

Gründungsreport Ostwestfalen 2022



„Nach wie vor sind Frauen in der Gründungsszene unterrepräsentiert. (...) Wir würden es begrüßen, wenn noch deutlich mehr Frauen an den Start gehen würden, denn wir sehen hier noch große ungenutzte Potenziale.“

Vorwort



Die Startvoraussetzungen für Gründerinnen und Gründer in Ostwestfalen waren auch im zweiten Jahr der Corona-Pandemie alles andere als optimal. Zahlreiche staatliche Einschränkungen zur Eindämmung des Infektionsgeschehens erschwerten wirtschaftliches Planen und Handeln. Wie sich die regionalen Gründungsaktivitäten im abgeschlossenen Jahr 2021 trotz oder wegen der erschwerten Bedingungen entwickelt haben, beleuchtet der diesjährige Gründungsreport Ostwestfalen.

Vorab ein kurzer Blick zurück auf das erste Pandemiejahr 2020: Waren die Gründungszahlen im ersten Halbjahr noch stark rückläufig, zogen die Gründungsaktivitäten im zweiten Halbjahr kräftig an, sodass die Jahresbilanz 2020 an das gute Ergebnis von 2019 anknüpfen konnte. Dieser positiven Überraschung folgt nun eine weitere. In 2021 stiegen die Gründungszahlen in den Bereichen Industrie, Handel und Dienstleistungen ostwestfalenweit gegenüber dem Vorjahr deutlich. Mehr neue Unternehmen in einem Jahr gab es seit über zehn Jahren nicht mehr. In Anbetracht der außergewöhnlichen Gründungsbedingungen ist diese Entwicklung gleichermaßen erfreulich wie verblüffend. Zunehmende Gründungsaktivitäten bei jungen Menschen sowie der anhaltende Boom der nebenberuflichen Gründungen sind weitere Trends. Nach wie vor sind Frauen in der Gründungsszene unterrepräsentiert. Deshalb werden in diesem Report erfolgreiche Gründerinnen aus unserer Region vorgestellt. Mit ihrem Unternehmergeist können sie als Vorbilder andere zum Gründen bewegen. Wir würden es begrüßen, wenn noch deutlich mehr Frauen an den Start gehen würden, denn wir sehen hier noch große ungenutzte Potenziale.

Es ist unbestritten, dass Gründerinnen oder Gründer wichtige Impulsgeber für unsere Region sind. Aus innovativen und kreativen Geschäftsideen können zukunftsfähige Unternehmen mit neuen Arbeitsplätzen hervorgehen. Sie zu fördern, ist deshalb eine Kernaufgabe der IHK. Als zertifiziertes Startercenter NRW bieten wir einen umfassenden Gründungsservice an. Der vorliegende IHK-Gründungsreport soll allen Gründungsinteressierten, politischen Entscheidern, Institutionen und Multiplikatoren ebenfalls Mut machen, Gründungen aktiv zu unterstützen – gerade in so herausfordernden Zeiten wie diesen.

Wolf D. Meier-Scheuven
Präsident der IHK Ostwestfalen

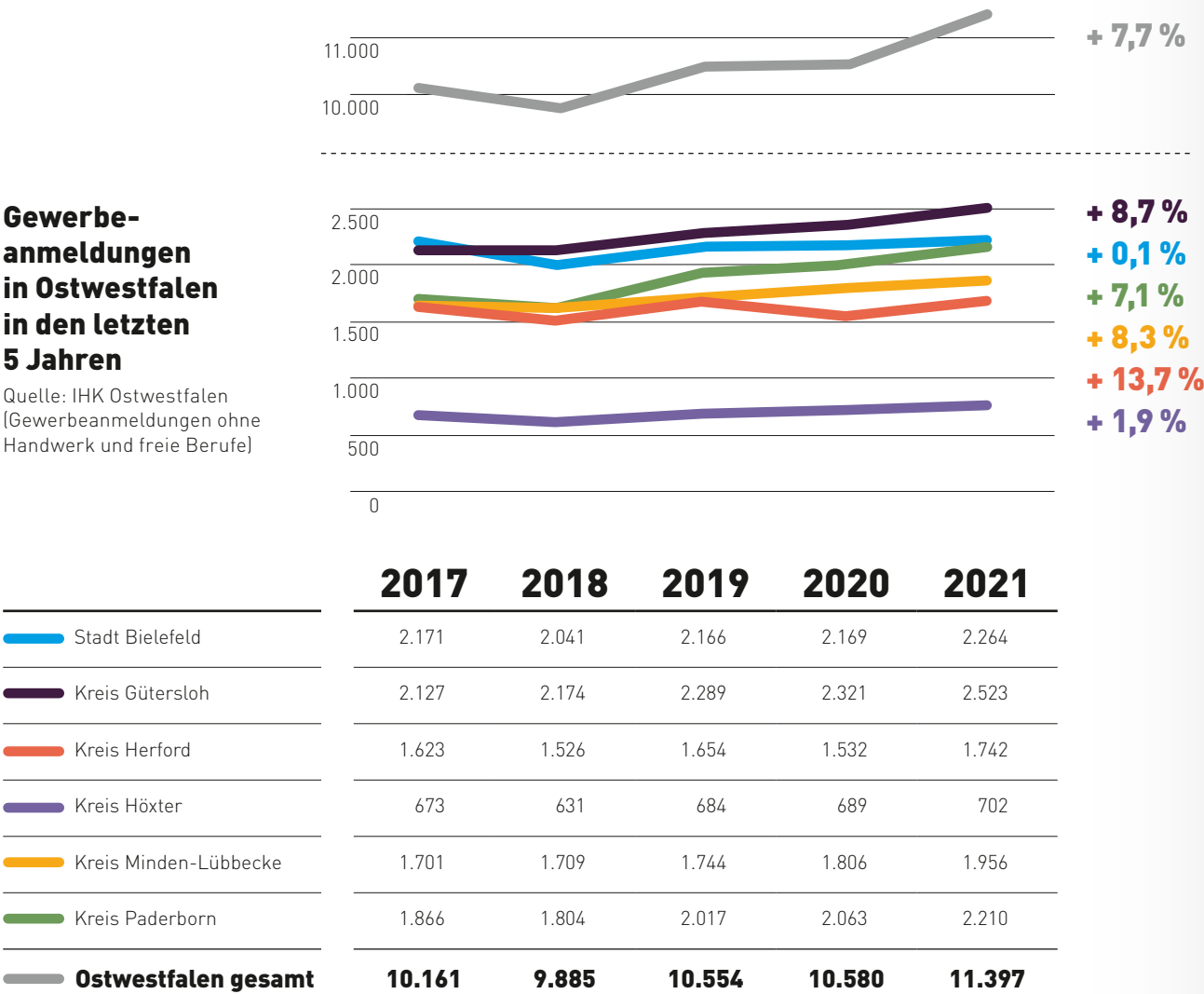
Gründungsboom trotz Corona

In Ostwestfalen hat es in 2021 so viele Gründungen gegeben wie schon lange nicht mehr. Die Anzahl der Gewerbeanmeldungen in den Bereichen Industrie, Handel und Dienstleistungen klettert auf 11.397. Nicht berücksichtigt werden Gründungen im Handwerk und in den freien Berufen. Der Aufwärtstrend bei den Gründungszahlen hält nicht nur das dritte Jahr in Folge an, sondern hat sich noch einmal deutlich verstärkt. So liegt die Zuwachsrate bei den Gewerbeanmeldungen in 2021 gegenüber dem Vorjahr bei 7,7 Prozent und damit höher als in 2020 (plus 0,2 Prozentpunkte) und 2019 (plus 6,8 Prozentpunkte). Die positive Entwicklung erstreckt sich über alle Kreise in Ostwestfalen. In Herford fällt das Wachstum in 2021 besonders stark aus. Allerdings gab es hier in 2020 einen überdurchschnittlich hohen Rückgang und damit einen möglichen Nachholeffekt im Folgejahr. Die Gesamtzahl der Gründungen in 2021 liegt über dem Niveau der Jahre vor der Corona-Pandemie. Mehr Gründungen gab es zuletzt im Jahr 2010.

11.397
Gründungen in Ostwestfalen in 2021

Gewerbeanmeldungen in Ostwestfalen in den letzten 5 Jahren

Quelle: IHK Ostwestfalen
(Gewerbeanmeldungen ohne Handwerk und freie Berufe)



Mehr Gründungen in ganz Ostwestfalen

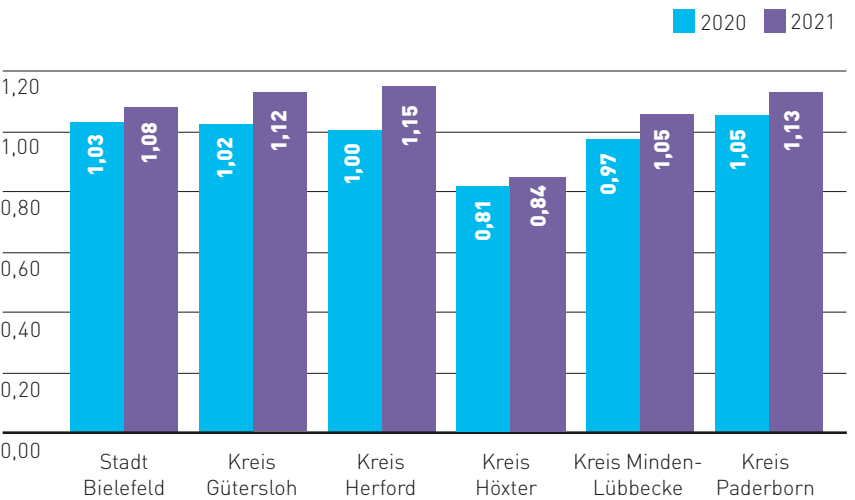
Von 100 Erwerbsfähigen hat in Ostwestfalen
1 Person
im gewerblichen Bereich gegründet.

Die Gründungsintensität lässt eine bessere Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Kreise zu. Da sie die Anzahl der Gründungen in Relation zur Anzahl der Erwerbsfähigen setzt, können die Gewerbeanmeldungen unabhängig von der absoluten Einwohnerzahl verglichen werden. In allen Teilregionen ist in 2021 eine Zunahme der Gründungsintensität festzustellen. Die höchsten Werte verzeichnen die Kreise Gütersloh, Herford und Paderborn. Entsprechend ist die Gründungsintensität ostwestfalenweit mit 1,08 gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen. Von 10.000 Erwerbsfähigen in Ostwestfalen haben damit 108 im gewerblichen Bereich gegründet.

Gründungsintensität je Kreis 2020/2021

Quelle: IHK Ostwestfalen

Die Gründungsintensität berechnet sich aus IHK-zugehörigen Gewerbeanmeldungen pro 100 Erwerbsfähige im Alter von 18 bis unter 65 Jahre.



5 Fragen

an erfolgreiche Gründerinnen aus Ostwestfalen



chinkilla

**Sarah Barakah
Dani König**

gegründet:
01.01.2020

Internet:
www.chinkilla.com

Wie war Ihr Weg in die Selbstständigkeit?

Dani: Wir haben uns in Jordanien kennengelernt. Dort habe ich einen Dokumentarfilm gedreht und Sarah hat in der damals einzigen Frauenkampfsportschule im Nahen Osten Kickboxkurse gegeben. Schon im ersten Gespräch hat Sarah erzählt, dass sie bald nach Weimar ziehen wird, wo ich zu der Zeit studiert habe. Wir lagen direkt auf einer Wellenlänge bei den Themen Frauenrechte und Kampfsport. Das nächste Treffen war dann tatsächlich bei einem Abendessen in meiner WG in Weimar und wir haben uns dann sehr schnell dazu entschlossen, gemeinsam Frauen und Mädchen durch eigene Workshops für Kampfsport und Selbstverteidigung zu motivieren.

Noch vor der offiziellen Gründung organisierten wir also erste Workshops, zum Beispiel in Leipzig und Dresden. Dann folgte das erste Bootcamp in Österreich. Wir haben in dieser Zeit sehr viele wertvolle Erfahrungen sammeln können. Die Nachfrage war hoch und das Feedback durchweg positiv. Irgendwann kam der Punkt, an dem wir uns zusammengesetzt und uns die Frage gestellt haben, ob wir weiter skalieren und folglich mit chinkilla in Vollzeit gehen wollen. Wir haben uns dafür entschieden und im Januar 2020 gegründet. Kurz darauf nahm uns die Corona-Pandemie erst mal die Möglichkeit, Events zu organisieren, was uns aber umso mehr dazu motiviert hat, unser Geschäftsfeld zu erweitern. Der Markt rund um Kampfsportkleidung für Frauen erfüllte in unseren Augen nicht die Bedürfnisse der Kundinnen: zu eng, zu pink, zu kurz. Wir entwickelten unsere eigenen Schnitte und Designs und ließen die Produkte in Europa produzieren. Anschließend wurde chinkilla durch das NRW.Gründerstipendium gefördert, das uns die Möglichkeit bot, in der garage33 in Paderborn ein tolles Zuhause für unser Start-up zu finden.

Welche Eigenschaften brauchen Gründerinnen und Gründer?

Sarah: Wenn Gründerinnen und Gründer spezielle Fähigkeiten oder Talente haben, die zum Erfolg des Start-ups beitragen können, ist das definitiv ein Vorteil. Ich komme zum Beispiel aus dem Marketing und kann meine Erfahrungen aus den vergangenen Berufsjahren ganz gezielt nutzen, um für chinkilla über Social Media mit einem überschaubaren Budget eine hohe Sichtbarkeit zu erreichen. Das hilft uns sehr, zielgerichtet und kostengünstig auf uns aufmerksam zu machen. Bei uns als Team ist es außerdem ein absoluter Vorteil, dass wir zwei völlig unterschiedliche Persönlichkeiten sind, die sich perfekt ergänzen und ausgleichen. Und zu guter Letzt braucht jede Gründung eine Risikobereitschaft: No risk, no success. In der Komfortzone wird man keinen Erfolg finden.

Was waren Ihre größten Hürden?

Dani: Kapital ist immer eine Hürde. Ohne Startkapital hat man es schwer. Bootstrapping, also das eingesammelte Kapital direkt für die nächsten Einkäufe zu nutzen, ist ein harter Weg. Es gibt in den ersten Jahren keine finanzielle Sicherheit. Einen Bankkredit haben wir bisher nicht in Anspruch

genommen. Dazu kommt, dass es manchmal den Anschein erweckt, als wäre die Sicht auf Frauen als Existenzgründerinnen mit einer gewissen Skepsis behaftet. Durchsetzungsfähige Männer werden positiv bewertet, bei Frauen wird eine hohe Durchsetzungsfähigkeit eher als bissig oder arrogant bewertet. Das ist manchmal ein schmaler Grat, aber wenn man sich selbst treu und authentisch bleibt, erreicht man auch die richtigen Partnerinnen und Partner für die eigene Geschäftsidee.

Was empfehlen Sie insbesondere Gründerinnen?

Sarah: Unsere Gründung wäre ohne Leidenschaft und den Glauben an die Idee nicht möglich gewesen. Social Impact ist für uns ein innerer Antrieb und unser ständiges Feuer. Nicht zweifeln, einfach machen. Mehr als schiefgehen kann es nicht. Man muss manchmal Opfer bringen, aber das ist es definitiv wert.

Dani: Ich bin beispielsweise bewusst von Sachsen nach Ostwestfalen gezogen, da hier die Infrastruktur für Gründerinnen und Gründer überdurchschnittlich gut ist. Es gibt viele Beratungs- und Coachingangebote, Start-up-Center wie die garage33, Netzwerktreffen und Pitchveranstaltungen. Diese Angebote sollten Gründungsinteressierte definitiv nutzen, um Fehler zu vermeiden und von den Erfahrungen anderer zu profitieren.

Wo soll Ihre Reise noch hinführen?

Sarah: Wir haben in diesem Jahr unsere Social-Impact-Kampagne #JoinOurFight ins Leben gerufen, um das kollektive Selbstbewusstsein von Frauen und Mädchen zu stärken und ihr Sicherheitsgefühl zu erhöhen. Die Kampagne startete am diesjährigen Internationalen Weltfrauentag und wir konnten mit fast 30 kostenlosen Events deutschlandweit Hunderte Frauen erreichen und motivieren, sich mit Kampfsport und Selbstverteidigung zu beschäftigen. Das Feedback hat uns bestärkt, unser Engagement in dieser Richtung weiter auszubauen.

Dani: Im nächsten Schritt wollen wir noch stärkere Präsenz auf der Karriereebene zeigen. Der Ruf nach mehr weiblichen Führungskräften ist laut. Doch manchmal fehlt bei fachlich top qualifizierten Kandidatinnen noch ein Funke mehr Durchsetzungsvermögen oder Selbstbewusstsein. Teilweise, weil man ihnen keine Verantwortung überträgt, oder auch, weil diese Fähigkeiten mehr gefördert werden müssen, um sich zu entwickeln. Diese Entwicklung kann man durch Kampfsport nicht nur anstoßen, sondern auch beschleunigen. In Workshops für die weibliche Belegschaft kann man sehr schnell sehen, wer eine Führungspersönlichkeit ist. Im Human-Resources- und Personalentwicklungsbereich sehen wir extrem viel Potenzial für unsere nächsten Schritte. Und darüber hinaus wollen wir uns digitalisieren und internationalisieren. Wir bauen gerade die Basis und haben noch so viele Ideen, für die wir mit Leidenschaft brennen und uns engagieren.

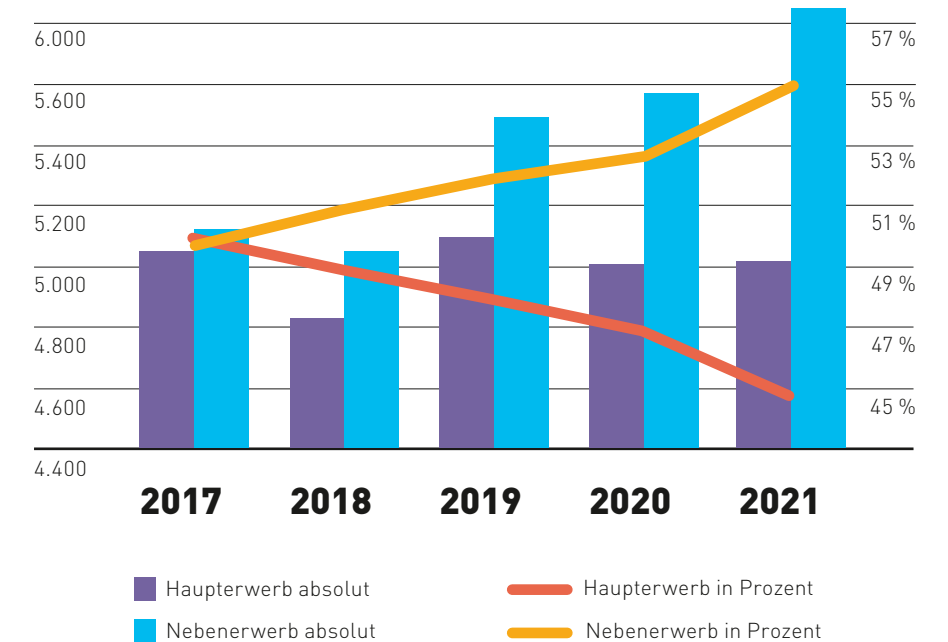
Nebenerwerbsgründungen auf Rekordniveau



55,2 %
 der Gründungen
 werden im Neben-
 erwerb angemeldet.

Gewerbeanmeldungen im Haupt- und Nebenerwerb 2017–2021

Quelle: IHK Ostwestfalen



Die Anzahl der Nebenerwerbsgründungen steigt gegenüber dem Vorjahr sprunghaft um 12,7 Prozent auf die neue Bestmarke von 6.286 (2021: 5.579). Damit ist Wachstumsdynamik bei den Nebenerwerbsgründungen Haupttreiber der gestiegenen Gründungsaktivitäten in Ostwestfalen insgesamt. Denn im Vergleich zum Nebenerwerb sind die Haupterwerbsgründungen im Berichtsjahr um 2,2 Prozent und damit unterproportional angestiegen. Die Schere der Haupt- und Nebenerwerbsgründungen geht damit immer weiter auseinander. Im Jahr 2016 lag der Anteil der Haupterwerbsgründungen letztmalig über den Nebenerwerbsgründungen. Und dennoch bedeuten 5.111 Haupterwerbsgründungen in 2021 in der Fünf-Jahres-Wertung den ersten Platz.



Monique Plönnigs

Wie war Ihr Weg in die Selbstständigkeit?

In meinem Design- und Modestudium hatte ich eigentlich für mich entschieden, dass ich mich nicht selbstständig machen möchte. Allerdings habe ich bei meinen bisherigen Arbeitgebern im Designbereich – meine Familie und ich sind von Berlin über München nach Bielefeld gekommen – Standort-schließungen oder Insolvenzen erlebt. Deshalb habe ich beschlossen, dass jetzt für mich genau der richtige Zeitpunkt ist, in die Selbstständigkeit zu starten – ich möchte gerne etwas Langfristiges und für meine Kompetenzen Passendes tun. Und dann wurde ich von meiner Freundin gefragt, ob ich nicht den Laden ihres Schwiegervaters übernehmen will. Es war Lockdown 2020 und ich habe mich mit einer Bewerbung bei Peter Pagenberg vorgestellt. Er hat keine Nachfolge aus der eigenen Familie. Wir haben uns sofort gut verstanden und einen Draht zueinander gefunden. Ich habe dann einen Kennenlernen-Plan entwickelt – ganz unverbindlich, beide Seiten konnten sich ausführlich prüfen. Als wir uns einig waren, haben wir die Mitarbeiterinnen informiert. Am 1. Januar 2022 habe ich das Geschäft in Heepen übernommen, auch dank der Unterstützung durch meine Familie.

Was waren Ihre größten Hürden?

Personalführung war ich bereits aus meinen vorherigen Berufsstationen gewohnt, aber nun bin ich die letzte Entscheiderin. Sonst gab es immer noch ein Dadrüber, eine Person, von der ich Unterstützung erhalten habe. Die neue Rolle haben mir meine Mitarbeiterinnen aber sehr leicht gemacht und Peter Pagenberg steht auch als Mentor zur Verfügung. Sich in das tägliche Handling des Ladens einzufinden, habe ich mir einfacher vorgestellt. Wir sind hier sehr modern und versuchen, alles für die Kunden zu realisieren. Es kommt fast jeden Tag Ware und diese gilt es dann auch an die Kundinnen und Kunden zu bringen. Ich wollte Social-Media-technisch schon weiter sein, als ich es jetzt bin. Aber ein Schritt nach dem anderen. Den Mut zur Veränderung zu haben, Neues zu wagen, auch wenn andere skeptisch sind – unser Erfolg bestätigt mich in meiner Vision.

gegründet:
01.01.2022

Internet:
www.pagenberg-concept-store.de

Was sollte man bei einer Unternehmensnachfolge beachten?

Bei einer Unternehmensübernahme besteht insbesondere in den ersten Monaten die Möglichkeit, alle Prozesse und Vorgänge zu hinterfragen und Optimierungspotenzial aufzudecken. Man sollte dabei strukturiert vorgehen und sich immer mal einen Schritt neben sich stellen. So kann man neue Erkenntnisse gewinnen. Bei der Unternehmensnachfolge ist mir auch wichtig, immer nach vorne zu denken, mit dem Wissen und den Erfahrungen aus der Vergangenheit. Heutzutage sind es andere Herausforderungen, die wir im Einzelhandel bewältigen müssen. Diese rechtzeitig anzugehen und alle mit ins Boot zu nehmen, ist enorm wichtig. Deshalb haben wir uns auch von einem klassischen Modefachgeschäft zu einem modernen Concept Store weiterentwickelt und die Firmenstrategie neu ausgerichtet.

Auch das Thema Netzwerken sollte mitgedacht werden. Ich habe mich mit anderen Unternehmerinnen vernetzt, die ähnlich aufgestellt sind wie ich mit meinem Concept Store. Von diesem Austausch profitieren alle.

Was empfehlen Sie insbesondere Gründerinnen?

Bei der Übernahme habe ich einen schriftlichen Plan für mich angefertigt, in dem ich die wirtschaftliche Entwicklung für meinen Concept Store vorsichtig geplant habe. Ich habe mir ganz viel Zeit genommen, um mir über meine Zielgruppen und meine Kundinnen und Kunden klar zu werden und diese genau kennenzulernen. Das hat mir Sicherheit gegeben und ich habe mich dann sehr viel mit Betriebswirtschaft und Zahlen beschäftigt. Ich musste investieren, den Laden mit Waren füllen und bin in einer Zeit im Januar gestartet, die für den Einzelhandel allgemein immer schwierig ist. Ohne eine genaue Planung wäre ich da nicht rangegangen. Gründungsinteressierten kann ich nur empfehlen, alle Fördermöglichkeiten für sich zu prüfen. Ich habe den Gründungszuschuss von der Agentur für Arbeit erhalten, der eine sehr gute Hilfe in den ersten Monaten ist.



Wo soll Ihre Reise noch hinführen?

Ich muss viele Aufgaben noch weiter vertiefen und verinnerlichen. Ich muss noch lernen, an der Kasse zu stehen, ich muss Verkäuferin sein, ich muss Einkäuferin sein, ich muss Chefin sein, ich muss Buchhalterin sein und auch als Unternehmerin noch mehr Erfahrungen sammeln. Ich will meinen Weg weitergehen, einen Schritt nach dem nächsten setzen und mich und den Pagenberg Concept Store stets weiterentwickeln. Ich werde das Angebot an regionalen und nachhaltigen Produkten immer stärker ausbauen und durch gezielte Digitalisierung die Kundengewinnung und Kundenzufriedenheit weiter steigern, um modern und zukunftsfähig auf dem Markt bestehen zu können. Auch ein hybrider Vertrieb aus Online- und Offline-Handel ist geplant. Auf der Reise suche ich mit meinem Netzwerk oder auch Coaches den Austausch, um meine Entscheidungen bestmöglich zu reflektieren.

Umfang der selbstständigen Erwerbstätigkeit variiert mit dem Lebensalter und Geschlecht

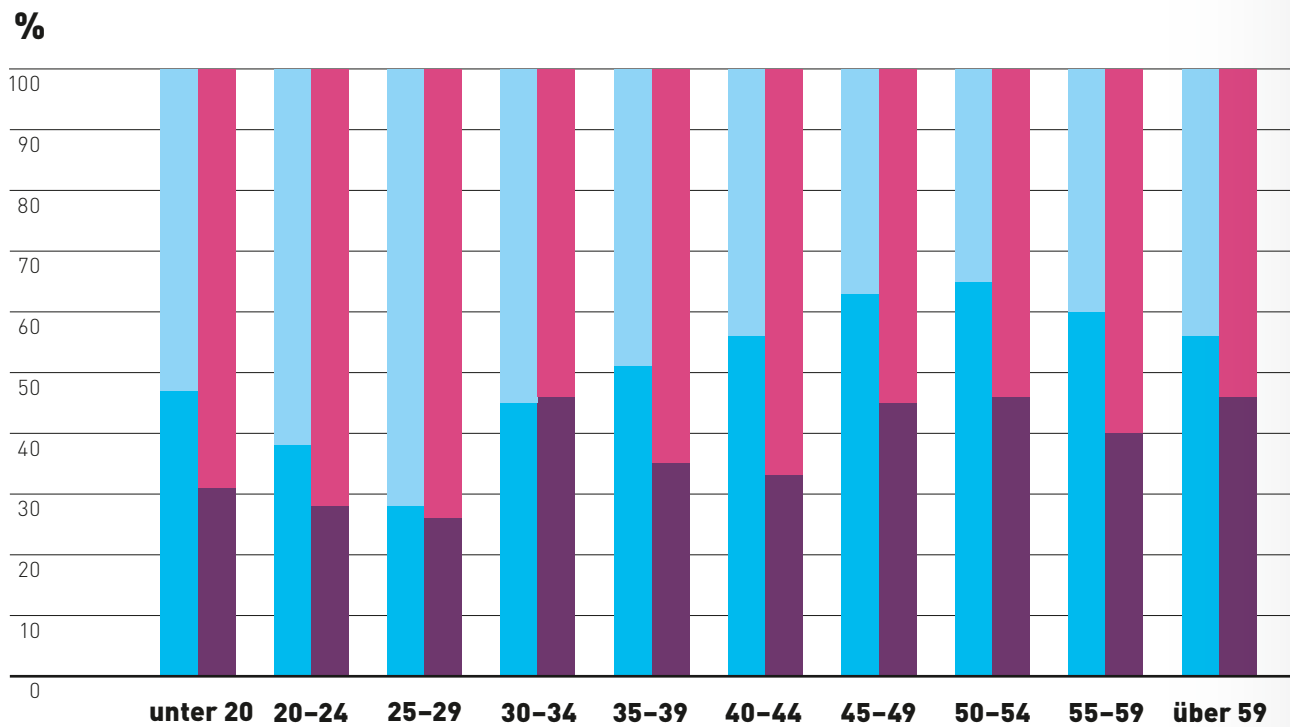
Höherer Anteil der Haupterwerbsgründungen bei Männern

Geschlecht und Alter spielen beim Umfang der Selbstständigkeit eine bedeutende Rolle. Dabei zeigen sich zwei Haupttrends: Frauen gründen häufiger im Nebenerwerb als Männer. Außerdem sind Nebenerwerbsgründungen bei jungen Menschen besonders beliebt. Darüber hinaus können im Vergleich zu den Vorjahren bei den männlichen Gründern mit einem Alter bis 29 Jahren deutlich mehr Gründungen im Haupterwerb registriert werden. Unverändert zu den Vorjahrestrends ist dagegen das Gründungsverhalten bei den Frauen. Diese gründen in jungen Jahren eher im Nebenerwerb. Erst mit zunehmendem Alter, beispielsweise nach der Familienphase, ist eine stärkere Tendenz zur Vollerwerbsgründung zu beobachten. Über alle Altersgruppen hinweg ist der Anteil der Haupterwerbsgründungen bei den Männern höher als bei den Frauen.



Haupt- und Nebenerwerbsgründungen nach Altersklasse und Geschlecht

Quelle: IHK Ostwestfalen



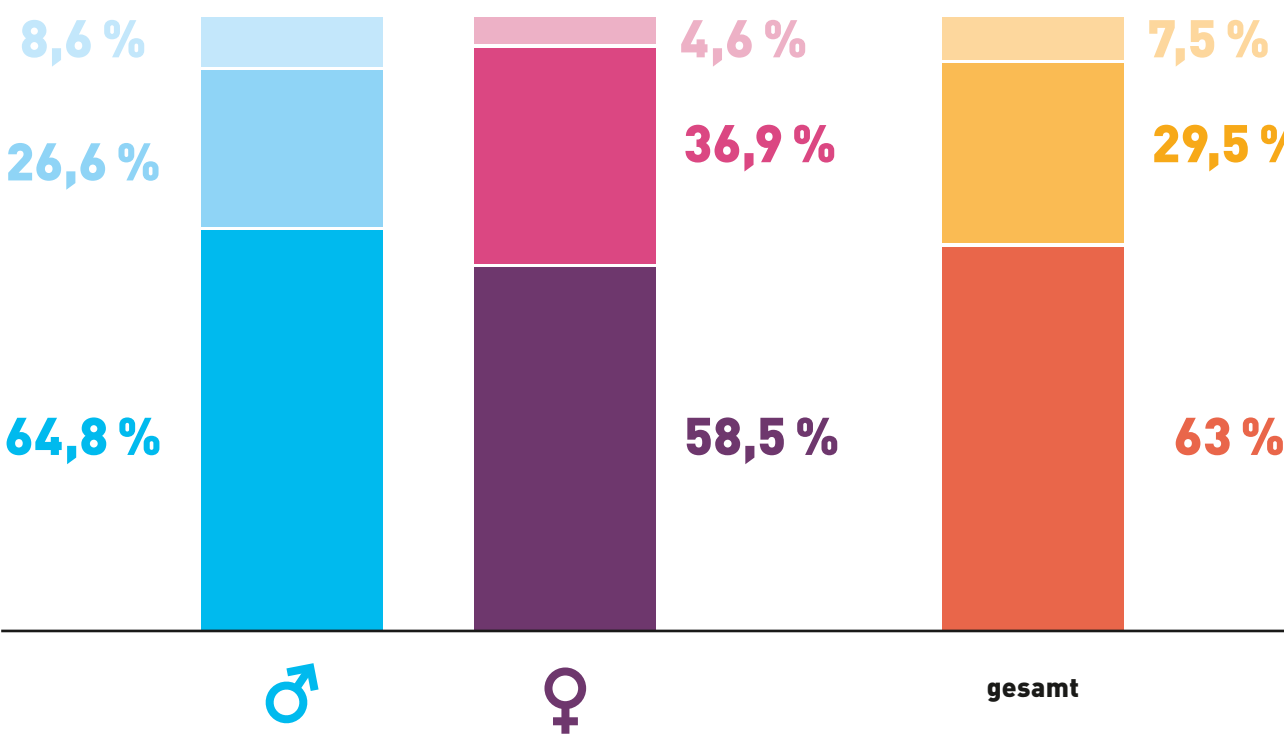
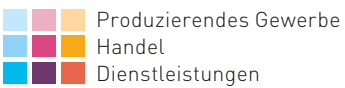
Großteil der Gründungen im Dienstleistungssektor

Seit Jahren zieht der Dienstleistungssektor die meisten Gründungen an. Mit 63,0 Prozent ist der Anteil der neu gestarteten Unternehmen im Dienstleistungsbereich nochmals angewachsen (2020: 61,2 Prozent). Bei den Männern steigt der Anteil der Dienstleistungsgründungen auf 64,8 Prozent (2020: 61,8 Prozent). Im Gegenzug sinkt der Anteil der Handelsgründungen auf 26,6 Prozent (2020: 28,1 Prozent) und der Industrie Gründungen auf 8,6 Prozent (2020: 10,1 Prozent). Bei den Frauen, die ebenfalls hauptsächlich im Dienstleistungsbereich gründen, nimmt der Anteil der neuen Unternehmen im Handel zu und liegt bei nunmehr bei 36,9 Prozent (2020: 35,4). Ihr Anteil der Gründungen im produzierenden Gewerbe liegt mit 7,5 Prozent unter dem Vorjahresniveau (2020: 8,5 Prozent). Wie die Differenzierung der Branchenzugehörigkeit nach Geschlecht zeigt, sind Gründungen im Handel bei Gründerinnen beliebter als bei Gründern. Dagegen gründen im produzierenden Gewerbe anteilig mehr Männer.

63 %
der Gründungen sind Dienstleistungen.

Branchenverteilung Männer und Frauen

Quelle: IHK Ostwestfalen



julia goldbecker
COACHING & TRAINING

Julia Goldbecker

gegründet:
15.06.2020 im Nebenerwerb
01.11.2021 im Haupterwerb

Internet:
www.juliagoldbecker.de

Wie war Ihr Weg in die Selbstständigkeit?

Der Weg in meine Selbstständigkeit war ungeplant, überraschend und auch schnell. Ursprünglich war es immer mein Plan, nicht selbstständig zu sein. Ich dachte eigentlich, die Entscheidung wäre glasklar für mich. Doch je größer die Unzufriedenheit in meinem bestehenden Bürojob wurde, umso näher rückte die Idee vom Selbstständigsein. Zumal ich eigentlich auch mit meinem damaligen Chef zusammen ein Coaching-Business gründen wollte. Gemeinsam zu gründen, war für mich ein sehr naheliegendes und sicheres Vorgehen, weil ich mich ganz alleine nie getraut habe. Ich habe quasi darauf gewartet, dass mich jemand an die Hand nimmt und mir meinen Weg zeigt. Leider kam aber keiner. Also habe ich meinen Mut zusammengenommen und erst einmal im Nebenerwerb gegründet. Die Situation, dass ich auch noch Mutter von zwei kleinen Kindern bin, brachte mich in die Herausforderung, Arbeit, Kleingewerbe und Familie unter einen Hut zu bringen. Und ich durfte durch meine Selbstständigkeit im Nebenerwerb spüren, wie es sich anfühlt, mit dem eigenen Thema zu arbeiten. So bekam also der Gedanke an Selbstbestimmung immer mehr Raum, um dort nämlich meine eigenen Werte, meine eigene Freiheit und meinen eigenen Weg leben und gehen zu können.

Was ist für Sie Erfolg?

Erfolg ist für mich aus gelernten Mustern heraus vorrangig quantitativer Natur, das heißt Umsatz, Anzahl an Klientinnen und etwa Trainerbuchungen. Leider ist genau das der Punkt, der mir in meiner Selbstständigkeit so sehr im Wege steht. Denn genau dieses Denken und dieser Anspruch lösen unheimlich viel Druck aus. Gerade zu Beginn! Daher habe ich mir zunächst bewusst qualitative Ziele bei meiner Selbstständigkeit gesteckt und arbeite konsequent an meinem Mindset. Denn mein Erfolg ist auch das Wachstum, die Veränderung, die Transformation und das Wohlbefinden meiner Teilnehmer und Klienten. Ich bin der Meinung, dass eine wirksame Leistung sich mittel- bis langfristig auch in finanziellem Erfolg bemerkbar macht. Die Sprachnachrichten meiner Klientinnen, denen ich geholfen habe, familiäre Situationen zu verbessern, ist für mich Antrieb und Erfolg zugleich. Ich konnte dabei in kurzer Zeit schon einiges bewirken.

Wie versuchen Sie, eine Sichtbarkeit für Kundinnen und Kunden aufzubauen?

In die Sichtbarkeit zu gehen, ist für mich vorrangig erst mal ein innerer Prozess, denn es bedeutet für mich Klarheit, in mir selbst zu schaffen, um meine Zielgruppe und meine Produkte klar und verständlich zu definieren, zu strukturieren und zu formulieren. Sichtbar werde ich dabei über meine Homepage, über Social-Media-Kanäle wie Instagram, Facebook und Google und redaktionelle Beiträge in Kombination mit Anzeigen. Die Wirksamkeit und die Bedeutung von Google habe ich in diesem Zusammenhang übrigens sehr unterschätzt. Dies sind zunächst Kanäle, die in einem finanziell erschwinglichen Rahmen liegen und gut bedienbar für mich sind. Ich kann sogar auch meine Kreativität darüber ausleben und stelle fest, dass das kontinuierliche Bedienen dieser Medien sehr wichtig für meinen eigenen Entwicklungsprozess ist. So habe ich meine Homepage komplett selbst erstellt, also jeden einzelnen Buchstaben selbst geschrieben und jedes einzelne Bild selbst platziert. Das war mir wichtig, damit ganz viel von mir bei meiner Zielgruppe ankommt.

Was würden Sie anderen Gründerinnen und Gründern mitgeben?

Anderen Gründern und insbesondere Gründerinnen möchte ich Mut und den Glauben an sich selbst mitgeben, denn es ist das Fundament, das jeden unserer Schritte begleitet beziehungsweise trägt. Mut und den Glauben an sich selbst und im Vorfeld zu schauen: Wofür brenne ich? In welchen Bereichen liegt meine Leidenschaft? Denn in seiner eigenen Leidenschaft zu arbeiten, ist nicht vergleichbar mit einem Job, den wir uns irgendwann einmal aus Sicherheitsbedürfnis oder finanziellen Gründen gesucht haben. Also mitgeben würde ich: Glaub an dich! Wenn du in deiner Leidenschaft bist, dann wird es laufen. Und nimm Hilfe und Unterstützung von Menschen an, die sich gut in den jeweiligen Themen auskennen, in denen du dir Unterstützung wünschst.

Was sind die nächsten Ziele, die Sie sich für 2022 gesteckt haben?

Mein Ziel für 2022 ist, auf meinem Weg zu bleiben, insbesondere mich persönlich weiterzuentwickeln und darüber auch meine Marke und mein Unternehmen zu entwickeln. Für mich ist es ein ganz, ganz großer persönlicher Prozess, der erst mal in mir stattfindet. Es begegnen mir viele Dinge, in die ich reinwachsen muss, viele Dinge, die ich neu kennenlernen und in denen ich mich neu kennenlernen darf. Von daher geht es für mich in diesem Jahr vorrangig darum, Erfahrungen zu sammeln, zu reflektieren und auch zu experimentieren. Mit diesen Erfahrungen lerne ich dann meinen weiteren Weg aus, überprüfe meine Ausrichtung und plane Weiterbildungen. Mein weiteres Ziel ist es, auch meine Wirtschaftlichkeit auszubauen, denn natürlich möchte ich mit meiner Unternehmung auch Geld verdienen. Anfangs gilt es, ein stabiles Fundament zu erschaffen, auf dem ich und mein Unternehmen wachsen können.



Digitale Geschäftsmodelle im Trend

Die fortschreitende Digitalisierung und die Corona-Pandemie als Digitalisierungsbeschleuniger wirken sich auf die Branchenverteilung aus. So wird das Ranking zwar wie im Vorjahr vom Einzelhandel mit 2.827 Gründungen angeführt. Zum Einzelhandel zählt neben dem stationären Einzelhandel auch der Vertrieb von Produkten über Marketplaces und den eigenen Onlineshop. Dies erklärt auch die hohe Anzahl der Nebenerwerbsgründungen.

Knapp zwei Drittel der Gründerinnen konzentrieren sich auf die Branchen Einzelhandel (30 Prozent), Dienstleistungen für private Haushalte (19 Prozent) und unternehmensbezogene Dienstleistungen (14 Prozent). Bei den Gründern verteilt sich jeder Zweite auf die Branchen unternehmensnahe Dienstleistungen (23 Prozent), Einzelhandel (20 Prozent) und Industrie (9 Prozent).

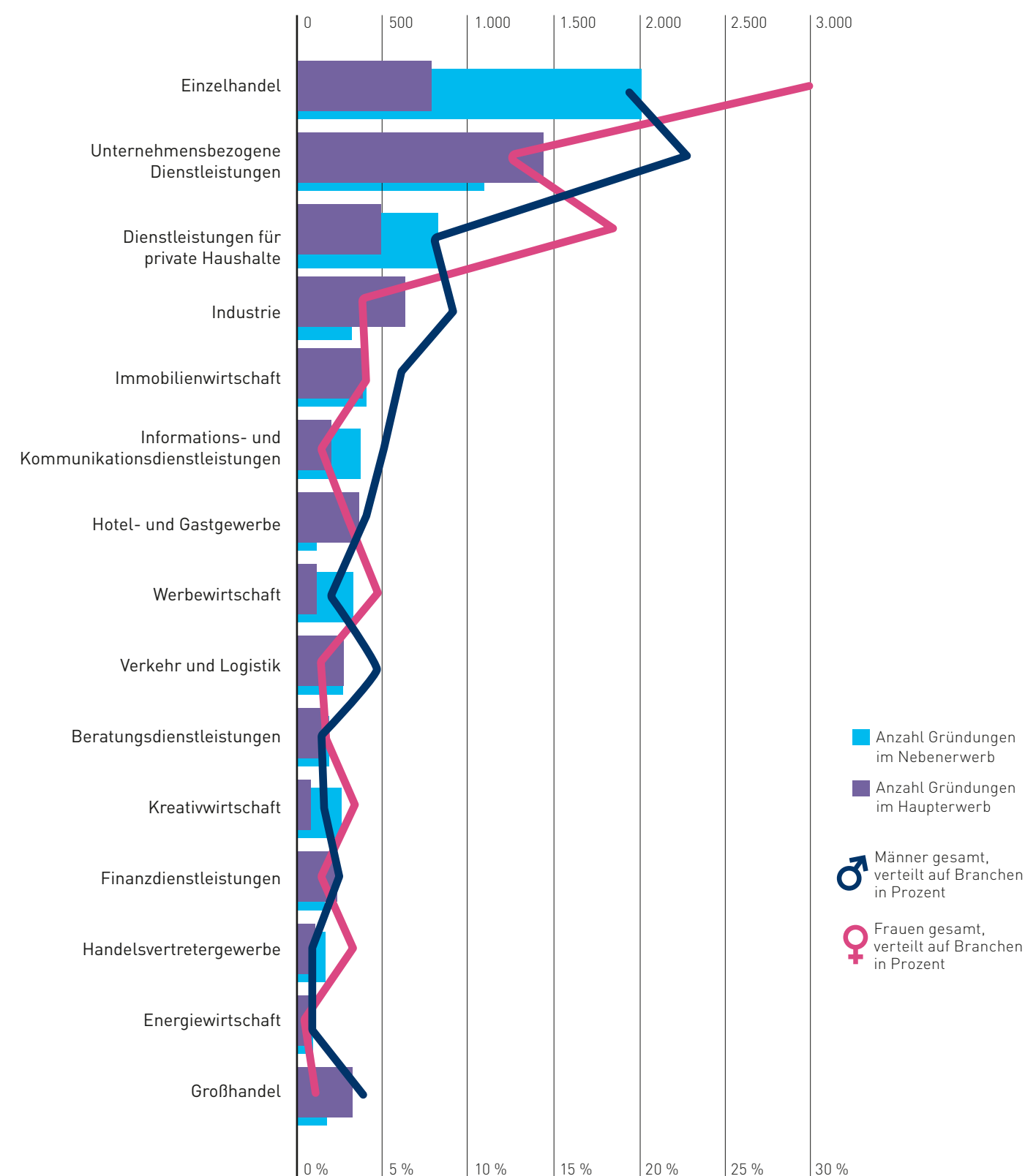
53,8 %

aller Gründungen werden in den Bereichen Einzelhandel, unternehmensbezogene Dienstleistungen und Dienstleistungen für private Haushalte vollzogen.



Branchenverteilung nach Haupt- und Nebenerwerb sowie Geschlecht

Quelle: IHK Ostwestfalen



**#SHE
DOES**
Future

Sonja O'Reilly
Linn Kaßner-Dingersen

gegründet:
12.07.2019

Internet:
www.shedoesfuture.org



Warum haben Sie eine gemeinnützige Organisation gegründet?

Sonja O'Reilly: Eine Neugründung ist oft der einzige Weg, etwas nachhaltig zu verändern. Das gilt auch für die Bildungsbranche. Hier gibt es vergleichsweise wenig neue Konzepte. Darum haben Linn und ich 2019 mit #SheDoesFuture ein eigenes, außerschulisches Bildungs- und Freizeitangebot entworfen, das junge Menschen auf ihre Zukunft vorbereitet. Es richtet sich an Mädchen und junge Frauen, um deren Potenziale für unseren Arbeitsmarkt besser zu entwickeln.

Linn Kaßner-Dingersen: Mädchen und Frauen halten sich oft noch zurück, wenn es um Technik, Führungspositionen oder den Einstieg nach der Familienzeit geht. Dadurch gehen uns als Gesellschaft wichtige Ressourcen verloren. Es freut uns besonders, während der Corona-Zeit zu einem deutschlandweiten Netzwerk zu wachsen. Neben dem Gründerstipendium haben wir Auszeichnungen wie den Westfalen Beweger 2021, den Soroptimist International Deutschland Preis 2021, den Heimatpreis und den Andrea-Heiniger-Award erhalten.

Aus welchen Gründen haben Sie sich selbstständig gemacht?

Sonja O'Reilly: Bereits mit 17 Jahren gründete ich mein eigenes Akrobatik-Showprojekt mit dem Ziel, jungen Menschen nicht nur sportliche Fähigkeiten, sondern auch frühzeitig das Gefühl zu vermitteln, dass sie etwas können und sich selbst zutrauen dürfen. Als Berufsberater-Coachin, Persönlichkeits-trainerin und Autorin habe ich heute die Möglichkeit, ganz neue Bildungskonzepte mitzuentwickeln, die es meiner Meinung nach dringend braucht. Diese Problemlösung, Kreativität und Sinnhaftigkeit reizen mich.

Linn Kaßner-Dingersen: Ich stehe dafür, Soziale Arbeit, die ich studiert habe, und Kunst zu verbinden, da ich auch eine Choreografie- und Tanzausbildung habe. Hier gibt es kaum berufliche Angebote. Bei #SheDoesFuture kann ich ein Beispiel dafür setzen, dass man die eigenen Ziele verfolgen darf und es immer einen Weg gibt. Junge Menschen brauchen Vorbilder.

Wie hat sich Ihre Unternehmensgründung bisher entwickelt?

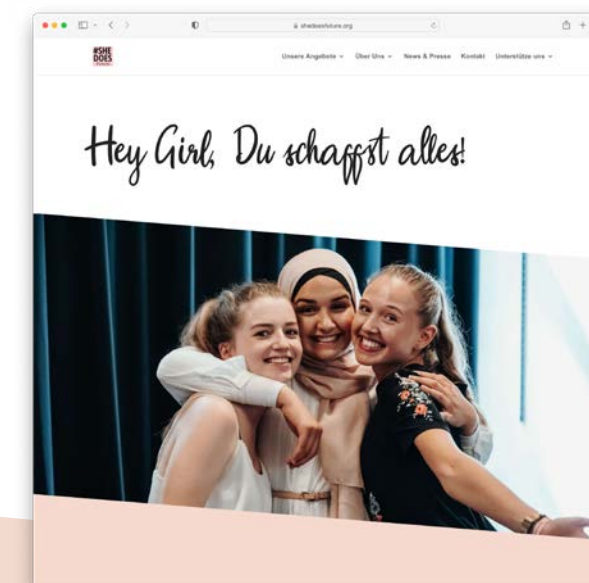
Sonja O'Reilly: Trotz der Pandemie positiv, da wir viele Angebote digitalisieren konnten. Unser Team und unsere Mitgliederzahl konnten wachsen. Wir sind neben #SheDoesFuture nun zusammen mit Unternehmen im Aufbau der Zukunftswerkstatt der.Hive für Jungen und Mädchen auf einer Fläche von 1.600 m².

Linn Kaßner-Dingersen: Zusammengefasst ist der.Hive auf der Rehmer Insel ein Zentrum für moderne Berufsbildung. Wir möchten hier schon Kindern ab dem Grundschulalter Berufsbilder praktisch und anschaulich vermitteln sowie jungen Menschen und Unternehmen den Raum für Kontakt und Austausch bieten.

Wie versuchen Sie, Ihren Markt für sich zu gewinnen?

Sonja O'Reilly: Indem wir versuchen, Bildung neu zu denken. Berufsbildung muss greifbarer werden. Junge Menschen sollen Unternehmen bereits im jungen Alter wahrnehmen, um später Kontakte für Praktika, Ausbildung, duales Studium oder Berufseinstieg zu haben.

Linn Kaßner-Dingersen: Und dazu veranstalten wir Bildungsevents, Workshops, Infotreffen und bieten beispielsweise Tüftelkurse an. Darin sollen insbesondere junge Mädchen die Angst vor Technik verlieren.



Letzte Frage: Welche generellen Tipps haben Sie für Gründerinnen und Gründer parat?

Sonja O'Reilly: Man sollte sich seiner Grenzen bewusst sein, auf Expertenrat hören – beim Thema Finanzierung beispielsweise – und Arbeiten abgeben können. Nur dann kann ich mich den Tätigkeiten widmen, wegen derer ich mich selbstständig gemacht habe, in meinem Fall speziell die Förderung der Berufswahlorientierung junger Menschen.

Linn Kaßner-Dingersen: Sie sollten sich der Unterstützung des privaten Umfelds sicher sein. Nur wenn Familie und Freunde Verständnis für die Selbstständigkeit haben und diese unterstützen, zum Beispiel finanzielle Risiken mittragen und Verständnis für flexible Arbeitszeiten haben, kann die Gründung dauerhaft erfolgreich sein.

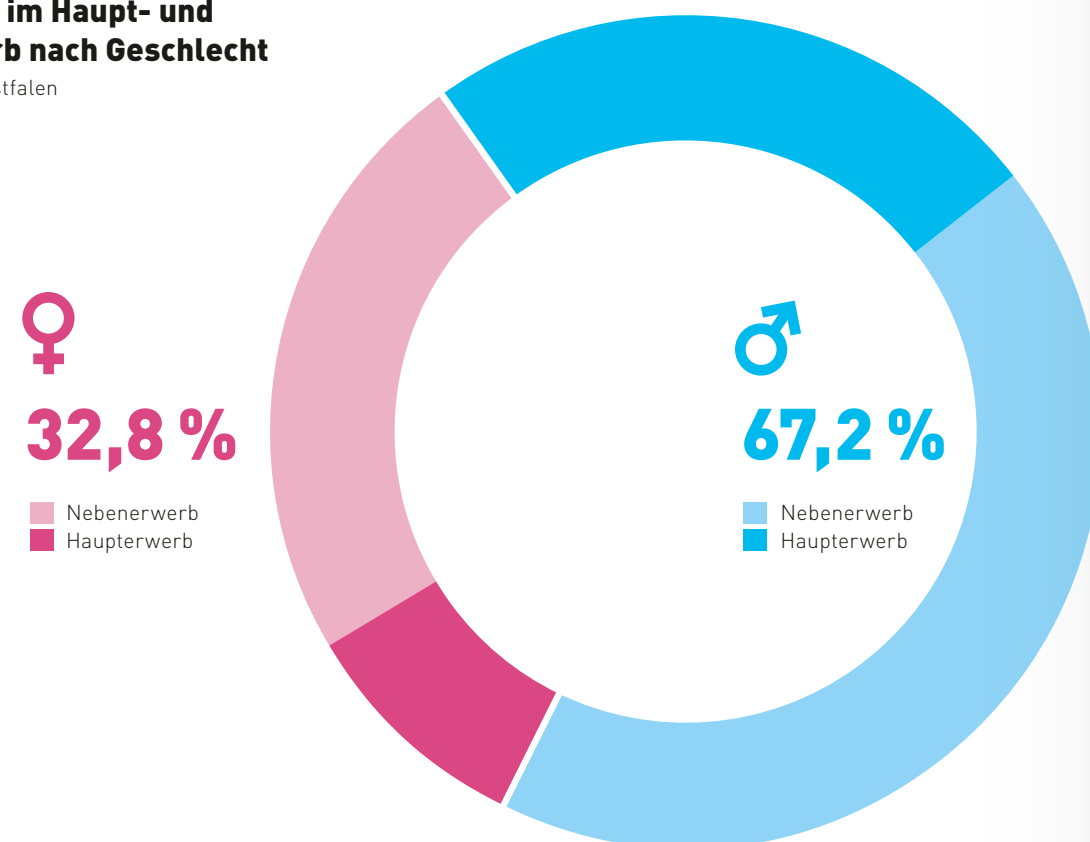
Abwärtstrend beim Gründerinnenanteil vorerst gestoppt

Männer gründen häufiger im Haupterwerb als Frauen.

Der Anteil der Gründerinnen hält sich in 2021 mit 32,8 Prozent auf dem Vorjahresniveau (2020: 32,7 Prozent). Damit ist der seit Jahren anhaltende Abwärtstrend – im Jahr 2018 lag der Gründerinnenanteil noch bei 35,1 Prozent – zumindest vorerst gestoppt. Die absolute Anzahl der Gründerinnen und Gründer stieg entsprechend der Relation des Vorjahres. Der Anteil der Nebenerwerbsgründungen bei Frauen ist weiterhin fast dreimal so hoch wie der Anteil der Gründungen im Haupterwerb. Bei den Männern liegt das Verhältnis der Nebenerwerbs- zu den Haupterwerbsgründungen bei etwa zwei zu eins. Bei dieser Statistik werden Anmeldungen von Klein-gewerbetreibenden, nicht aber Anmeldungen im Handelsregister berücksichtigt.

Gründungen im Haupt- und Nebenerwerb nach Geschlecht

Quelle: IHK Ostwestfalen



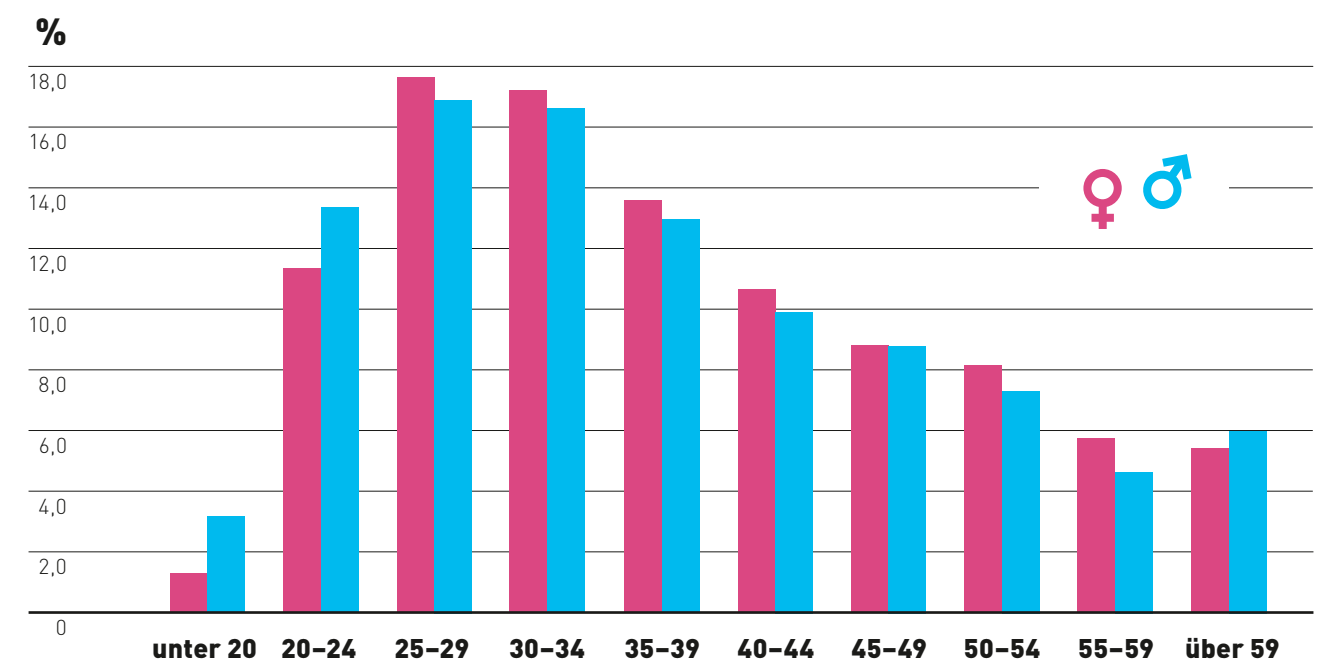
Gründungsszene wird jünger

33,5 % gründen zwischen 25 und 34 Jahren.

Wie auch im Vorjahr ist mit 62,6 Prozent der überwiegende Anteil der Gründerinnen und Gründer nicht älter als 39 Jahre. Die Gründungsbereitschaft ist in den Altersklassen 25–29 (17,7 Prozent) und 30–34 (15,8 Prozent) besonders hoch. Mit zunehmendem Alter sinkt die Gründungsneigung kontinuierlich. Wie die Altersverteilung von Männern und Frauen zeigt, sind in den jüngeren Altersklassen stärker die Männer vertreten, ab 25 Jahren dagegen die Frauen (Ausnahme über 60-Jährige). Gegenüber dem Vorjahreszeitraum hat es bei den Gründerinnen insbesondere eine Verschiebung von der Altersklasse 40–44 Jahre hin zu 25–29 Jahre gegeben. Insgesamt haben die jüngeren Altersgruppen an Bedeutung weiter zugelegt. Ein Blick auf die Teilregionen zeigt, dass in Bielefeld und Paderborn der Anteil der jungen Gründerinnen und Gründer, die ein Unternehmen mit Handelsregistereintragung gründen, besonders hoch ist. Ein Grund dafür könnten vermehrte Ausgründungen aus den Universitäten sein.

Gründungen nach Alter und Geschlecht

Quelle: IHK Ostwestfalen



Wir unterstützen Gründerinnen und Gründer!

Auch nach dem Start in die Selbstständigkeit können die vielfältigen Unterstützungsangebote der IHK in Anspruch genommen werden. www.ostwestfalen.ihk.de

Als STARTERCENTER NRW unterstützt die IHK Ostwestfalen Gründerinnen und Gründer bei der Weiterentwicklung und Umsetzung ihrer Geschäftsideen mit zahlreichen Serviceleistungen. Denn eine sorgfältige Vorbereitung ist die Basis für den zukünftigen Unternehmenserfolg.

Die STARTERCENTER der IHK in Bielefeld und Paderborn sind die zentralen Anlaufstellen zur Information, Beratung und Unterstützung von Gründungen in der Region. Mit der Zweigstelle in Minden und den regionalen Gründungssprechtagen in Herford und Gütersloh bietet die IHK viele Unterstützungsangebote flächendeckend an.

Insgesamt hat die IHK Ostwestfalen im Jahr 2021 gut 3.600 Gründerinnen und Gründer durch Veranstaltungen, Beratungen und Informationen in ihrem Vorhaben unterstützt.

Gründungsservice in Zahlen

853

Existenzgründungsberatungen

1.479

Beratungen zu Förderung, Finanzierung und Innovation

1.274

Informationen / Stellungnahmen

Kontakte bei der IHK Ostwestfalen

Startercenter Bielefeld

Telefon: 0521 554-450
www.ostwestfalen.ihk.de



Angelika Kunz

Telefon: 0521 554-294
a.kunz@ostwestfalen.ihk.de



Thomas Mikulsky

Telefon: 0521 554-239
t.mikulsky@ostwestfalen.ihk.de



Jochen Sander

Telefon: 0521 554-225
j.sander@ostwestfalen.ihk.de



Kathrin Teschke

Telefon: 0521 554-168
k.teschke@ostwestfalen.ihk.de

Startercenter Paderborn

Telefon: 05251 1559-28
startercenter-pb@ostwestfalen.ihk.de



Dr. Claudia Auinger

Telefon: 05251 1559-12
c.auinger@ostwestfalen.ihk.de



Tobias Kaufmann

Telefon: 05251 1559-43
t.kaufmann@ostwestfalen.ihk.de



Susanne Wunderlich

Telefon: 05251 1559-28
s.wunderlich@ostwestfalen.ihk.de

Zweigstelle Minden



Nadine Obersundermeyer

Telefon: 0571 38538-12
n.oberundermeyer@ostwestfalen.ihk.de

Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Elsa-Brändström-Str. 1-3
33602 Bielefeld
Telefon: +49 521 554-0
Telefax: +49 521 554-119
www.ostwestfalen.ihk.de

Redaktion

Harald Grefe, Thomas Mikulsky,
Tobias Kaufmann, Jörg Deibert
(IHK Ostwestfalen)

Korrektorat

Hartmut Breckenkamp

Gestaltung

deteringdesign.de

Bildnachweis

IHK Ostwestfalen, istockphoto, Dani
König und Sarah Barakah, Monique
Plönnigs, Anna Hausner Photogra-
phie | München, Jacqueline Nolting

Produktion

Sievert Druck & Service GmbH,
Bielefeld

Stand: August 2022

Copyright

Das Werk einschließlich aller seiner
Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen
Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist
ohne Zustimmung des Herausgebers
unzulässig und strafbar. Dies gilt ins-
besondere für Vervielfältigungen, Über-
setzungen, Mikroverfilmungen und die
Einspeicherung und Verarbeitung in
elektronischen Systemen.

Die Industrie- und Handelskammer
kann keine Gewähr für die Richtigkeit
der Adressdaten übernehmen.

Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Zweigstelle Paderborn+Höxter
Stedener Feld 14
33104 Paderborn
Telefon: +49 5251 1559-0
Telefax: +49 5251 1559-31

Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Zweigstelle Minden
Simeonsplatz 2
32427 Minden
Telefon: +49 571 38538-0
Telefax: +49 571 38538-15

Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Elsa-Brändström-Str. 1-3
33602 Bielefeld
www.ostwestfalen.ihk.de