



## Gründerinnen in der Digitalbranche

Von Unternehmensgründungen gehen Innovationen aus, die den Markt um Produkte und Prozesse erweitern. Sie sichern Existenzen, schaffen Arbeitsplätze und bieten Raum für Selbstverwirklichung und Kreativität.

Unternehmensgründungen in der Digitalbranche beeinflussen zudem maßgeblich die digitale Transformation: Es werden Apps entwickelt, digitale Plattformen aufgesetzt oder Social-Media-Agenturen gegründet.

Viele Frauen erfahren als Gründerinnen jedoch Nachteile. Hierfür sind strukturelle Ungleichheiten, etwa Geschlechterstereotype oder die Doppelbelastung von Frauen in Familien ursächlich. Für Soloselbstständige, bei denen es sich häufig um Frauen handelt, kommt die mangelhafte soziale Absicherung hinzu.

Gründungsinteressierte Frauen in der Digitalbranche stehen zudem einem stark männlich geprägten Umfeld gegenüber:

- » In der Informatik und den Informations- und Kommunikationstechnologieberufen sind Frauen als Unternehmerinnen stark unterrepräsentiert. Auf 80.000 selbstständige Männer kommen, nach Zahlen des Mikrozensus 2018, gerade einmal 7.000 selbstständige Frauen.
- » Der stereotypische Unternehmer ist männlich. Ihm werden Eigenschaften wie Risikobereitschaft und Durchsetzungsvermögen zugeschrieben. In der Digitalbranche kommen gesellschaftliche Zuschreibungen bezüglich Technik hinzu.

Gleichzeitig gibt es eine Reihe von innovativen Gründerinnen, die gründungsinteressierten Frauen als Vorbild dienen können. Bisläng sind diese Frauen aber wenig sichtbar:

- » Nora Baum entwickelte z. B. eine Augmented Reality (erweiterte Realität) App, mit der Hobby-schneider\*innen Schnittmuster direkt vom Handy auf den Stoff übertragen können.
- » Antonia Albert vermittelt mit ihrem Unternehmen auf einer Internetplattform Alltagsunterstützung an Senior\*innen und pflegebedürftige Menschen.
- » Miriam Mertens gründete eine Technologie-Firma im Bildungsbereich. Diese bietet einen Algorithmus, der Weiterbildungsangebote für Unternehmen und Mitarbeitende maßschneidert.



**Gründerinnen sind in der Digitalbranche stark unterrepräsentiert. Stereotype Vorstellungen des idealen Gründers werden durch das stark männlich geprägte Umfeld in der Digitalbranche verstärkt. Frauen haben es so z. B. schwerer an Kapital für eine Gründung zu kommen.**

### AUS DEM INHALT

- » Gründen Frauen anders?
- » Das Start-Up als Sinnbild
- » Barrieren in der Gründungsförderung
- » Empfehlungen für die Gründungsförderung



## Gründen Frauen anders?

Aus branchenübergreifenden Studien zu Gründer\*innen ist bekannt, dass Frauen anders gründen als Männer:

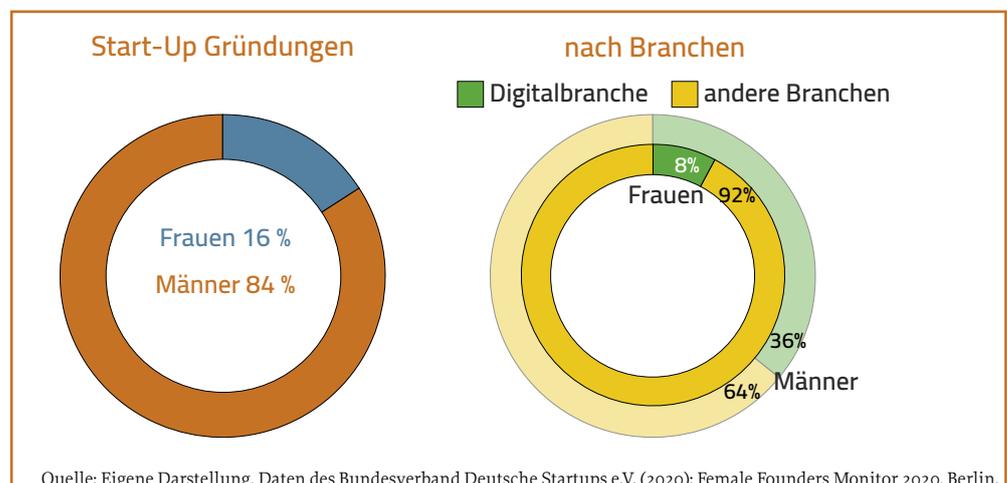
- » Gründerinnen richten ihre **unternehmerischen Ziele** tendenziell stärker an sozialen Dimensionen und weniger an wirtschaftlichem Wachstum aus. Der Deutsche Social Entrepreneurship Monitor geht davon aus, dass die Hälfte der Gründerinnen sich dem Bereich der Social Entrepreneurship, also Gründungen für gesellschaftsrelevante, sozial motivierte Unternehmungen, zuordnet.
  - » Frauen gründen häufig kleine Unternehmen oder als Soloselbstständige mit fehlender sozialer Absicherung. Die **Motivation** ihrer Gründung ergibt sich häufig aus der Sicherung ihrer eigenen ökonomischen Existenz. Dies geschieht z. B. auch aus Gründen der Vereinbarkeit mit der Familie.
- Ob diese branchenübergreifenden Unterschiede so auch auf Gründerinnen in der Digitalbranche zutreffen, kann aktuell nicht abschließend geklärt werden. Es fehlt an **repräsentativen Befragungen** von (potentiellen) Gründer\*innen in der Branche. Die oben genannten Punkte lassen jedoch vermuten, dass Gründerinnen auch in der Digitalbranche häufig nicht dem gängigen Bild entsprechen. Frauen, die digitale Produkte entwickeln, sind zum Beispiel häufig von der Lösung eines gesellschaftlichen Problems motiviert, z. B. im Gesundheits- oder Bildungsbereich. Diese Gründerinnen ordnen sich oftmals nicht dem Technologiesektor, sondern einem **Wirtschaftszweig** im sozialen Bereich zu.

## Das Start-Up als Sinnbild

Obwohl nicht jede Gründung in der Digitalbranche ein Start-Up ist, gelten Start-Ups als Sinnbild für Gründungen in der Branche. Viele Start-Ups sind im **Technologiesektor** tätig und/oder haben ein **digitales Geschäftsmodell**, z. B. Plattformen. Start-Ups weisen jedoch Besonderheiten auf, die sie von „klassischen“ Gründungen unterscheiden:

- » Der Bundesverband Deutsche Startups e.V. beschreibt ein Start-Up als ein **junges Unternehmen**, das mit seinem Geschäftsmodell oder seiner Technologie (**hoch**)**innovativ** ist. Ziel ist es schnell zu wachsen.
- » Start-Ups erschließen **neue Märkte**. Sie sind damit einem höheren Risiko ausgesetzt als Gründungen, die in einen bekannten Markt einsteigen. Das wirkt sich auch auf ihren (hohen) Kapitalbedarf und die Form der Finanzierung aus (Risikokapital).
- » Im von Risikokapital geprägtem Start-Up-Umfeld wird Innovation idealtypisch rein technisch verstanden. **Technologie** wird als neutrales Instrument gesehen. Weniger im Fokus sind soziale Innovationen und soziotechnische Ansätze, die bei der Entwicklung von Technik strukturelle und kulturelle Kontexte miteinbeziehen.

Während es für die Digitalbranche als gesamtes an Befragungen fehlt, befragt der Bundesverband Deutsche Startups e.V. seit 2018 jährlich Start-Up-Unternehmer\*innen in seinem Umfeld. Im **Female Founders Monitor** werden diese Daten geschlechtsbezogen ausgewertet. Der Monitor zeigt, dass Frauen als Start-Up-Unternehmerinnen stark unterrepräsentiert sind und auch hier anders gründen als Männer. Sie ordnen sich z. B. nur in wenigen Fällen explizit der IKT-Branche zu und gründen tendenziell kleiner.



## Barrieren in der Gründungsförderung

### Fokus auf technikzentrierte Start-Ups

Gerade in der Digitalbranche wird Innovation oft rein technisch verstanden. Unternehmen, die sich mit einem soziotechnischen Ansatz der Lösung sozialer Probleme durch Technik widmen, scheinen seltener als echte Start-ups wahrgenommen zu werden. Damit fehlt es an Vorbildern nicht nur für Frauen, sondern für alle Menschen, die mit Blick auf soziale Probleme gründen wollen.

Anzunehmen ist, dass dies dazu führt, dass es für Gründungen, die in erster Linie auf gesellschaftliche Wirkungen zielen und weniger auf wirtschaftlichen Gewinn, schwerer ist, Fördermittel einzuwerben. Kriterien wie **soziale und/oder ökologische Nachhaltigkeit** werden von Investoren oder in Förderprogrammen bislang nur selten berücksichtigt. Damit sind gemeinwohlorientierte Gründungen von Fördertöpfen ausgeschlossen oder sie fühlen sich z. B. von Innovationswettbewerben nicht angesprochen.

### Geschlechterstereotype

Die Strukturen der Branche und das gängige Bild eines Start-Up verstärken (geschlechter)stereotype Vorstellungen über (potentielle) Gründer\*innen. Gründerinnen erleben dies oft als Hürden für eigene Gründungen. Hürden entstehen beispielsweise, wenn:

- » interessierten Frauen aus Gründen der Vereinbarkeit in **Beratungen** zu „kleineren“ Gründungen geraten wird oder zu einer Gründung im Nebenerwerb, um zunächst die Eignung als Selbstständige zu testen.
- » Das bewilligte Kreditvolumen in **Verhandlungen** zwischen Gründerinnen und Bankberater\*innen geringer ausfällt, weil Frauen bei technischen Themen weniger zugetraut wird.
- » Gründerinnen bei Veranstaltungen wie **Pitch-Days**, auf denen Gründer\*innen um Investor\*innen werben, einer rein männlichen Gruppe an Investoren gegenüber sitzen, die gute und/oder an Frauen gerichtete Produktideen verkennt.

Verstärkt werden diese Benachteiligungen durch eine stark männlich geprägte Investorenlandschaft: So sind z. B. nur acht Prozent der *Business Angels* in Europa, also Personen, die den Gründungsprozess mit Kapital und *know-how* begleiten, Frauen.

### Zugang zu Förderung

Hürden, die durch Stereotype und ein männlich geprägtes Umfeld entstehen, spiegeln sich auch im Zugang zu Kapital wider. Zahlen des Female Founders Monitor 2019 zeigen, dass:

- » Männliche Gründerteams häufiger Finanzmittel von privaten Investoren erhalten und auch bei staatlichen Fördermitteln mit knapp 36 % gegenüber Frauenteam (21 %) klar vorne liegen.
- » Männer-Teams durchschnittlich knapp 3,4 Millionen Euro aufnahmen, während der Wert für Frauen-Teams bei nicht einmal 200 Tausend Euro lag.

Die genannten Zahlen lassen vermuten, dass Gründerinnen auch bei der **staatlichen Gründungsförderung** benachteiligt sind. Im Hinblick auf den geschlechtergerechten Zugang zu staatlichen Fördermitteln und den Umfang des Fördervolumens gibt es **offene Fragen**:

- » Sind die Bedingungen zur Förderung so ausgestaltet, dass Gründerinnen und Gründer gleichermaßen Zugang haben? Die **Förderbedingungen** können ausschließend wirken, wenn z. B. Gründen nur in Vollzeit möglich ist oder Besonderheiten von gemeinwohlorientierten Gründungen nicht beachtet werden.
- » Sind die vergebenen Mittel zur Gründungsförderung geschlechtergerecht verteilt? **Geschlechtsbezogene Daten** werden bisher bei der Fördermittelvergabe nicht systematisch erfasst. Eine Überprüfung ist daher bisher nicht möglich.
- » Sind **Gremien und Juries** im Bereich der Förderung von Gründungen mit Digitalisierungsbezug paritätisch besetzt? Auch das ist aus öffentlichen Informationen nicht ersichtlich und es fehlen Maßnahmen, wie z. B. Quoten, um Parität sicherzustellen.



### Förderinstrumente auf Bundesebene

Auf der Seite des BMWi sind alle **Förderinstrumente** des Bundes oder mit Bundesbeteiligung zusammengestellt. Daneben gibt es eine Vielzahl von eigenständigen weiteren Förder- und Finanzierungshilfen von Seiten der Bundesländer und der Europäischen Union.

## Empfehlungen für eine geschlechtergerechte Gründungsförderung

Um geschlechtsbezogene Schiefen zu beseitigen, sollten sich die Förderung von Gründungen (in der Digitalbranche) an folgenden Aspekten orientieren:



- » **Zielorientierte und evidenzbasierte Finanzierungen:** Öffentliche Förderprogramme müssen gleichstellungsorientiert gestaltet werden. Dazu bedarf es zunächst einer systematischen, geschlechterdifferenzierten Erfassung und Auswertung der Mittelvergabe und einer Veröffentlichung der Auswertungen. Zudem sind diskriminierungsfreie und gleichstellungsorientierte Vergabekriterien zu entwickeln, die auch Quotenregelungen bei der Vergabe von Fördermitteln vorsehen sollten.
- » **Gleichstellungsrelevante Kompetenzen einbinden:** Für die Entwicklung von Auswahlverfahren sollte die Expertise von Gründerinnennetzwerken, und Acceleratoren, die Gründerinnen in der Frühphase unterstützen, eingebunden werden. Erfahrungen aus geschlechtergerechten und inklusiven Förderprogrammen sollten eingeholt werden und Mitarbeitende der Förderprogramme sollten bezüglich Genderkompetenzen geschult werden. Außerdem sollten Entscheidungsgremien der öffentlichen und privaten Förderprogramme paritätisch besetzt werden.
- » **Gezielt Frauen fördern:** Förderprogramme sollten explizit für Gründerinnen in der Digitalbranche konzipiert werden. Eine branchenspezifische Vernetzung von Gründerinnen ist wichtig. Kampagnen, Veranstaltungen und Netzwerke innerhalb der Branche erhöhen die Sichtbarkeit von Gründerinnen und wirken Geschlechterstereotypen entgegen. Dabei sind die jeweils relevanten privaten und öffentlichen Akteur\*innen, beispielsweise Gründungszentren, Hochschulen und Inkubatoren, einzubeziehen.
- » **Netzwerke stärken:** Der Aufbau von Investorinnennetzwerken sollte gestärkt werden. Es gibt bereits jetzt Netzwerke, die Frauen als Risikokapitalgeberinnen mobilisieren. Diese sollten gefördert und erweitert werden. Zudem sollen Co-Working-Spaces oder ähnliche Arrangements gefördert und geschlechtergerecht weiterentwickelt werden, z. B. durch das Einplanen von Betreuungsinfrastruktur für Kinder.
- » **Koordinierte Förderung:** Programme und Organisationen, die gezielt Gründerinnen fördern, variieren von Bundesland zu Bundesland und zwischen Bundesländern und Bund. Die Bundesregierung sowie die Bundesländer sollten eine koordinierte Förderstrategie aufbauen. Diese sollte u. a. dafür sorgen, dass bei der Ausgestaltung der Programme gemeinwohlorientierte Initiativen systematisch eingebunden werden.
- » **Soziotechnische Perspektiven:** Um die Bandbreite von Gründer\*innen sichtbar werden zu lassen, muss ein soziotechnischer und nachhaltiger Innovationsbegriff entwickelt und gestärkt werden. Dieser muss mehr als technisch-zentrierte Gründungen umfassen. Ein Verständnis von Nachhaltigkeit im Sinne der UN-Nachhaltigkeitsziele verknüpft wirtschaftliche, soziale und ökologische Werte und schließt dabei gleiche Verwirklichungschancen unabhängig von Geschlecht ein.



### Zum Weiterlesen

- » Kapitel B.I.3 im Gutachtenteil des Dritten Gleichstellungsberichts der Bundesregierung, abzurufen unter <https://www.bmfsfj.de/gleichstellungsbericht>
- » Fuchs, Johanna/Knaut, Andrea/Güney-Frahm, Irem/Spangenberg, Ulrike (2020): Unternehmenskultur, neue Arbeitskonzepte und Stereotype in der Digitalwirtschaft. Dokumentation eines Hearings der Sachverständigenkommission für den Dritten Gleichstellungsbericht. <https://www.dritter-gleichstellungsbericht.de/de/article/221.unternehmenskultur-neue-arbeitskonzepte-und-stereotype-in-der-digitalwirtschaft.html>
- » Bundesverband Deutsche Startups e.V. (2020): Female Founders Monitor 2020. <https://femalefoundersmonitor.de>

### IMPRESSUM:

Themenblatt verfasst von der Geschäftsstelle Dritter Gleichstellungsbericht  
 V.i.S.d.P.: Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V.  
 Geschäftsstelle Dritter Gleichstellungsbericht der Bundesregierung  
 Sebastian Scheele und Dr. Ulrike Spangenberg (Leitung)  
 Lahnstraße 19, 12055 Berlin  
[www.dritter-gleichstellungsbericht.de](http://www.dritter-gleichstellungsbericht.de)  
 Stand: November 2021  
 Erscheinungsjahr: 2021