

Jessica Thelen

Unternehmensgründung durch Frauen

Das Ungleichgewicht in der Gründungsszene

AUF EINEN BLICK

Der Anteil der Gründerinnen innovativer Start-ups liegt in Deutschland bei lediglich 15,9 Prozent. Erklärungen für diesen geringen Anteil weiblich geführter Unternehmensgründungen können sowohl persönliche als auch strukturelle Barrieren sein. Frauen werden oftmals nicht mit der Kompetenz einer Unternehmerin in Verbindung gebracht und haben es grundsätzlich in der männlich geprägten Gründungsszene schwerer. Sie sind weniger gut vernetzt und werden aufgrund geschlechterspezifischer Vorurteile von Investor_innen und anderen relevanten Stakeholder_innen benachteiligt.

Unternehmensgründungen sorgen für wirtschaftliche Erneuerung und treiben den Wettbewerb in einer Volkswirtschaft an. Gründungen mit innovativen Geschäftsmodellen besetzen neue Märkte. Sie stehen für die Innovationskraft des Landes. Nicht zuletzt werden durch Markterschließungen neue, zukunftsfähige Arbeitsplätze geschaffen. Laut Schumpeter entstehen besonders in Krisenzeiten mit sinkendem Bruttoinlandsprodukt innovative Ideen und Geschäftsmodelle durch Gründer_innen, die zum Aufschwung führen können (Kleinknecht 2016). Auch in der gegenwärtigen Pandemie ist das zu beobachten. Neue Onlinegeschäftsmodelle sowie Technologien für New Work und flexiblere Arbeitsmöglichkeiten sprießen aus dem Boden.

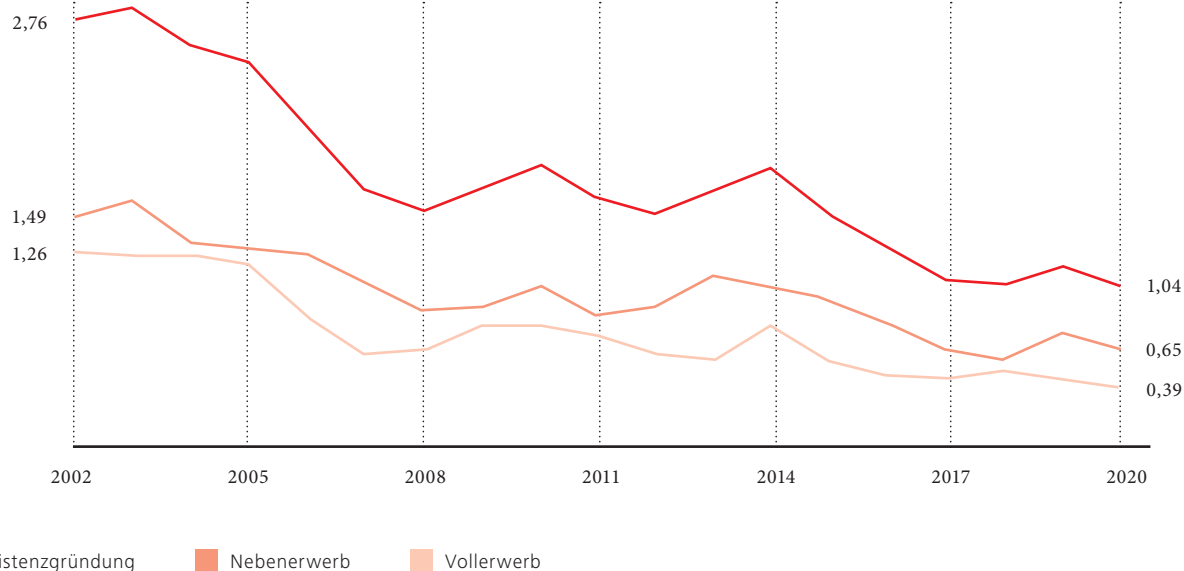
Zudem entwickeln Gründer_innen auf vielfältige Weise Lösungen für gesellschaftliche und wirtschaftliche Herausforderungen. Zahlreiche Start-ups bieten beispielsweise Technologien oder andere Lösungen für mehr Klima- und Ressourcenschutz an. Immer mehr junge Unternehmen ordnen sich dem Bereich des Social Entrepreneurship zu, haben also nichtmonetäre, gemeinwohlorientierte Ziele als primären Geschäftszweck.

GRÜNDUNGSENTWICKLUNG IN DEUTSCHLAND

Die Gründungsquote in Deutschland, also die Anzahl der Existenzgründungen bezogen auf die erwerbsfähige Bevölkerung, ist in den vergangenen Jahren allerdings rückläufig. Begründet wird dieser Rückgang vor allem mit dem seit 15 Jahren anhaltenden Aufschwung am Arbeitsmarkt. Erst 2019 stieg die Gründungsquote wieder, von 1,06 auf 1,17 Prozent (insgesamt 605.000 Gründer_innen), da die gesamtwirtschaftliche Entwicklung schwächer war als in den vorherigen Jahren. Zudem sank die Zahl gemeldeter offener Arbeitsstellen. Wie Abbildung 1 zeigt, verzeichneten den Anstieg allerdings nur die Nebenerwerbsgründungen. Im Jahr 2020 ist die Zahl der Existenzgründungen erneut gesunken (Metzger 2021).

Die Corona-Pandemie hat die Lage besonders für Start-up-Gründer_innen erschwert. Viele von ihnen stehen aufgrund des Einbruchs der Finanzierungen durch externe Kapitalgeber_innen vor existenziellen Herausforderungen. Immerhin 29 Prozent der Business Angels bewerteten im ersten Quartal 2020 die Geschäftslage als „schlecht“ bis „sehr schlecht“. Auf der anderen Seite geht aus dem Startupdetector Report 2020 hervor, dass 2.857 Start-ups im Jahr 2020 in das deutsche Handelsregister eingetragen wurden – 300 mehr als im Jahr zuvor. Die Top drei Branchen für Gründungen in den vergangenen Jahren sind Software, eCommerce und Medizin. Durch die Corona-Pandemie verzeichneten neben eCommerce auch die Branchen Lebensmittel und Bildung einen starken Zuwachs.

Abbildung 1
Gründungsquote in Prozent



Quelle: Metzger 2021.

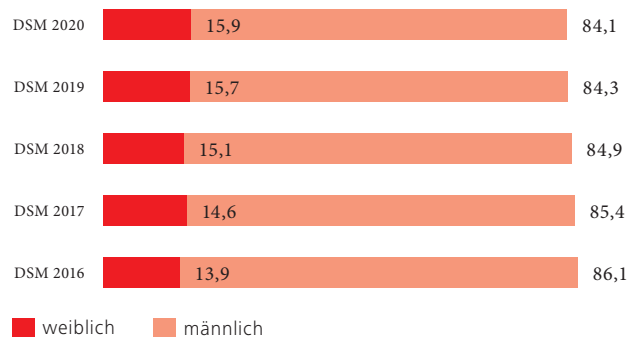
FRAUEN IN DER START-UP-BRANCHE STARK UNTERREPRÄSENTIERT

Bei Gründungen wird grundsätzlich zwischen Existenzgründungen und Start-up-Gründungen unterschieden. Existenzgründungen definieren die Form der beruflichen Selbstständigkeit und bezeichnen eine natürliche Person, die eine gewerbliche oder selbstständige berufliche Tätigkeit aufnimmt (§513 BGB). Start-up-Gründungen hingegen definieren Unternehmensgründungen, deren Geschäftsmodell innovativ ausgerichtet ist und die meist mit Fokus auf eine Technologie ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum planen (Kollmann et al. 2020).

Während 36 Prozent der Existenzgründungen im Jahr 2019 von Frauen ausgingen (Metzger 2020), lag der Anteil an Gründerinnen in der Start-up-Branche nur bei 15,9 Prozent (Kollmann et al. 2020).

83,9 Prozent der Start-up-Gründer_innen haben einen Hochschulabschluss (Kollmann et al. 2020). Dieser Anteil liegt im Rahmen der Existenzgründung nur bei 28,5 Prozent im Vollerwerb (Metzger 2019b). Somit sind Hochschulen für den Transfer von Innovationsfähigkeit und Technologieorientierung in die wachsende Start-up-Branche von zentraler Bedeutung. Bei einem Geschlechtervergleich in der Start-up-Branche zeigt sich, dass sowohl der überwiegende Anteil von Frauen (81,1 Prozent) wie auch von Männern (81,8 Prozent) ein Studium vor ihrer Gründung absolviert haben (Hirschfeld et al. 2020). Bei genauer Betrachtung der Hochschulabschlüsse fällt aber auf, dass Gründerinnen häufiger Abschlüsse der Studiengänge Geistes- und Sozialwissenschaften sowie Naturwissenschaften vorweisen. Deutlich unterrepräsentiert sind sie hingegen im Bereich Informatik und Ingenieurwissenschaften.

Abbildung 2
Start-up-Gründer_innen nach Geschlecht, in Prozent



Quelle: Kollmann et al. 2020.

Nur 13,8 Prozent der Gründerinnen können hier einen Abschluss vorweisen im Vergleich zu 38,3 Prozent der Gründer. Der Anteil der Start-up-Gründerinnen und -Gründer mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund ist ausgewogen. Zudem liegen Gründerinnen mit einem Abschluss eines Medizinstudiums mit 2,9 Prozent vor den Gründern mit 0,8 Prozent.

BRANCHEN UND GESCHÄFTSFELDER DER START-UP-GRÜNDER_INNEN IN DEUTSCHLAND

Während Männer am häufigsten in der Branche der Informations- und Kommunikationstechnologie gründen, liegt der Fokus der Gründerinnen im Bereich des Medizin- und Gesundheitswesens sowie der Konsumgüter- und Textilbranche.

Fraunteams dominieren die Zukunftsmärkte des Gesundheits- und Bildungswesens, die durch die Corona-Pandemie und die steigende Nachfrage digitaler Lösungen enorm an Bedeutung gewonnen haben. Gründerinnen erzielen mehr als die Hälfte ihres Umsatzes im Business-to-Consumer-Geschäft, während Männer durch Angebote von Softwarelösungen und Technologieentwicklung im Business-to-Business-Geschäft häufiger vertreten sind. Auch die Beweggründe für eine Unternehmungsgründung sind zwischen Männern und Frauen teilweise verschieden. Abbildung 3 stellt die Zieldimensionen und Motivation von Gründer_innen dar.

In erster Linie verfolgen sowohl Gründerinnen als auch Gründer ökonomische Ziele. Für Frauen ist der soziale Mehrwert der Gründung jedoch fast genauso wichtig. Mehr als die Hälfte aller Gründerinnen fühlt sich dem Bereich des Social Entrepreneurship zugehörig. Frauen haben insgesamt häufiger als Männer eine gesellschaftliche, soziale oder ökologische Motivation bei der Gründung ihres Unternehmens. Aber auch Selbstverwirklichungsideale spielen eine Rolle sowie ganz praktische Vereinbarkeitsgesichtspunkte, denn oft ermöglicht eine selbstständige Tätigkeit mehr Flexibilität als eine Festanstellung (Hirschfeld et al. 2020).

WARUM WÄCHST DIE GRÜNDERINNEN-QUOTE SO LANGSAM?

Gründerinnen und Gründer stehen grundsätzlich vor ähnlichen Herausforderungen. Um sich im Markt zu etablieren, müssen sie vor allem eine Finanzierung für ihre Idee finden. Außerdem müssen sie sich ein Netzwerk in der Gründungsbranche aufbauen und Anträge für mögliche Unterstützungshilfen beim Staat und bei Coaching- und Förderprogrammen einreichen. Gründer_innen appellieren daher regelmäßig an die Politik, die staatlichen Venture-Capital-Finanzierungsangebote auszubauen und gleichzeitig die Verwaltungsdienstleistungen zu vereinfachen (Kollmann et al. 2020).

Trotz ähnlicher Herausforderungen erleben Gründerinnen aufgrund ihres Geschlechts jedoch spezifische Nachteile im Start-up-Ökosystem. Aus diesen Nachteilen erklärt sich zumindest teilweise die niedrige und nur langsam wachsende Gründerinnenquote. Auch in der Gründungsszene greifen die Stereotypisierungen von Frauen: Sie werden nicht mit den Eigenschaften der männlich assoziierten Rolle eines Unternehmers in Verbindung gebracht (Meyer et al. 2017). Unternehmerische Attribute wie Führung und Durchsetzungsstärke werden eher Männern zugesprochen. Im Gegensatz dazu werden Frauen eher mit Soft Skills wie Fürsorge oder Harmoniestreben assoziiert (Ahl 2006). Gesellschaftlich vorherrschende Stereotype wirken sich daher negativ auf die Unternehmensgründungen von Frauen aus (Ahl 2006; Meyer et al. 2017). Persönliche Barrieren sind bei Frauen die Angst vor dem Scheitern und die geringere Risikotoleranz. Zwar stehen auch viele Männer vor diesen Barrieren, bei Frauen sind sie aber oftmals stärker ausgeprägt.

Wissenschaftliche Studien belegen zudem, dass Frauen für ihre Gründung deutlich weniger Kapital erhalten als Männer. Investor_innen bevorzugen oftmals, nicht zuletzt aufgrund geschlechtsspezifischer Vorurteile, den Ideenpitch eines Mannes

(Meyer et al. 2017). Außerdem erhalten Gründerinnen bei erfolgreichem Abschluss eines Geschäfts mit Investor_innen auch durchschnittlich weniger Kapital als Gründer. Zudem unterstützt das Phänomen der Homophilie bzw. der „Same-Gender-Effect“ die Bevorzugung männlicher Gründerteams insbesondere durch Investoren. Homophilie bedeutet, dass Menschen bzw. Investor_innen die gleiche Gruppe oder das gleiche Geschlecht unterstützen, mit dem sie sich identifizieren können. In Deutschland ist die Investorenlandschaft überwiegend männlich geprägt (Hirschfeld et al. 2020), was zur strukturellen Benachteiligung von Frauen führt.

Auf der anderen Seite könnte angenommen werden, dass Gründer besser finanziert werden, weil sie häufiger skalierbare, ertragreiche Geschäftsmodelle in aussichtsreichen Branchen wie dem IKT-Sektor anstreben, während Frauen seltener die Technologiebranche anvisieren. Diese Annahme überzeugt jedoch nicht vollumfänglich, denn auch Frauen gründen in zukunftsorientierten Branchen, wie im Bereich der Medizin, der Konsumgüterbranche sowie im Bildungssektor.

Eine weitere Herausforderung ist oftmals ein fehlendes Netzwerk unter Gründerinnen, das einen schlechteren Zugang zu Investor_innen zur Folge hat (Meyer et al. 2017). Geringere Kontakte, die hilfreich für den Aufbau der Marke, Finanzierungsmöglichkeiten sowie Kundenkontakt wären, sind typische Zugangsbarrieren für Frauen im Start-up-Ökosystem.

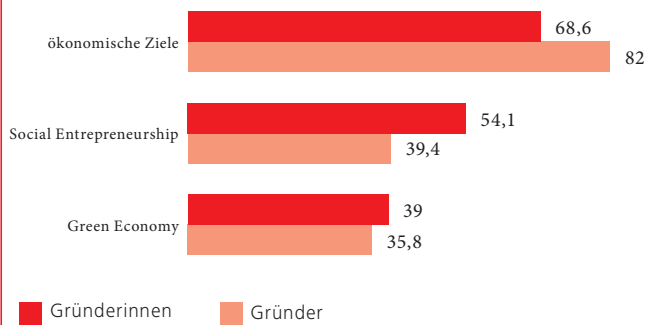
Des Weiteren hakt es an der Sichtbarkeit von Gründerinnen im Start-up-Umfeld. Schülerinnen, Studentinnen oder Absolventinnen benötigen Vorbilder aus der Gründungsszene, die zeigen, was möglich ist, und die dazu inspirieren, eigene Gründungsideen umzusetzen. Auch eine Sensibilisierung für das Ungleichgewicht zwischen Gründern und Gründerinnen fand in den vergangenen Jahren kaum statt. Hier besteht dringender Nachholbedarf.

WIE KANN DAS UNGLEICHGEWICHT ZWISCHEN GRÜNDERINNEN UND GRÜNDERN ABGEBAUT WERDEN?

Um mehr Frauen eine erfolgreiche Unternehmensgründung zu ermöglichen, bedarf es mehrerer, parallel laufender Ansätze. Zum einen ist es wichtig, Inkubator- und Acceleratorprogramme mit Fokus auf weibliche und gemischte Teams zu etablieren, um Gründerinnen den Zugang zu den entscheidenden Netzwerken zu ermöglichen und die Bildung diverserer Teams zu fördern. Zum anderen ist ein Ausbau der staatlichen Finanzierungsangebote für Gründerinnen erforderlich. Der Aufbau eines speziellen staatlichen oder privaten Fonds für die Investition in Gründerinnenteams könnte Gründerinnen aktiv unterstützen und für einen Anstieg weiblich geführter Start-ups sorgen. Zudem ist eine Förderung von Vereinigungen von Investorinnen denkbar. Das Business Angels Netzwerk Deutschland hat sich beispielsweise die Vision gesetzt, bis 2025 den Anteil weiblicher Business Angels in Deutschland auf 25 Prozent zu steigern. Solche Ambitionen sollten aktiv politisch befördert werden.

In den Niederlanden wurde zum Beispiel die Initiative „Next women“ initiiert, bei der Investor_innen die Selbstverpflichtung unterschreiben, gleichberechtigten Zugang zum

Abbildung 3

Zieldimensionen der Gründer_innen, in Prozent

Quelle: Hirschfeld et al. 2020.

Kapital zu garantieren. Insbesondere soll mehr in Start-ups investiert werden, die eine (Co)-Founderin haben. Innerhalb der VC Initiative wird eine spezifische „Inclusion Klausel“ in den Term Sheets verlangt. Diese Klausel besagt, dass mindestens ein weibliches Mitglied in dem zu investierenden Start-up sein muss. Damit tragen die Investmentfirmen zusätzlich positiv zur Vielfalt in den Portfolio-Firmen bei (Fundright 2021). Venture-Capital-Initiativen in Deutschland sowie Privatinvestor_innen sollten sich von diesem Modell inspirieren lassen.

Weiterhin sollte ein öffentlicher Diskurs zwischen Investor_innen und Gründer_innen gefördert werden, um Vorurteile und Probleme sichtbar zu machen. Die Bewertungen bei Pitch-events, auf denen Gründungsideen vorgestellt werden, könnten angepasst werden, und es sollte darauf geachtet werden, dass die Jury nicht nur männlich besetzt ist.

Auch eine gezieltere Vermittlung von gründungsbezogenem Wissen an Frauen könnte hilfreich sein – möglichst schon im Rahmen des schulischen Bildungswegs. Beispielsweise bietet der Fe:female Innovation Hub in Düsseldorf für die Klassen 7–13 Kurse von der Programmierung bis hin zur App-Entwicklung an. Dadurch wird der Zugang für junge Menschen zu MINT-Berufen eröffnet. Eine Ausweitung solcher Initiativen auf ganz Deutschland wäre denkbar. Gleiches gilt für Hochschulinitiativen wie beispielsweise das NRW-weite Hochschulnetzwerk „Women Entrepreneurs in Science“ der Bergischen Universität Wuppertal, das Gründerinnen bzw. gründungsinteressierten Studentinnen und Absolventinnen Zugang zu Wissen und Netzwerken bietet. Auch solche Initiativen sollten möglichst deutschlandweit etabliert werden. Ziel einer umfassenden Bildungsstrategie sollte es auch sein, erfolgreiche und nahbare weibliche Vorbilder medial präsenter zu machen, um Vorurteile aufzubrechen und weibliche Gründungsambitionen zu stärken.

Abschließend lässt sich festhalten, dass das Bildungssystem Schüler_innen und Student_innen für das Thema Gründung stärker sensibilisieren muss. Außerdem sollte auch aufgezeigt werden, dass Frauen nicht vorrangig für die Elternzeit oder Teilzeitmodelle zur Verfügung stehen, sondern auch Männer. Denn für Frauen gilt das gleiche Recht, neben der Familie ihren Job auszuüben, weitere Bildungsabschlüsse zu erwerben, Unternehmen zu gründen und ihre Ideen umzusetzen, ohne sich dafür vor der Gesellschaft rechtfertigen zu müssen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Ahl, H. 2006:** Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions, in: *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (5), S. 595–621.
- Fundright 2021:** Homepage, <https://fundright.nl> (9.7.2021).
- Hirschfeld, A.; Gilde, J.; Wöss, N. 2020:** Female Founders Monitor, Bundesverband Deutsche Startups e.V., https://femalefoundersmonitor.de/wp-content/uploads/FemaleFoundersMonitor_2020.pdf (24.3.2020).
- Kleinknecht, A. 2016:** Innovation Patterns in Crisis and Prosperity: Schumpeter's Long Cycle Reconsidered, Hampshire; London.
- Kollmann, T.; Jung, P. B.; Kleine-Stegemann, L.; Atae, J.; de Cruppe, K. 2020:** Deutscher Startup Monitor 2020: Innovation statt Krise, Berlin, <https://deutscherstartupmonitor.de/> (11.6.2021).
- Metzger, G. 2020:** KfW-Gründungsmonitor 2020, KfW-Bankengruppe, <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gruendungsmonitor-2020.pdf> (11.6.2021).
- Metzger, G. 2021:** KfW-Gründungsmonitor 2021, KfW-Bankengruppe, <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2021.pdf> (10.10.2021).
- Meyer V.; Tegtmeier, S.; Pakura, S. 2017:** Revisited: How Gender Role Stereotypes Affect the Image of Entrepreneurs Among Young Adults, in: *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 9 (4), S. 319–337.

AUTORIN

Jessica Thelen ist Projektmitarbeiterin bei „Women Entrepreneurs in Science“ im Start-up Center der Bergischen Universität Wuppertal.

IMPRESSUM

Oktober 2021

© **Friedrich-Ebert-Stiftung**

Herausgeberin: Abteilung Analyse, Planung und Beratung
Godesberger Allee 149, 53175 Bonn
Fax 0228 883 9205

www.fes.de/apb

Für diese Publikation ist in der FES verantwortlich:
Dr. Robert Philipps, Abteilung Analyse, Planung und Beratung

Bestellungen/Kontakt: ap-cy@fes.de

Titelfoto: [picture-alliance .com](http://picture-alliance.com)

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung. Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet. Publikationen der Friedrich-Ebert-Stiftung dürfen nicht für Wahlkampfwertungszwecke verwendet werden.

ISBN: 978-3-96250-922-4