen zu Mitarbeitenden und zur Familie. Letzteres wiederum ist nur für rund jede sechste Familiennachfolgerin eine Herausforderung. Die Finanzierung wiederum spielt für deutlich weniger externe Nachfolgerinnen eine problematische Rolle als für Familiennachfolgerinnen.

Eine Unternehmensnachfolge ist eine komplexe Herausforderung. Viele Frauen, die vor einer Nachfolge stehen, haben Sorge, diese Herausforderungen meistern zu können. Besonders häufig äußerten die befragten Nachfolgerinnen, sie hätten Angst zu scheitern verspürt. „Irgendwann überkam mich die Sorge, ob ich das alles alleine schaffen kann, ob dies die richtige Entscheidung war, ob ich wirklich meine Ziele – Unabhängigkeit, finanzielle Sicherheit – erreichen kann“, gab eine Nachfolgerin in der Umfrage an.

45,8 %
der externen Nachfolgerinnen
wollen etwas Positives bewirken.

„ Die Zweifel sind ja eher geschlechterunabhängig und eher typische Zweifel, die sich im Gründungsprozess ergeben.“
Dr. Nikolaus Paffenholz



Unterstützungsangebote

next ST-E-P

www.ihk-nrw.de/nextstep



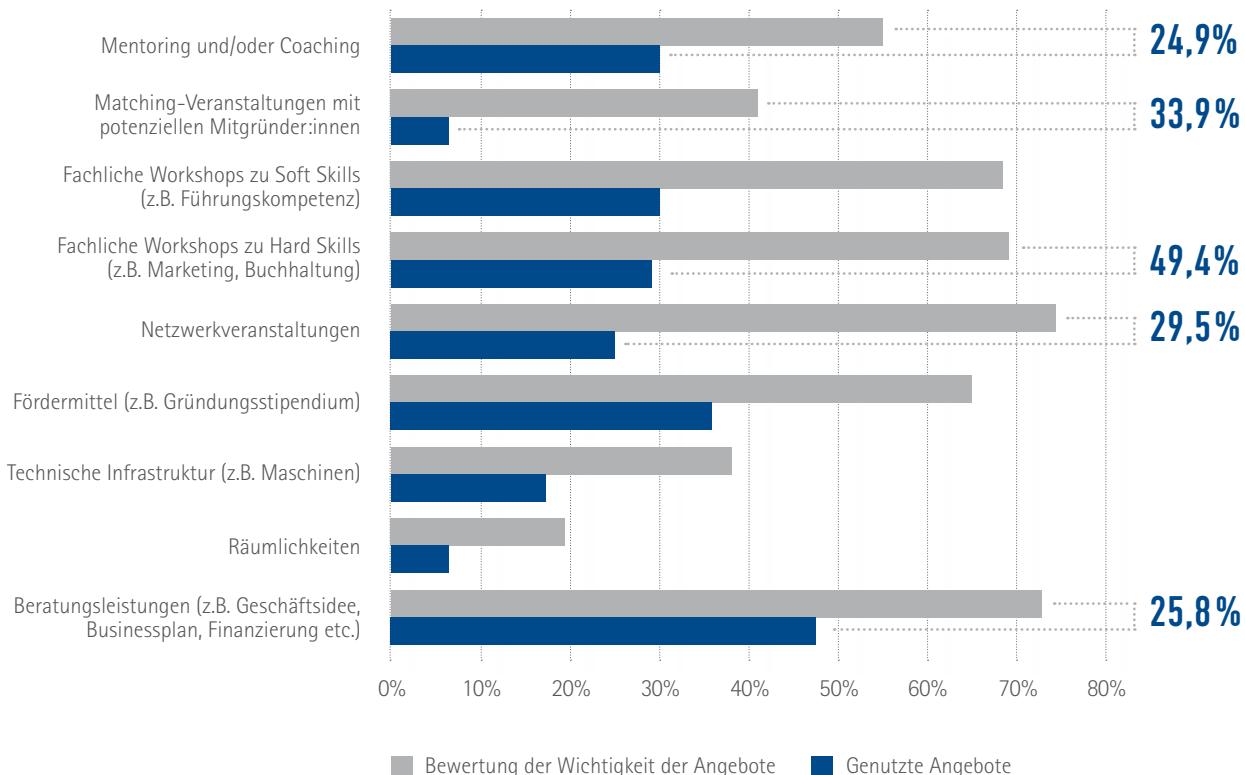
www.unternehmensnachfolge-frauen.de



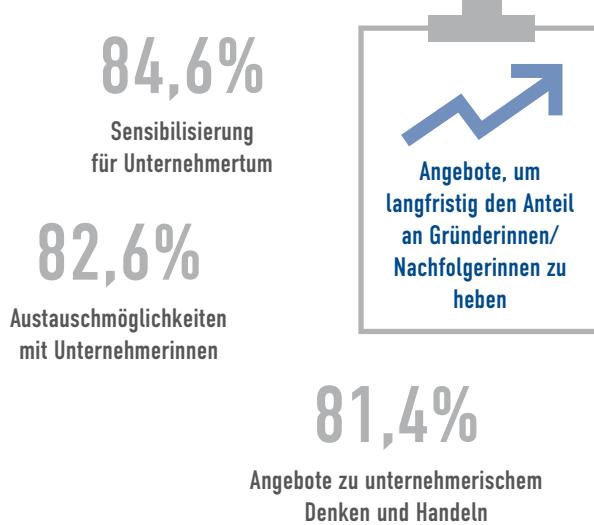
Ebenfalls häufig geäußerte Bedenken: Konflikte durch die oder mit der Familie, finanzielle Sorgen, die Herausforderung, viele Dinge gleichzeitig meistern zu müssen, sowie die Befürchtung, nicht akzeptiert zu werden. Weitere Zitate der Befragten: „Das größte Hindernis am Anfang als Unternehmerin war die negative Wahrnehmung durch das männlich geprägte Umfeld. Ich musste erst unter Beweis stellen, dass ich in der Lage war, das Unternehmen zu restrukturieren.“ „Kann ich die zeitliche Belastung mit der Familie vereinbaren?“ „Kann ich eine gute Chefin und eine gute Mutter sein?“ Potenzielle Nachfolgerinnen sind mit den zahlreichen Herausforderungen jedoch nicht allein: In Nordrhein-Westfalen gibt es zahlreiche Unterstützungsangebote für Nachfolgerinnen.

Allerdings fällt auf, dass die Befragten viele dieser Angebote zwar als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ einschätzen, jedoch in deutlich geringerem Maß überhaupt in Anspruch nehmen (Abb. 10). Das trifft vor allem auf „Fachliche Workshops zu Hard Skills (zum Beispiel Marketing, Buchhaltung)“ zu. Drei von vier Befragten erachten solche Angebote als bedeutsam, nur eine von vier hat sie tatsächlich genutzt. Ähnlich wichtig finden die Nachfolgerinnen „Beratungsleistungen (zum Beispiel Geschäftsidee, Businessplan, Finanzierung etc.)“. Genutzt wurden sie aber von etwas weniger als der Hälfte. Dies trifft auch auf „Fachliche Workshops zu Soft Skills (zum Beispiel Führungskompetenz)“ oder „Netzwerkveranstaltungen“ zu.

ABBILDUNG 10: UNTERSTÜZUNGSANGEBOTE



Gefragt wurden die Nachfolgerinnen auch, welche Angebote ihrer Einschätzung nach langfristig den Anteil an Gründerinnen und Nachfolgerinnen heben könnten. Die überwältigende Mehrheit (84,6 Prozent) ist der Meinung, dass eine bessere „Sensibilisierung für das Unternehmertum“, am besten bereits in der Schule, den weiblichen Anteil an der Nachfolge erhöhen könnte. Auch „Austauschmöglichkeiten mit Unternehmerinnen“ (82,6 Prozent) sowie „Angebote zu unternehmerischem Denken und Handeln“ (81,4 Prozent) haben nach Ansicht eines Großteils der Befragten das Potenzial, den Anteil an Nachfolgerinnen zu steigern.



Interessante Publikationen



Studie „Projekt
Unternehmertum“
auf www.ihk-nrw.de



Positionspapier
auf www.ihk-nrw.de

Fokus Nebenerwerb

Nebenerwerb

48,2% der Unternehmensgründungen beginnen im Nebenerwerb

Die Herausforderungen:

- Bürokratische Hürden (53,3%)
- Mangel an Unterstützungssystemen (34,7%)
- Erhöhter Zeitaufwand (30,5%)

21,8%

starten während ihrer Elternzeit

Motive

In Bezug auf die Motive für die Unternehmensgründung gibt es keine größeren Unterschiede zwischen den beiden Gruppen.

- Selbstbestimmtes Arbeiten
- Eigene Ideen verwirklichen



Kinder

Mehr nebenberufliche Gründerinnen haben zum Zeitpunkt der Gründung Kinder (54,2% vs. 40,8%)

Ausbildung

Mehr nebenberufliche Gründerinnen haben eine abgeschlossene Berufsausbildung (23,4% vs. 19,8%), während Vollzeit-Gründerinnen häufiger ein Diplom besitzen (13,8% vs. 10,4%). Tendenziell hatten Vollzeit-Gründerinnen häufiger einen akademischen Abschluss (44,3% vs. 41,6%).



68,9% der Gründerinnen sind mit mehr als 20 Wochenarbeitsstunden beschäftigt, ca. ein Drittel sogar von 36 bis 40 Wochenarbeitsstunden

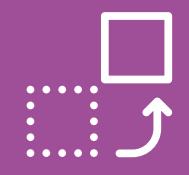
Alter

Nebenberufliche Gründerinnen sind jünger zum Zeitpunkt der Gründung als Vollzeit-Gründerinnen (37,6 vs. 40 Jahre)



Herausforderungen Vollzeit

- Bürokratische Hürden (52,8%)
- Mangel an Unterstützungssystemen (35,8%)
- Fehlende Netzwerke (28,9%)



Wechsel

Zirka 30% der Gründerinnen, die nebenberuflich gestartet sind, sind mittlerweile in die Vollzeit-Gründung gewechselt



Familienstand

Mehr nebenberufliche Gründerinnen sind verheiratet 53,2% vs. 43,5%, Vollzeitgründerinnen sind häufiger alleinstehend (24,5% vs. 16,7%).

Maßnahmen aus Sicht der Studienteilnehmerinnen zur Verbesserung der Gründungslandschaft

Die Studie sollte nicht nur herausfinden, wie Frauen gründen und eine Nachfolge anstreben, was sie dabei bewegt und herausfordert sowie was Gründerinnen und Nachfolgerinnen auszeichnet. Es ging auch darum, auf Basis der Rückmeldungen konkrete Maßnahmen zu identifizieren, die das Gründungs- und Nachfolgeklima für Frauen verbessern können.

Zahlreiche Teilnehmerinnen haben sich dazu geäußert.

Die angeregten Maßnahmen lassen sich in vier Themenfelder unterteilen:

1 Die Frau in der Gesellschaft/als Unternehmerin

Was das Bild der Frau in der Gesellschaft angeht, wünschen sich viele Studienteilnehmerinnen eine Veränderung des Rollenbildes und eine Gleichstellung der Geschlechter. „Frauen müssen sichtbarer werden“, lautet eine Forderung. Eine Teilnehmerin gibt an: „Es ist wichtig, ein Bewusstsein für die bestehenden geschlechtsspezifischen Ungleichheiten zu schaffen und diese anzuerkennen.“ Zudem muss es das gemeinsame Ziel sein, Chancengleichheit zu erreichen. Einige wünschen zudem eine erhöhte Präsenz von starken Frauen in den Medien. Auch Frauenquoten, Vermeidung von Diskriminierung und korrektes Gendern sind Anliegen, die von Teilnehmerinnen geäußert werden.

Um die Rolle der Frau als Unternehmerin zu stärken, wünschen sich viele Befragte eine höhere Sensibilisierung für Frauen als Unternehmerinnen. Dazu gehöre auch, vorherrschendes konservatives Denken in Unternehmen und bei Kunden zu verändern. Aber auch das Image von Unternehmerinnen und Unternehmern insgesamt müsse aufgewertet werden. Ein weiterer Wunsch: mehr Frauen in Entscheidungspositionen. Aber auch mehr Veranstaltungen von Frauen für Frauen und Werbung mit Frauen. „Meiner Meinung nach sollte eine höhere Sensibilisierung für das Unternehmertum von Frauen und das Unternehmertum allgemein in der Gesellschaft stattfinden. Es ist wichtig, dass die Menschen wissen, dass es die Möglichkeit gibt, ein Unternehmen zu gründen.“ Einige Frauen klagten zudem über enorme bürokratische Hürden und ein Missverhältnis zwischen Umfang der Geschäftstätigkeit und bürokratischen Anforderungen.

Auch die Schulen sind ein wichtiger Ort, um für das Unternehmer- und Unternehmerinnen- tum zu werben. Dafür setzt sich IHK NRW intensiv ein. Denn bereits hier kann Neugier geweckt und der Grundstein gelegt werden für eine spätere stärkere Identifikation mit Frauen als Unternehmerinnen. In diese Richtung zielen die Angaben einiger Studienteilnehmerinnen. Sie schlagen auch vor, dass Unternehmerinnen als Vorbilder in die Schulen gehen und dort über ihren Alltag sprechen.



„Frauen müssen sichtbarer werden“:
Viele Studienteilnehmerinnen wünschen sich eine Veränderung des Rollenbildes und eine Gleichstellung der Geschlechter.

„Das Aufzeigen von Vorbildern ist sehr wichtig, um das Bewusstsein in der Gesellschaft zu verändern und Frauen auch individuell anzusprechen. Unsere Empfehlung an Gründerinnen und Unternehmerinnen ist, sowohl Frauennetzwerke als auch gemischte Netzwerke zu nutzen.“
Dr. Nikolaus Paffenholz

„Kleine Unternehmen sind von bürokratischen Anforderungen besonders betroffen. Die Anforderungen sollten in einem angemessenen Verhältnis zur Unternehmensgröße stehen und Kleingewerbetreibende stärker entlastet werden.“
Dr. Nikolaus Paffenholz



Sie möchten ein Unternehmen gründen?
Nutzen Sie die Angebote der IHKs in NRW:





„Weibliche Vorbilder

Nahbare weibliche Vorbilder spielen eine zentrale Rolle. Während es eine Vielzahl an männlichen Gründungsvorbildern gibt, mangelt es heute noch immer an sichtbaren und nahbaren weiblichen Vorbildern für potenzielle Gründerinnen. Um mehr Frauen für die Karriereoption der Gründung oder Nachfolge zu sensibilisieren und in der Entscheidung zu stärken, erscheint es notwendig, spezifische Angebote zur Sensibilisierung zu etablieren. Regelmäßige Formate, wie Austauschformate mit anderen Unternehmerinnen, können dabei die Hürde nehmen, andere Unternehmerinnen kennenzulernen, um sich beispielsweise zu unternehmerischen Herausforderungen auszutauschen. Darüber hinaus sind Mentorinnenprogramme nach unseren Erfahrungen im „Women Entrepreneurs in Science“-Projekt wirksam in der Unterstützung von Gründerinnen und werden von diesen auch sehr positiv bewertet.“

Prof. Dr. Christine Volkmann



Viele Studienteilnehmerinnen wünschen sich zum Beispiel bessere Förderangebote auch für nicht innovative Gründungen sowie für Alleinstehende und Alleinerziehende.

„ Die Untersuchungsergebnisse zeigen deutlich den Zusammenhang zwischen Gründungsneigung und der Vereinbarkeit von Familie und Selbstständigkeit bzw. Beruf. Das bedeutet: Will man das Gründungspotenzial von Frauen voll ausschöpfen, muss die Vereinbarkeit verbessert werden, es müssen flexible Lösungen geschaffen werden, die eine Kundenbetreuung auch über den Nachmittag hinaus ermöglichen.“

Dr. Nikolaus Paffenholz

2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Familie und Beruf so gut wie möglich vereinbaren zu können, ist eine wichtige Voraussetzung für Frauen, ein Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen. Deshalb wünschen sich viele Studienteilnehmerinnen eine bessere Vereinbarkeit am Unternehmensstandort, etwa in Form von mehr Betreuungsmöglichkeiten, mehr Netzwerken und mehr Unterstützung etwa von anderen Unternehmerinnen. Dazu sei auch mehr Aufklärung nötig.

Der Staat müsse die Betreuung von Kindern und pflegebedürftigen Familienangehörigen gewährleisten, um damit das Unternehmerinnentum zu fördern. Einige Studienteilnehmerinnen beklagen, dass die Betreuungsrolle gerade in Krisenzeiten immer wieder den Frauen zufalle. Auch deshalb müsse Kinderbetreuung flexibel, zuverlässig und kostenneutral sein. „Kinderbetreuungskosten reduzieren. Angebote der Betreuung auch über Mittag/Nachmittag hinaus schaffen. In Krisenzeiten fallen immer die Frauen in die Betreuer-Rolle. Pay-Gap schließen. Steuern reduzieren, damit auch im Alter etwas hängen bleibt (bei Kindern).“

Ein weiterer Wunsch: Care-Arbeit müsse höher wertgeschätzt und entlohnt werden. Bei Förderprogrammen solle es eine Quote für Frauen geben. Und Coworking-Spaces könnten viel häufiger mit Kindergärten oder anderen Betreuungsmöglichkeiten auf hohem Niveau ausgestattet sein.

Viele Studienteilnehmerinnen wünschen sich mehr finanzielle Unterstützung, deren Mangel umgekehrt ebenfalls die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erschwert. Zudem braucht es mehr Aufklärung über finanzielle Mittel und Chancen, insbesondere auch für Selbstständige.

3 Finanzierung

Zum Thema Finanzierung äußern sich viele Studienteilnehmerinnen; es spielt eine zentrale Rolle. So wünschen sich viele zum Beispiel bessere Förderangebote auch für nicht innovative Gründungen sowie für Alleinstehende und Alleinerziehende. Angeregt werden zum Beispiel „echte steuerliche Vorteile auch für Alleinerziehende und junge Gründerinnen“, die „Anhebung der Umsatzgrenzen in der Kleinunternehmerregelung“ oder „Mehr Fördermöglichkeiten auch für nebenberufliche Gründungen“.

Auch die Beratung und Weiterbildung in finanziellen Fragen spielt für Studienteilnehmerinnen eine Rolle. Außerdem sollten mehr niedrigschwellige Beratungs- und Unterstützungsangebote geschaffen werden zu Themen wie Alterssicherung, Verträge und Versicherungen.

Eine sehr häufig geäußerte Erwartung betrifft das Thema Bürokratie. Die Wünsche und Forderungen hinsichtlich der Bürokratie sind selbstverständlich keine geschlechtsspezifischen Herausforderungen. Hier wünschen sich viele Befragte eine deutliche Vereinfachung der Regelwerke, zudem sollten sie auf Verhältnismäßigkeit geprüft werden. Weshalb nicht „eine Art Coach installieren, der Kontakte zu allen Behörden hat und verbindlich die Gründerin „an die Hand nimmt“, schreibt eine Studienteilnehmerin. Schön wäre aus Sicht einiger Befragter auch eine stärkere Digitalisierung von Behörden und Abläufen. Etwa „eine Online-Plattform, die noch vor der Gewerbeanmeldung viele Parameter abfragt und aufzeigt, wo man Kosten hat, wo man Fördermittel erhält und wo man sich beraten lassen kann.“

Prof. Dr. Christine Volkmann: „Die Gründung eines Unternehmens ist rein formal betrachtet zunächst einmal unabhängig vom Geschlecht. Allerdings gibt es Anforderungen an die Gründung eines Unternehmens, die für Frauen eine besondere Hürde darstellen. Hierzu zählen beispielsweise Netzwerke, die eine zentrale Rolle spielen, um Zugang zu Kapitalgebenden und Unterstützenden zu erhalten. Das Gründungsökosystem ist nach wie vor stark männlich sowie von Geschlechterstereotypen und unternehmerischen Rollenbildern geprägt.

In historischer Betrachtung werden die meisten Eigenschaften, die einer erfolgreichen Gründungspersönlichkeit zugeschrieben werden, männlich assoziiert. Eine Studie von Andres et al. identifizierte insgesamt 13 solcher Eigenschaften, von denen neun als stereotypisch männlich betrachtet werden, darunter Kompetenz, Weitblick, Flexibilität und die Bereitschaft, Familie und Freunde zugunsten des Unternehmenserfolgs hintenanzustellen. Demgegenüber wurden nur vier Eigenschaften mit stereotypisch weiblichen Eigenschaften in Verbindung gebracht, darunter Kreativität, Organisation und soziale Kompetenz im Umgang mit Mitarbeitenden. Diese Ungleichheit führt zu Vorurteilen gegenüber weiblichen Führungskräften, da die mit dem weiblichen Geschlecht assoziierten Stereotypen nicht mit den Erwartungen an Führungspersönlichkeiten übereinstimmen. Daraus resultierenteils bewusste und unbewusste Stigmata, die das Gründungsökosystem und Umfeld auf die Gründerinnen projiziert und denen Frauen im Gründungsprozess begegnen müssen.“

Zudem erhoffen sich einige Befragte mehr Investorinnen. „Investorinnen fördern mehr Frauen“, vermutet eine Gründerin. Sie fordern zudem die finanzielle Gleichstellung im Beruf. Denn durch den oft geringeren Verdienst dauere es länger, bis eine Frau genügend Eigenkapital gespart habe, um gründen zu können, schreibt eine Teilnehmerin. Auch dass es häufig weniger Aufstiegsmöglichkeiten für Frauen gebe, erschwere das Gründen und Nachfolgen.



Viele Studienteilnehmerinnen wünschen sich zum Beispiel bessere Förderangebote auch für nicht innovative Gründungen sowie für Alleinstehende und Alleinerziehende.

„ Die nebenberufliche Gründung ermöglicht es, unternehmerische Ambitionen zu verfolgen, ohne bestehende berufliche Verpflichtungen aufzugeben. Dieser Ansatz hat viele Vorteile, darunter die Sicherheit eines festen Einkommens und die Möglichkeit, das Unternehmen allmählich aufzubauen und die Geschäftsidee bzw. das Geschäftsmodell zu testen, ohne ein zu großes finanzielles Risiko einzugehen. Trotz dieser positiven Entwicklungen im Hinblick auf nebenberufliche Gründungen müssen wir jedoch wachsam sein und sicherstellen, dass wir keine neuen Stereotype schaffen. Es wäre fahrlässig anzunehmen, dass 'Frauen ausschließlich nebenberuflich gründen'. Dies könnte zu einer Reduzierung der Vielfalt der Gründungsoptionen führen und die individuellen Bedürfnisse und Umstände von Frauen vernachlässigen. Jede Gründerin ist einzigartig, und es ist wichtig, dass sie die Gründungsform wählen kann, die am besten zu ihren Zielen und Lebensumständen passt. Dennoch sollten wir diese Entwicklung wahrnehmen und passende Angebote für nebenberufliche Gründungen schaffen.“

Prof. Dr. Christine Volkmann

4 Angebote für Gründerinnen



Viele Studienteilnehmerinnen wünschen Angebote, um etwa das Selbstbewusstsein zu stärken oder um Mut zu machen, zu motivieren und Ängste zu überwinden.

Viele Studienteilnehmerinnen wünschen sich eine mentale Förderung. Angebote also, um etwa das Selbstbewusstsein zu stärken oder um Mut zu machen, zu motivieren und Ängste zu überwinden. Mehr Anerkennung und Wertschätzung stehen ebenfalls weit oben auf der Wunschliste. „Es ist wichtig, dass die Menschen wissen, dass es die Möglichkeit gibt, ein Unternehmen zu gründen, das man auch nebenberuflich betreiben kann. Frauen sollte auch mehr Mut gemacht werden, sodass sie mehr an ihre Fähigkeiten glauben können.“

Schön wären auch mehr Gründungsvorbilder. Die Befragten regen an, Vorbilder viel häufiger sichtbar zu machen und mehr Austauschmöglichkeiten mit erfahrenen Unternehmerinnen zu schaffen.

Auch der Austausch zwischen Gründerinnen und Nachfolgerinnen, Netzwerk-Veranstaltungen und fachspezifische Netzwerk-Angebote ist den Teilnehmerinnen der Studie ein wichtiges Anliegen. Dies gilt ebenso für Gründungspatenschaften und „Mentorinnen-Konzepte mit weiblichen Role-Models (ich bin selbst in einem entsprechenden Verein aktiv)\", so ein Zitat aus der Studie, das zeigt, dass sich Frauen bereits in verschiedenen Netzwerken engagieren.

Prof. Dr. Christine Volkmann: „Auf Basis der männlich dominierten Netzwerke zeigen Studien in diesem Kontext auch eine Homosozialität, das heißt eine Vorliebe sozialer Beziehungen zwischen Menschen des gleichen Geschlechts. Folglich ist es in einem männlich dominierten Gründungs- und Investoren-Netzwerk für Frauen oftmals schwierig, Sichtbarkeit zu erlangen. Des Weiteren zeigen Studien im Rahmen der Gründungsfinanzierung einen „same-gender effect“, welcher die Priorisierung von Gründern durch Investoren beschreibt. Dieser Effekt kann aufgrund von zu wenig existierenden Investoreninnen nicht ausgeglichen werden. Auch bei Pitches durch Gründer und Gründerinnen zeigt sich ein Gender Bias: Gründer werden nach einem Pitch zu ihren Visionen mit dem Unternehmen befragt, Frauen hingegen müssen konkrete Finanzprognosen und Auskunft zu ihrem Kundenstamm liefern. Dies zeigt, dass es bereits bei dem Fachwissen zu Finanzierungsmöglichkeiten eine strukturelle Barriere im Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten gibt.“

Angeregt werden zudem gründungsthematische Bildungs- und Entwicklungsangebote. Das Spektrum reicht von Soft-Skill-Angeboten zur Unterstützung beim Abbau von negativen Vorurteilen gegenüber Gründerinnen bis zu möglichst kostengünstigen Weiterbildungsangeboten.

Nicht zuletzt wünschen sich viele der befragten Gründerinnen noch bessere Informationsmöglichkeiten rund ums Gründen und feste, verlässliche Kontakte. „Eine zentrale Anlaufstelle, an die man sich wenden kann, um Fragen zu stellen, ohne Angst haben zu müssen, belächelt oder nicht ernst genommen zu werden“, lautet ein Zitat dazu.

Vorbildunternehmerinnen



Projekt „Vorbild-
unternehmerinnen“
www.ihk-nrw.de

STARTERCENTER NRW.

In allen Regionen Nordrhein-Westfalens beraten über 70 STARTERCENTER NRW Gründerinnen und Gründer bei allen Fragen auf ihrem Weg in die Selbständigkeit. Träger der STARTERCENTER NRW sind Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern und kommunale Wirtschaftsförderungen.



www.startercenter.nrw

WES Women Entrepreneurs in Science

WES ist die Anlaufstelle für Gründerinnen und gründungsinteressierte Studentinnen, Mitarbeiterinnen und Absolventinnen der NRW-Hochschulen.



www.wes.uni-wuppertal.de



„Es ist an der Zeit, bestehende Probleme anzugehen und die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um die Chancen für Gründerinnen und Nachfolgerinnen in Nordrhein-Westfalen zu verbessern.“

Fazit

Die Studie unterstreicht die fortbestehenden strukturellen Barrieren, denen Gründerinnen und Nachfolgerinnen gegenüberstehen. Neben den andauernden Herausforderungen, den bürokratischen Aufwand zu reduzieren, und den mangelnden Zugang zu Finanzierungen zu verbessern, gehört dazu offenbar das Fehlen nahbarer weiblicher Vorbilder im Bereich Unternehmerinnentum und die Dominanz männlich geprägter Gründungs- und Nachfolge-Netzwerke. Es ist jetzt von entscheidender Bedeutung, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, um diese Barrieren zu überwinden und Chancengleichheit in der Unternehmenswelt zu fördern.

Die in der Studie geäußerten Wünsche der Befragten, im Bereich der Einbindung von Unternehmerinnentum an den Schulen, Schulungen von Beratenden an unterschiedlichen gründungs- und nachfolgerelevanten Stellen, der verbesserten Vereinbarkeit von Familie und Selbstständigkeit in Bezug auf die Kinderbetreuung sowie spezifische Angebote für (anhedende) Gründerinnen, könnten einen wichtigen Beitrag leisten. Insbesondere die Schulungen zu vorherrschenden Stereotypen und strukturellen Barrieren können dazu beitragen, unbewusste Vorurteile und Geschlechterklischees bewusst zu machen und abzubauen. Dies ist ein erster Schritt in Richtung einer inklusiveren und diversifizierten Unternehmenslandschaft.

Insgesamt zeigt diese Studie, dass es an der Zeit ist, bestehende Probleme anzugehen und die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um die Chancen für Gründerinnen und Nachfolgerinnen in Nordrhein-Westfalen zu verbessern. Dies erfordert die Zusammenarbeit von Verwaltung und Politik, Bildungseinrichtungen, Unternehmen und der Gesellschaft als Ganzes, um eine gerechtere und diversifiziertere Unternehmenslandschaft zu schaffen.

IHK NRW nimmt die Ergebnisse der Befragung auf und adressiert sie an die Akteure in Politik und Verwaltung. Dies soll helfen, in Zukunft passgenaue Angebote zu entwickeln.



Ein erster Schritt in Richtung einer inklusiveren und diversifizierten Unternehmenslandschaft: unbewusste Vorurteile und Geschlechterklischees bewusst machen und abbauen.

Serviceangebot der Industrie- und Handelskammern



71 STARTERCENTER NRW
(inklusive kommunale Wirtschaftsförderung und Handwerkskammern)



www.nexxt-change.org



www.nrw.uwd.de



www.existenzgruender.de

Die 16 nordrhein-westfälischen Industrie- und Handelskammern bieten Gründerinnen und Gründern ein umfangreiches Serviceangebot rund ums Gründen und Nachfolgen, auch als STARTERCENTER NRW:

- Gründungsbroschüren, Checklisten und Merkblätter
- Erstauskünfte sowie persönliche und digitale Beratungsgespräche
- Onlinetool „Unternehmenswerkstatt NRW“
- Gründungsseminare, Informationsveranstaltungen – persönlich und digital
- Gründungssprechtag
- Nachfolgesprechtag und Veranstaltungen zum Thema Nachfolge
- Sprechtag zu Fachthemen wie Förderung und Steuern
- Stellungnahmen zu öffentlichen Finanzierungsprogrammen
- Regionalpartner für Beratungsförderungen
- Regionalpartner der Unternehmensbörse nexxt-change
- Gründungs- und Nachfolgenetzwerke
- Mentorenprogramme

IHK- und Kooperationsangebote

- www.nexxt-change.org
- IHK-Nachfolgepool NRW
- Unternehmenswerkstatt NRW: <https://nrw.uwd.de>
- Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz: www.existenzgruender.de
- Beratungsprogramm Wirtschaft NRW
- Gründungsnetzwerk für das Gründungsstipendium.NRW
- NRW.Mikrodarlehen
- Wirtschafts-Service-Portal.NRW: <https://service.wirtschaft.nrw>



 **STARTERCENTER NRW.**

37,6 %

Gründerinnen und Nachfolgerinnen stellen 37,6 Prozent der Beratungsfälle

57.967

Kontakte im Rahmen von Erstinformationen und Beratungsgesprächen



www.startercenter.nrw



**Sprechen Sie
Ihre IHK an!**

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den Industrie- und Handelskammern



IHK Aachen

Theaterstraße 6-10 | 52062 Aachen
Ansprechpartner: René Oebel
Tel. +49 241 4460-227
rene.oebel@aachen.ihk.de



Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg

Mercatorstraße 22-24 | 47051 Duisburg
Ansprechpartnerin: Mariann Ludewig
Tel. +49 203 2821-388
ludewig@niederrhein.ihk.de



IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland

Königstraße 18-20 | 59821 Arnsberg
Ansprechpartner: Michael Rammrath
Tel. +49 2931 878-172
rammrath@arnsberg.ihk.de



IHK für Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen

Am Waldhausenpark 2 | 45127 Essen
Ansprechpartnerin: Eugenia Singer
Tel. +49 201 1892-238
eugenia.singer@essen.ihk.de



IHK Ostwestfalen zu Bielefeld

Ostra-Brändström-Straße 1-3 | 33602 Bielefeld
Ansprechpartner: Thomas Mikulsky
Tel. +49 521 554-239
t.mikulsky@ostwestfalen.ihk.de



SIHK zu Hagen

Bahnhofstraße 18 | 58095 Hagen
Ansprechpartner: Dr. Fabian Schleithoff
Tel. +49 2331 390-216
schleithoff@hagen.ihk.de



IHK Mittleres Ruhrgebiet

Ostring 30-32 | 44787 Bochum
Ansprechpartner: Julian Mikulik
Tel. +49 234 9113-252
mikulik@bochum.ihk.de



IHK Köln

Unter Sachsenhausen 10-26 | 50667 Köln
Ansprechpartnerin: Petra Göbbels
Tel. +49 221 1640-1572
petra.goebbel@koeln.ihk.de



IHK Bonn/Rhein-Sieg

Bonner Talweg 17 | 53113 Bonn
Ansprechpartner: Christian Pinnekamp
Tel. +49 228 2284-232
pinnekamp@bonn.ihk.de



IHK Mittlerer Niederrhein

Friedrichstraße 40 | 41460 Neuss
Ansprechpartner: Bert Mangels
Tel. +49 2151 635-335
bert.mangels@mittlerer-niederrhein.ihk.de



IHK Lippe zu Detmold

Leonardo-da-Vinci-Weg 2 | 32760 Detmold
Ansprechpartner: Frank Lumma
Tel. +49 5231 7601-28
lumma@detmold.ihk.de



IHK Nord Westfalen

Rathausplatz 7 | 45894 Gelsenkirchen
Ansprechpartnerin: Michaela Ehm
Tel. +49 209 388-581
michaela.ehm@ihk-nordwestfalen.de



IHK zu Dortmund

Märkische Straße 120 | 44141 Dortmund
Ansprechpartnerin: Simone Bergmann
Tel. +49 231 5417-233
s.bergmann@dortmund.ihk.de



IHK Siegen

Koblenzer Straße 121 | 57072 Siegen
Ansprechpartnerin: Sibylle Haßler
Tel. +49 271 3302-134
sibylle.hassler@siegen.ihk.de



IHK Düsseldorf

Ernst-Schneider-Platz 1 | 40212 Düsseldorf
Ansprechpartnerin: Christiane Kubny
Tel. +49 211 3557-414
christiane.kubny@duesseldorf.ihk.de



Bergische IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid

Heinrich-Kamp-Platz 2 | 42103 Wuppertal
Ansprechpartner: Andre Scheifers
Tel. +49 202 2490-240
a.scheifers@bergische.ihk.de

IMPRESSUM

Herausgeber und Copyright:

IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen e. V.
 Berliner Allee 12 | 40212 Düsseldorf | info@ihk-nrw.de | ihk-nrw.de
 Präsident: Ralf Stoffels | Hauptgeschäftsführer: Dr. Ralf Mittelstädt

IHK NRW ist der Zusammenschluss der 16 Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen.
 IHK NRW vertritt die Gesamtheit der IHKs in NRW gegenüber der Landesregierung, dem Landtag sowie
 den für die Kammerarbeit wichtigen Behörden und Organisationen.

Redaktion:

Simone Bergmann – IHK zu Dortmund
 André Berude – IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland
 Michaela Ehm – IHK Nord Westfalen
 Sibylle Haßler – IHK Siegen
 Petra Göbbels – IHK Köln
 Mathias Härtchen – IHK Köln
 Rossitza Ivanova – Bergische Universität Wuppertal
 Hannah Jensen – Bergische Universität Wuppertal
 Christiane Kubny – IHK zu Düsseldorf
 Dr. Matthias Mainz – IHK NRW
 René Oebel – IHK Aachen
 Dr. Nikolaus Paffenholz – IHK zu Düsseldorf
 Eugenia Singer – IHK Essen, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen
 Kathrin Teschke – IHK Ostwestfalen zu Bielefeld

Texte: Lothar Schmitz, WORT & WIRTSCHAFT, Bonn

Gestaltung: büro G29 – Visuelle Kommunikation, Aachen

Titelbild: ©mixetto – iStock.com

Druck: Kolöchter & Partner Werbeagentur GmbH, Schwerte

Stand: November 2023

Die Bildrechte der nicht gesondert gekennzeichneten Bilder und Grafiken liegen bei den jeweiligen Unternehmen oder ihren Partnern. Eine Verwendung ohne deren ausdrückliche Zustimmung ist nicht gestattet.

Anmerkung: In den Grafiken sind Rundungsdifferenzen möglich.

Ihr Weg zu Ihrer IHK



www.ihk.de/#ihk-finder





IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern
in Nordrhein-Westfalen