

Startbase

Female Founders Report 2021

Frauen in der deutschen Start-up Szene:
Antiquierte Rollenbilder oder neuer Schwung?





Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut / Foto: Martin Stollberg

Liebe Leserinnen und Leser,

die Potentiale der am besten qualifizierten Frauengeneration aller Zeiten sind bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Dabei geht es nicht nur um Karrierechancen für Frauen, sondern auch um die Zukunftsfähigkeit unseres Landes. Frauen bringen neue Blickwinkel ein – sie fragen oftmals nicht nur „Wie funktioniert das?“, sondern auch „Welchen Nutzen bringt das für die Gesellschaft?“.

Frauen gelten als Trendsetterinnen einer nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Betriebswirtschaftslehre, die unternehmerische Selbständigkeit mit ökonomischen Erfolg, sozialer Verantwortung und ökologisch bewusstem Umgang mit globalen Ressourcen verbindet. Diese Herangehensweise an Gründungen verspricht zukunftsfähige, innovative Geschäftsmodelle, die unseren Wirtschaftsstandort entscheidend mitgestalten können.

Kurzum: Gründerinnen sorgen für frischen Wind in der Wirtschaft!

Der *Female Founders Report* trägt einen wichtigen Teil dazu bei, Gründerinnen und ihre Geschäftsmodelle anhand der Startbase-Datenbasis genauer in Augenschein zu nehmen und zu verstehen, wo gezielte Fördermaßnahmen ansetzen können. So zeigt der Report etwa, dass Gründerinnen pro Kopf mehr neue Arbeitsplätze schaffen als Gründer. Dennoch – und das ist die Kehrseite – fällt der Frauen-Anteil unter den Start-up Gründungen wesentlich geringer aus als der Frauen-Anteil bei den Existenzgründungen insgesamt.

Mit unserer Landeskampagne *Start-up BW* nehmen wir deshalb das gesamte Gründungs-

geschehen in den Blick. *Start-up BW* bündelt unsere Maßnahmen, um Start-ups und Existenzgründungen gezielt zu unterstützen. Denn eine dynamische Gründungskultur gepaart mit innovativem Erfindungsgeist sind ebenso wie Start-ups wichtige Triebfedern für einen starken Mittelstand und die Hidden Champions von morgen.

Zu unseren bewährten Maßnahmen kommen ständig neue Bausteine hinzu. Wir haben mit den Innovations- und Beratungsgutscheinen, der Frühphasenfinanzierung *Start-up BW Pre-Seed* und der Corona-Hilfe *Start-up BW Pro-Tect* ein umfassendes Förderportfolio geschaffen. Neben dem *Start-up BW Elevator Pitch* gibt es mittlerweile auch einen Wettbewerb für gründungsfreundliche Kommunen, der jüngst von der EU prämiert wurde. Und mit dem *Female Founders Cup* und den *Female Founders Days and Nights* bieten wir nicht zuletzt speziell Gründerinnen und ihren Ideen eine Bühne.

Neue Blickwinkel und innovative Köpfe sind bei uns immer gerne gesehen und herzlich willkommen, die Zukunftssicherung des Wirtschaftsstandortes Baden-Württemberg mit zu gestalten. Deshalb danke ich den Impulsgeberinnen und Initiatoren wie auch den beteiligten Wissenschaftlerinnen und Forschern und den Start-ups herzlich für ihr Engagement bei der Erstellung des *Startbase Female Founders Report* und wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg.

Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut MdL
Ministerin für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau des Landes Baden-Württemberg

Lieber Leserinnen und lieber Leser,

wenn ich in Schulklassen danach frage, wer den Traum hat, später einmal ein Unternehmen zu gründen, meldet sich meistens kein einziges Mädchen.

Es kommt vielen jungen Mädchen nicht in den Sinn, dass berufliche Selbständigkeit eine erfüllende Art sein könnte, seinen Lebensunterhalt weitgehend unabhängig und selbstbestimmt zu verdienen. Gerade für Menschen mit Kreativität und Eigeninitiative kann das Gründertum eine Möglichkeit sein, mit eigenen Ideen Geld zu verdienen. Die Möglichkeit, ein Unternehmen zu gründen, sollte gerade auch für Mädchen eine der Optionen für ihren eigenen beruflichen Lebensweg sein. Dafür sollten wir sorgen.

Unsere Gesellschaft braucht – nach dieser Krise mehr denn je – Pioniergeist, Leute mit mutigen, innovativen Ideen, denen es Freude macht, mit ihren Visionen Geld zu verdienen. Die es anspricht, Neues zu wagen und Risiken einzugehen. Denen es Spaß macht, die Welt mit ihren Ideen zu beeinflussen. Und dabei braucht es auch die weibliche Sicht. Das ist kein Nice-to-have, das hat knallharte wirtschaftliche Gründe: Frauen sind Verbraucherinnen. Sie haben jedoch ganz andere Bedürfnisse und Wünsche an ein Produkt als Männer. Dieses Potential zu vernachlässigen, wäre nicht nur aus soziologischer, sondern aus wirtschaftlicher Sicht eine vertane Chance.

Natürlich müssen zunächst die rechtlichen Rahmenbedingungen mit der Lebensrealität übereinstimmen, um mehr Frauen zum Gründen von Unternehmen zu motivieren. Mit der Diskussion zum Thema temporäres „Ruhenlassen“ von Vorstands- und Geschäftsführungsmandaten bei

Mutterschutz, Elternzeit etc. haben wir bereits den ersten Grundstein gelegt. Es braucht hier dringend einen Rechtsanspruch auf eine familien-bedingte Auszeit für Vorstands- oder Geschäftsführungsmitglieder, ohne, dass diese während dieser Zeit Haftungsrisiken tragen. Alles andere ist nicht mehr zeitgemäß und lebensfremd.

Wir müssen auch ein Bewusstsein, bei Männern wie bei Frauen, dafür schaffen, dass die meist männlichen Wagniskapitalgeber oftmals wiederum männliche Gründer unterstützen. Deshalb müssen wir notfalls in einem letzten Schritt über eine Frauenquote beim staatlichen Wagniskapital nachdenken, um staatliche Finanzierungsinstrumente auch an Themen wie mehr Diversität zu koppeln.

Ich möchte andere Frauen dazu aufrufen, mit Mut eigene Ideen zu verfolgen und mit Selbstvertrauen die Wertigkeit der eigenen Fähigkeiten zu erkennen. Ich wünsche Ihnen nun viele Erkenntnisse beim Lesen dieser Studie.

Dorothee Bär MdB, Staatsministerin bei der Bundeskanzlerin und Beauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung



Dorothee Bär / Foto: Jörg Rieger

Inhalt

Grußwort – Dr. Hoffmeister-Kraut

Mehr Gründerinnen für Deutschland – Bär

Inhaltsverzeichnis

Datenbasis

Executive Summary

“Jetzt reicht's, wir haben genug geredet!” – Dr. Chung

1. Mentalität

1.1 Start-up Gründungen von Frauen

1.2 Diversität in Gründungsteams

1.3 Teamgröße mit Frauenbeteiligung

1.4 Weiterführende Literatur

2. Umsetzung

2.1 Gründungsaktivität von Frauen

2.2 Gründerinnenanteil in den Branchen

2.3 (Digitale) Geschäftsmodelle und Kundenfokus

2.4 Mitarbeitendenwachstum

2.5 Geschaffene Arbeitsplätze

2.6 Mediale Aufmerksamkeit

2.7 Weiterführende Literatur

3. Geographie

3.1 Bundesländer

3.2 Städte

3.3 Case Studies: Start-up Cluster

3.4 Weiterführende Literatur

4. Gründerinnen im Fokus

4.1 BOTfriends - Skodowski

4.2 Ovy – Wüller

4.3 Mapadoo – Dr. Koch

4.4 Uplyvt - Gstöttmayr & Cotiaux

4.5 Leankoala – Langner

5. Perspektiven

5.1 “Ich bin ein Alpha-Tier” - Michel & Lausten

5.2 Gründen als Berufsbild - Mattner & Prof. Sundermeier

5.3 Ein VC-Fonds für Frauen - Onaran

6. Förderprogramme

6.1 Grace

6.2 Female Founders

6.3 F-Lane

6.4 Two Women Win

6.5 Global Digital Women

6.6 Bundesweite Gründerinnenagentur (bga)

7. Investorinnen

8. Herausgeber- und Autorenschaft

8.1 Resümee der Initiatorinnen – Hinze & Münster

8.2 Übersicht der Mitwirkenden

8.3 Begriffsdefinitionen

8.4 Bildrechte

Executive Summary

- Frauen gründen deutlich seltener Start-ups als Unternehmen, die nicht als Start-up gelten. Im Jahr 2020 betrug der Frauenanteil unter allen Gründenden 17,9%, unter den Start-up Gründenden 11,9%.
- Jede zweite Frau gründet in einem geschlechterübergreifenden Team, unter den Männern ist es jeder fünfzehnte. Auch bezogen auf das Alter der Mitgründenden und die Teamgröße sind Frauen häufiger in diverseren Teams zu finden.
- Bei Frauen und Männern beobachten wir die höchste Gründungsaktivität in den Branchen IT & Kommunikation, Biotech & Medizin sowie Ernährung & Konsumgüter. In beiden Gruppen entfällt fast jede zweite Gründung auf eine dieser drei Branchen.
- Über alle Branchen betrachtet, schafft eine gründende Person in einem reinen Frauenteam 23 neue Arbeitsplätze, in reinen Männerteam sind es 17, in gemischten Teams 8.
- Innerhalb derselben Branchen setzen Frauen und Männer mit gleicher Häufigkeit auf digitale Geschäftsmodelle und dieselbe Kundengruppe.
- Führende Gründermedien berichten seltener über erfolgreiche Frauen als über erfolgreiche Männer. Unter den Start-ups mit 50-100 Mitarbeitenden wurden 56,3% der reinen Frauenteam mindestens einmal in ausgewählten Gründungsmedien erwähnt, von den reinen Männerteams waren es 67,7% und von den gemischten Teams 72,7%.
- Der Frauenanteil unter den Gründenden ist in gründungsstarken Metropolen und Bundesländern am höchsten. Der Frauenanteil korreliert vor allem mit den vorherrschenden Branchen-Clustern der Region.

Datenbasis

Der Startbase *Female Founders Report* 2021 basiert auf Daten zu 4.979 Start-ups mit 7.793 Gründenden des deutschen Start-up Ökosystems, unter denen sich 691 Gründerinnen befinden. Damit ist unsere Studie derzeit die umfassendste Auswertung zu Female Entrepreneurship in Deutschland.

Für das Jahr 2020 enthält der Datensatz 784 Start-ups mit 1.081 Gründenden, darunter 129 Frauen.

Das entspricht einem Frauenanteil von 11,9% unter den Start-up Gründenden.

Insgesamt befinden sich unter den 4.979 Start-ups auch 2.531 Start-ups, die nach 2016 gegründet wurden und damit jünger als fünf Jahre sind. Damit sind unsere Studienergebnisse insbesondere durch junge Unternehmen und aktuelle Entwicklungen im Start-up Ökosystem geprägt.

4.979
Analysierte
Start-ups

23
Geschaffene
Arbeitsplätze pro
Gründerin*

691
Gründerinnen

11,9%
Gründerinnen-Quote

* In einem reinen weiblichen Gründungsteam und/oder Solo-Gründerinnen.

Jetzt reicht's, wir haben genug geredet!

Warum ich den Ruf nach mehr Gründerinnen nicht mehr hören kann.

Ein Essay von Dr. Sophie Chung, Gründerin & CEO von Qunomedical

„Wir brauchen mehr Gründerinnen!“ Dieser Satz fällt seit Jahren automatisch, wenn es um das deutsche Start-up-Ökosystem geht. Es vergeht kaum eine Woche, in der ich nicht auf ein oft nur weiblich besetztes Panel eingeladen werde, um über die fehlenden Gründerinnen zu sprechen.

Reihum haben sich alle Stakeholder:innen zum Thema geäußert und auch zahlreiche Studien belegen inzwischen, dass mehr Diversität der Wirtschaft nicht nur gut tut, sondern auch die Bilanzen profitieren: Nicht nur bezogen auf das Geschlecht, sondern auch beim Alter und dem kulturellen Hintergrund führen durchmischte Teams nachweislich zu besseren Ergebnissen.

Man könnte also meinen, dass der Groschen gefallen ist, denn immerhin wird das Thema „Female Founders“ rauf und runter diskutiert. Doch genau das ist mein Punkt: Wir reden viel und schaffen es dabei nicht, echte Maßnahmen auf die Straße zu bekommen, die eine konkrete Wirkung zeigen.

Das Problembewusstsein ist bei den Verantwortlichen also höchstens oberflächlich vorhanden.

Geht es an die Umsetzung, dann ist – zumindest in meiner Wahrnehmung – noch nicht viel passiert.

Ja, es gibt einzelne VCs, die sich inzwischen sogar in ihren Satzungen zur Förderung von Gründerinnen verpflichten – *better ventures* zum Beispiel. Aber leider ist das eine Ausnahme.

Frauen(-teams) an der Spitze von Start-ups sind weiterhin eine Seltenheit und kurzfristig wird das auch so bleiben. Nicht, weil sie es nicht könnten oder nicht die richtigen Ideen hätten, sondern einfach weil sie weniger Kapital bekommen.

Statt immer nur weiter über die Bedeutung von Gründerinnen für die Wirtschaft zu diskutieren, müssen wir – Politik, VCs, Unternehmer:innen ebenso wie Eltern – endlich Taten und Resultate sprechen lassen.



Dr. Sophie Chung

„Sticky habits“ und tiefsitzende Bias

Denkmuster, mit denen man sozialisiert wurde oder Strukturen, in die man hineingewachsen ist, lassen sich meistens nicht von heute auf morgen ändern.

Was ich mir allerdings wünsche: dass wir uns bemühen, hinter die Kulissen dieser Mechanismen zu blicken, um so die eigenen blinden Flecken zu entdecken.

Es ist zum Beispiel erwiesen, dass Menschen sich gerne mit Dingen

umgeben, die sie einschätzen können und die ihnen vertraut sind. Logisch, denn das minimiert Risiken in vielerlei Hinsicht.

Das ist auch einer der Gründe, weshalb Investoren instinktiv lieber Gründer finanzieren, die an der gleichen Uni waren und aus dem gleichen Netzwerk kommen, Politiker statt frauenspezifischer lieber „allgemeine“ (in Wahrheit aber von Männern geprägte) Agenden verfolgen und Eltern von kleinen Kindern oftmals die ausgefahrenen Spuren bei der Erziehung befahren, die sie vermutlich selbst erlebt haben.

Das führt dann dazu, dass unser Start-up Ökosystem männlich dominiert bleibt.

Dass Themen wie beispielsweise die Reintegration in den Arbeitsmarkt nach der Geburt eines Kindes oder die entsprechenden Gehaltsstrukturen weiterhin systemische Hürden für Frauen bleiben. Und dass sogar in Berlin Prenzlauer Berg, wo das Schwimmen gegen den Strom eigentlich zum guten Ton gehört, Mädchen weiterhin hübsch und brav sind, während die kleinen Jungs mutig und stark werden.

Diesen tiefstzenden Bias müssen wir im Kern erkennen, um sie dann beseitigen zu können: Indem wir (Frauen) bei allen Entscheidungen nicht nur mitdenken oder mitreden, sondern die Männer, so platt das auch klingt, mit ins Boot holen. Denn jede Initiative für mehr Frauen in Vorständen oder in Founder-Teams ist zum Scheitern verurteilt, wenn wir die Männer, die darüber entscheiden, nicht mitnehmen.

Richtungsweisende Entscheidungen und ein „leap of faith“

Veränderungen anzustoßen, die greifbare Ergebnisse zeigen, bedeutet

Aufwand, Reibung und auch Konflikte. Klar, denn wenn das Thema mit einem einzigen Schalter erledigt wäre, hätten wir ihn schon lange umgelegt.

Die Ressourcen und Maßnahmen, die notwendigerweise aufgebracht werden müssen, sind weniger finanzieller Natur, dafür aber auf gedanklicher und Organisations-ebene – und sie liegen bei jedem und jeder Einzelnen.

Und deshalb wünsche ich mir, dass ein für alle Mal Schluss mit den Diskussionen auf der Metaebene ist. Deutschland hat so viel Potenzial, das einfach nicht genutzt wird, weil man(n) an den Schlüsselstellen zu bequem ist und die Notwendigkeit der Veränderungen womöglich gar nicht aktiv befürwortet.

Es sind hier alle gefragt. Denn damit wir den Lippenbekenntnissen ein Ende setzen, dürfen wir den schwarzen Peter nicht immer weitergeben.

Politik, VCs, Acceleratoren, Universitäten, Schulen und Eltern müssen sich gemeinsam dafür einsetzen, dass die Rahmenbedingungen

Chancengleichheit gewährleisten. Die Initiative #stayonboard hat im vergangenen Jahr einen Stein ins Rollen gebracht und dafür gesorgt, dass das Thema Elternzeit für Vorstände:innen diskutiert und gesetzlich neu behandelt wird.

Nicht jede Frau muss einen DAX-Konzern leiten oder ein Unternehmen gründen und nicht jedes Mädchen muss mit 13 Jahren perfekt programmieren können. Wenn sie das aber wollen, dann sollten sie nicht erst noch einen erheblichen Aufwand betreiben müssen, um die gesellschaftlichen und gesetzlichen Hürden zu nehmen.

Glücklicherweise gibt es schon einige Bewegungen, die sehr gezielt strukturelle Probleme angehen: Beispielsweise die Initiative 2hearts, die sich für mehr kulturelle Diversität einsetzt und durch ein Mentorenprogramm unterprivilegierten Talenten die Chance gibt, ihre Fähigkeiten zu entwickeln. Oder auch die Bildungsplattform *Startup Teens*, die den Unternehmergeist schon in jungen Jahren wecken und dafür sorgen will, dass Innovation nicht durch soziale Schranken verhindert wird.

Diese Initiativen sind aber bei weitem nicht genug, sie sind höchstens ein Anfang. Was wir brauchen, ist ein Schulsystem, das der unternehmerischen Bildung einen höheren Stellenwert beimisst und Talente schon früh fördert. Wir brauchen Gesetze, die nicht erst bei Vorständinnen greifen, sondern viel früher konsequent für Gleichberechtigung einstehen. Wir brauchen eine ausgewogene Berichterstattung in den Medien. Wir brauchen mehr Investorinnen, die in eine größere Vielfalt an Themen investieren.

Nehmen wir also unser Herz endlich in die Hand und auch die Menschen um uns herum in die Verantwortung. Lasst uns unsere Entscheidungen hinterfragen und aus alten Denkmustern ausbrechen - auch wenn es ungewohnt und ungewöhnlich ist.

Diesen *leap of faith* müssen wir alle wagen. Jede:r einzelne von uns muss wirklich beschließen, seinen eigenen Beitrag dazu zu leisten, die Wirtschaft und das Start-up Ökosystem weiblicher und diverser zu machen - egal ob klein oder groß. Sonst werden wir in 20 Jahren noch immer darüber sprechen, ohne etwas dafür getan zu haben.

1. Mentalität

Deutlich seltener gründen Frauen ein Start-up als ein Unternehmen, das nicht als Start-up gilt. Entsprechend selten sind Frauen auch in der Start-up Szene anzutreffen, bei Netzwerkveranstaltungen, Start-up Pitches und Preisverleihungen.

Diese Diskrepanz hält an, auch in unserem Datensatz wird deutlich, dass im untersuchten Jahr 2020 Frauen bei Unternehmensgründungen im allgemeinen und noch mehr bei Start-up Gründungen im speziellen unterrepräsentiert sind.

Mit unseren Daten möchten wir in diesem Kapitel helfen, die Gründungsmentalität von Frauen besser zu verstehen. Eine genaue Kenntnis des Gründungsgeschehens und vor allem der Unterschiede im Gründungsgeschehen von Frauen und Männern kann Aufschlüsse geben, welchen kulturellen Wandel die Start-up Szene durchmachen muss, um die bestehende Diskrepanz abzubauen.

In der Vergangenheit haben Untersuchungen gezeigt, dass per se kein Unterschied im

Unternehmergeist zwischen Frauen und Männern besteht, umso mehr liegt die Vermutung nahe, dass insbesondere kulturelle Gründe die Ursache sind, warum Frauen seltener bereit sind, ein Start-up zu gründen.⁽¹⁾

Ein wichtiger Bestandteil der Gründung ist das Bilden des Gründungsteams. Diesen bisher weniger betrachteten Aspekt stellen wir deshalb in den Fokus dieses Kapitels.

Wir beobachten, dass Frauen und Männer ganz unterschiedliche Teamkonstellationen bevorzugen. Während Männer meist unter sich bleiben, schließen sich Frauen häufiger in gemischten Teams zusammen. Dadurch entstehen meist größere und diversere Teams.

Eine wichtige Aufgabe in der Förderung von Gründerinnen sehen wir deshalb auch darin, die Voraussetzungen zu schaffen, dass Frauen in Teamkonstellationen zusammenfinden können, die ihre Präferenzen, Werte und Ziele bei der Unternehmensgründung teilen.



1.1 Start-up Gründungen von Frauen

Start-up Gründungen unterscheiden sich von Gründungen im Allgemeinen insbesondere hinsichtlich der Innovativität und des Wachstumspotentials. Start-ups verfolgen oftmals das Ziel, Märkte grundlegend zu verändern oder vollständig neue Märkte und Produktklassen zu schaffen.

Zunächst vergleichen wir die Gründungsaktivität von Frauen im Allgemeinen mit der Gründungsaktivität von Frauen im Start-up Umfeld. Dabei beziehen wir uns auf das Geschlecht der geschäftsführenden Personen von Kapitalgesellschaften zum Zeitpunkt der Gründung. Eine unterschiedliche Gründungsaktivität von Frauen zwischen Gründungen im Allgemeinen und Start-up Gründungen im Speziellen kann Ausdruck unterschiedlicher wirtschaftlicher Ziele und Strategien von Frauen und Männern bei der Unternehmensgründung sein.

Im Jahr 2020 betrug der Frauenanteil bei Gründungen im Allgemeinen 17,9%*, der Frauenanteil unter den Start-up Gründungen 11,9%. Dieser Unterschied legt nahe, dass sich Gründerinnen möglicherweise

seltener mit den Zielen eines Start-ups identifizieren oder ihr Unternehmen nicht als Start-up darstellen, selbst wenn das gegründete Unternehmen die Kriterien eines Start-ups erfüllt. ^{(1), (2)}

Unter allen Start-ups in unserem Datensatz wurden 8,1% der Unternehmen von oder mit einer geschäftsführenden Frau gegründet. Dieser geringere Anteil im Vergleich zu den Gründungen im Allgemeinen kann mehrere Ursachen haben. Einerseits könnte der Anteil an gründenden Frauen im Start-up Umfeld in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen sein, andererseits könnte sich die Aufgabe des Unternehmens bei Frauen und Männer gegründeter Start-ups unterscheiden („Survivorship Bias“).

Unsere Daten lassen zu diesem Zeitpunkt keine dezidierte Untersuchung des Zusammenhangs zu. Auch vergleichbare Studien unterliegen ähnlichen Verzerrungen. Nur gemeinsame Bemühungen aller Beteiligten des Start-up Ökosystems und neue Formate der Zusammenarbeit (z.B. Open Data) können dazu führen, in Zukunft ein vollständigeres Bild darzustellen.

Abb. 1: Frauenanteil in Gründungen allgemeinen vs. Start-up Gründungen

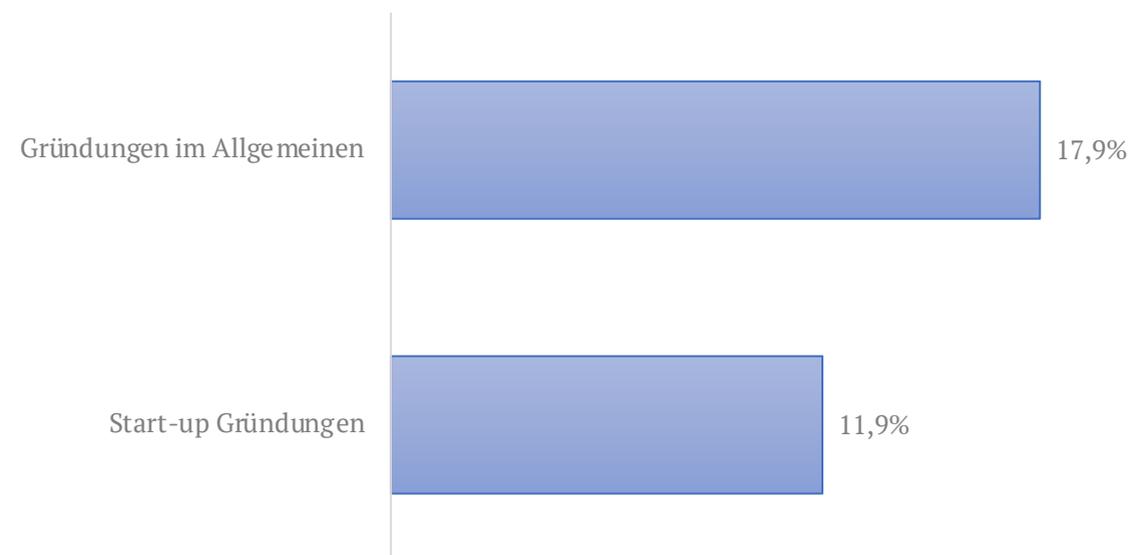
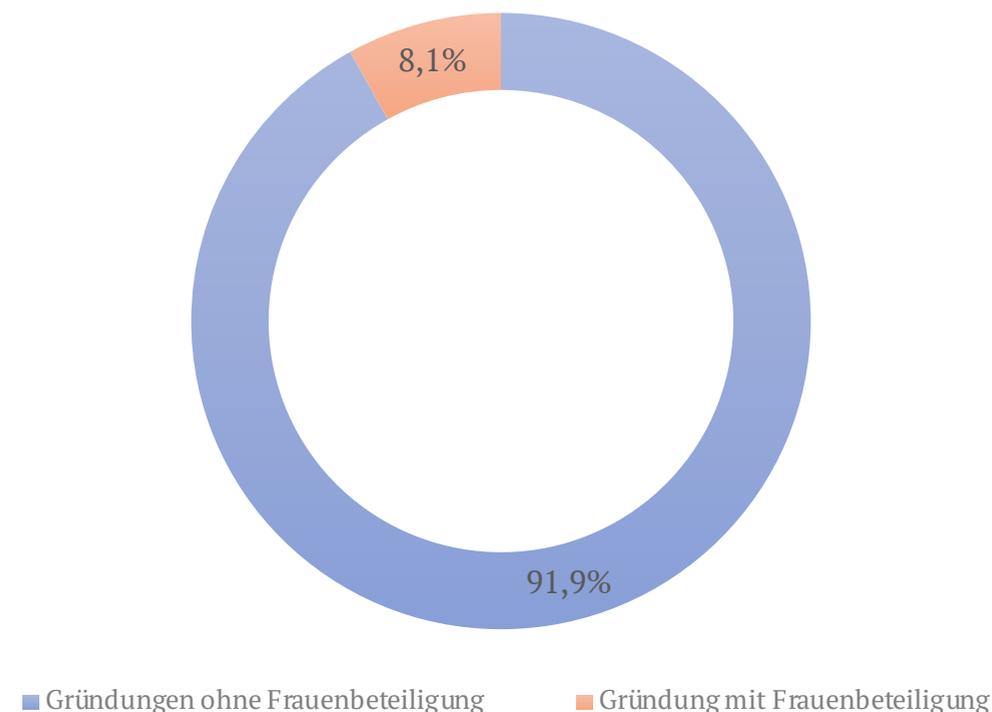


Abb. 2: Start-up Gründungen unter weiblicher Beteiligung



* Im Datensatz befinden sich 149.517 Unternehmensgründungen im Allgemeinen mit 127.818 Gründenden, die im Jahr 2020 gegründet wurden, darunter 21.751 Frauen. Daraus ergibt sich für 2020 ein Frauenanteil von 17,9% unter den Gründungen im Allgemeinen.

1.1 Start-up Gründungen von Frauen



*Von 100 Gründenden in 2020 sind 18 weiblich.
Unter den Start-up Gründenden sind es nur 11.*

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021



1.2 Diversität in Gründungsteams

Frauen bilden deutlich häufiger geschlechterübergreifende Gründungsteams als Männer. Damit ist die Diversität des Gründungsteams, bezogen auf das Geschlecht, in frauengeführten Start-ups höher.

In 50,5% der Fälle schließen sich Frauen in einem Gründungsteam mit mindestens einem Mann zusammen. Damit ist etwa jedes zweite Gründungsteam, in dem eine Frau aktiv ist, ein gemischtes Team. Am zeithäufigsten gründen Frauen alleine, in den seltensten Fällen bilden Frauen reine Frauenteams.

Unter den Männern beträgt der Anteil der Gründenden in gemischten Teams 6,7%. Im Vergleich, jedes fünfzehnte Gründungsteams, in dem ein Mann aktiv ist, ist ein gemischtes Team. Damit schließen sich Männer am seltensten zu einem gemischten Gründungsteam zusammen. Am häufigsten, in 65,0% der Fälle, bilden Männer rein männliche Gründungsteams.

Da in absoluter Anzahl deutlich weniger Frauen gründen als Männer, ist es rein statisch wahrscheinlicher, eine Frau in einem gemischten Team

vorzufinden als in einem reinen Frauenteam.

Der Anteil an Personen, die ohne Team gründen, liegt unter den Männern etwas niedriger als unter den Frauen. Für diese Beobachtung sind vielfältige Erklärungsansätze denkbar. Möglicherweise haben es Frauen schwerer, Mitgründende von ihrer Idee zu überzeugen als Männer. Möglicherweise präferieren Frauen bestimmte Teamkonstellationen und ziehen es vor, lieber alleine zu gründen als in einer nicht präferierten Teamkonstellation.

Möglicherweise sehen Frauen auch häufiger (als Männer) Vorteile in einer Gründung ohne Team.

Um Präferenzen in der Teambildung und die damit verbundenen Motive von Frauen und Männern besser zu verstehen, sind deutlich strukturiertere qualitative Untersuchungen nötig als bisher vorhanden.

Abb. 3: Gründungsteams frauengeführter Start-ups

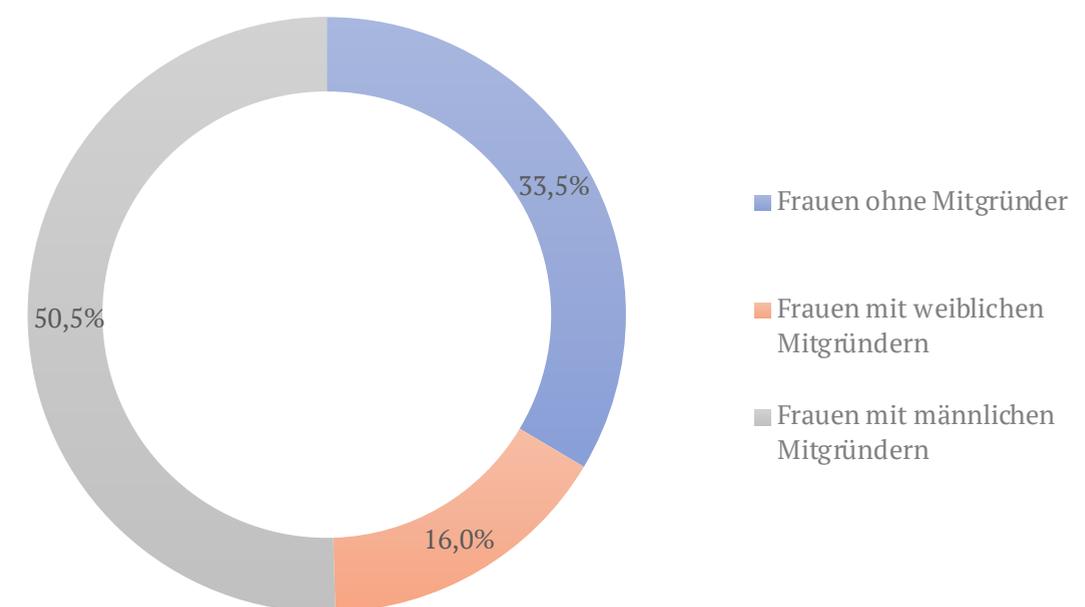
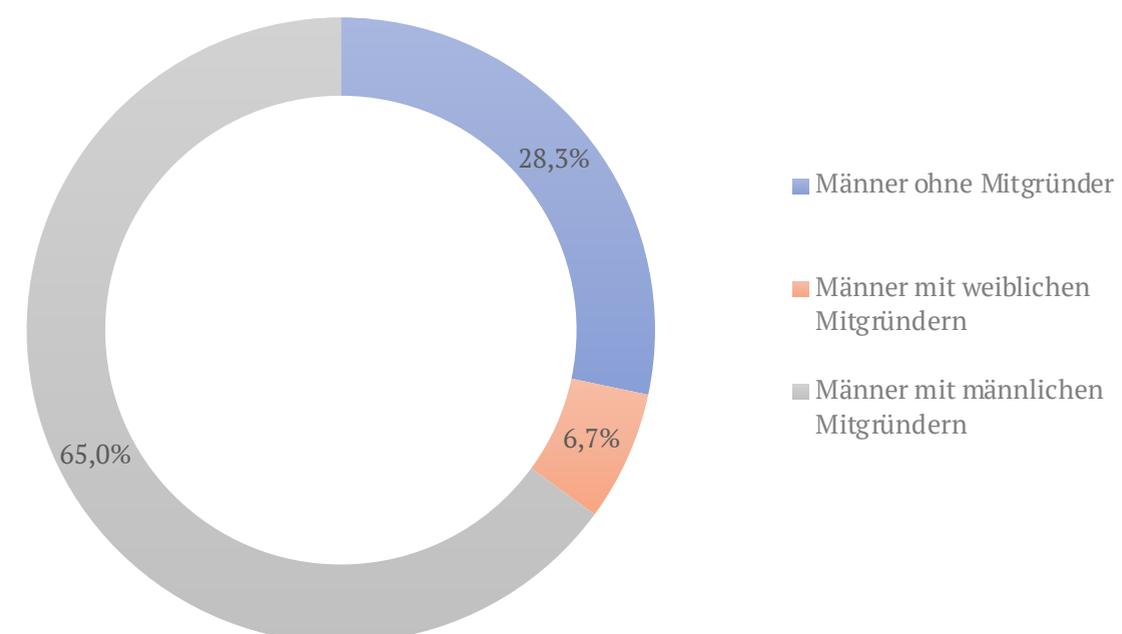


Abb. 4: Gründungsteams männergeführter Start-ups



1.2 Diversität in Gründungsteams

“ *Frauen gründen dreimal häufiger in einem gemischten Team als in einem reinen Frauenteam.*

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021

 Startbase

Auch bei der Diversität bezogen auf das Alter unterscheiden sich die verschiedenen Gründungsteams.

Gemischte Teams weisen, bezogen auf das Alter, die höchste Diversität auf. Der durchschnittliche Altersunterschied zwischen der ältesten und der jüngsten Person beträgt in gemischten Teams 7,2 Jahre, in rein männlichen Teams 6,3 Jahre und in reinen Frauenteam 3,9 Jahre.

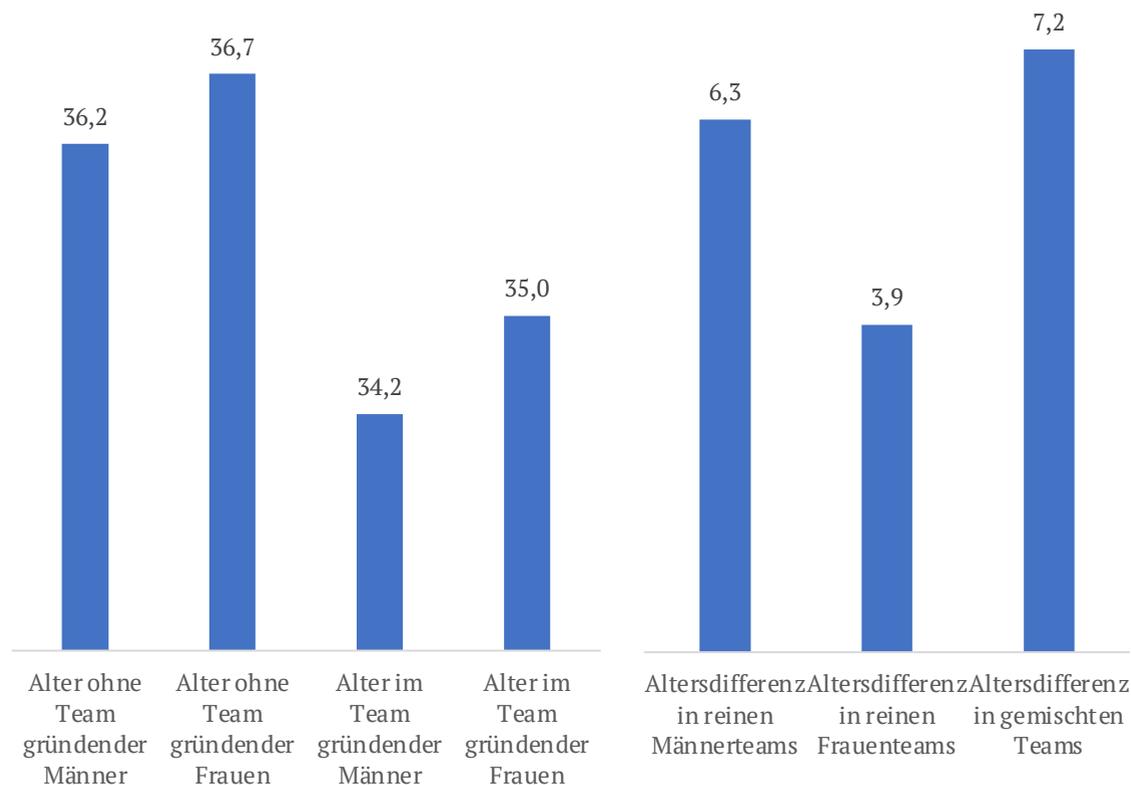
Zum Zeitpunkt der Gründung sind im Team gründende Frauen im durchschnittlich 35,0 Jahre alt, im

Team gründende Männer 34,2.

Älter sind alleingründende Frauen und Männer. Frauen, die ein Start-up ohne Mitgründende gründen, sind im Durchschnitt 36,7 Jahre alt, Männer die ohne Mitgründende gründen, 36,2.

Das durchschnittlich höhere Alter alleingründender Personen könnte darauf hindeuten, dass die gesammelte Berufserfahrung einen Einfluss auf die Teambildung bei Gründenden hat.⁽³⁾

Abb. 5: Alter und Altersdifferenz in Gründungsteams (in Jahren)



1.3 Teamgröße mit Frauenbeteiligung

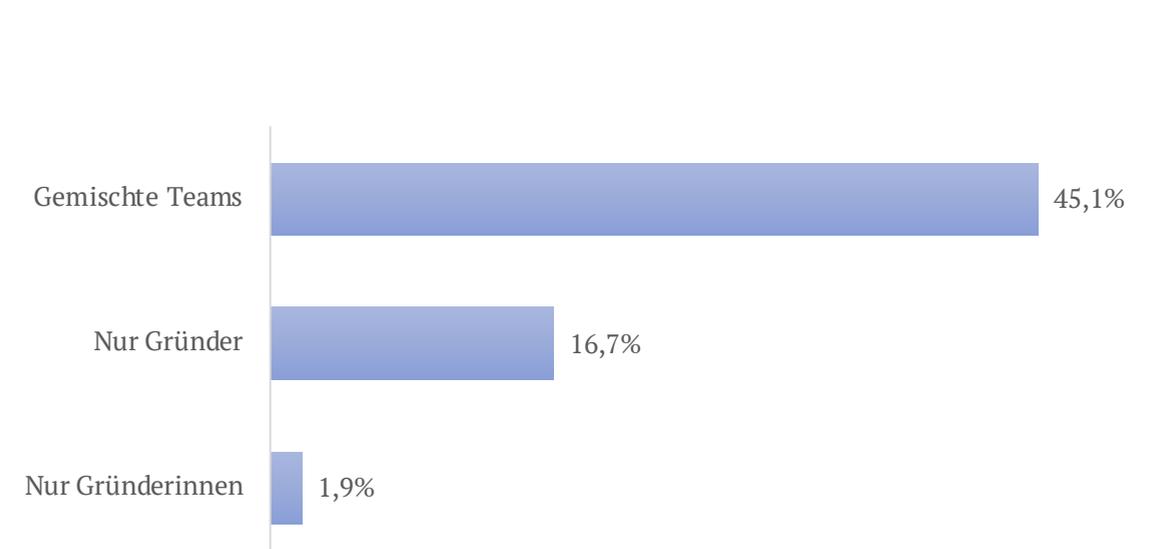
Ein großes Gründungsteam ermöglicht den Gründenden Zugriff auf mehr Ressourcen, Fähigkeiten und Wissen innerhalb des Teams. Dies ist insbesondere in einem frühen Stadium der Unternehmensgründung vorteilhaft, wenn die beschränkten finanziellen Mittel des Unternehmens es noch nicht zulassen, sich die benötigten Ressourcen, Fähigkeiten und Wissen am Arbeitsmarkt zu beschaffen.

Insgesamt bestehen 45,1% der gemischten Teams aus drei oder mehr Gründenden und damit aus

einem großen Gründungsteam. Etwa jede vierte Frau gründet damit in einem großen Gründungsteam, unter den Männern gründet etwa jeder siebte Mann in einem großen Gründungsteam.

In reinen Frauenteam bilden Frauen in 1,6% der Fällen ein großes Gründungsteam. Insgesamt sind in unserem Datensatz unter den reinen Frauenteam nur fünf große Gründungsteams zu finden. Unter den reinen Männerteam sind es 16,7%.

Abb. 6: Anteil großer Teams (3+ Gründende) in den verschiedenen Teamkonstellationen



1.4 Weiterführende Literatur

- (1) Engels, B. 2020: Frauen in der Start-up Welt: Ursachen niedriger Gründungsquoten. IW-Trends - Vierteljahresschrift zur empirischen Wirtschaftsforschung Vol. 47, S. 83-98. Verfügbar unter: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/219322/1/IW-Trends-2020-01-05.pdf>
- (2) Peters, A.; Haschka-Helmer, R. 2013: Gründen Frauen anders? Junge Gründerinnen in der Internetwirtschaft auf dem Vormarsch. In: Kampmann B., Keller B., Knippelmeyer M., Wagner F. (eds): Die Frauen und das Netz. Gabler Verlag, Wiesbaden. Verfügbar unter: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-8349-4129-9_12
- (3) Brink, S.; Ivens, S.; Nielen, S. 2020: Bestandsfestigkeit von Neugründungen älterer Gründungspersonen: Welche Rolle spielen Erfahrung und Gründungsmotivation? In: Frerichs, F.; Fachinger, U.: Selbstständige Erwerbstätigkeit und Erwerbskarrieren in späteren Lebensphasen. Springer VS, Wiesbaden. Verfügbar unter: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-30463-8>

2. Umsetzung

Der Anteil an Frauen unter den Gründenden unterscheidet sich zwischen den Branchen deutlich. Ebenfalls finden sich Unterschiede in der Wahl des Geschäftsmodells und des Kundenfokus zwischen Frauen und Männern. Um diese Unterschiede differenzierter zu betrachten, widmet sich dieses Kapitel der Gründungsaktivität von Frauen im Start-up Ökosystem.

Bei der Gründungsaktivität von Frauen und Männern können wir beobachten, dass beide Gruppen auf die gleichen makroökonomischen Trends setzen: IT & Kommunikation, Biotech & Medizin sowie Ernährung & Konsumgüter. Jede zweite Frau sowie jeder zweite Mann gründen in einer dieser drei Branchen.

Auch unterscheiden sich Geschäftsmodelle innerhalb einer Branche zwischen Frauen und Männern nicht. Innerhalb derselben Branche setzen frauen- und männergeführte Start-ups mit gleicher Häufigkeit auf ein digitales Geschäftsmodell.

Dass Frauen und Männer dabei möglicherweise unterschiedliche unternehmerische Zielsetzungen und Strategien verfolgen, könnte ein Grund für das unterschiedliche Mitarbeiterwachstum frauen- und männergeführter Start-ups sein. Dass diese möglichen Unterschiede nicht im selben Maß in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, zeigt unsere Auswertung der Medienaufmerksamkeit.

Die Förderung unternehmerischen Handelns von Frauen muss sich also nicht nur mit der Frage beschäftigen, wie Frauen unter den gegebenen Rahmenbedingungen motiviert werden können, in bestimmten Branchen tätig zu werden, sondern muss sich vielmehr auch dafür einsetzen, dass ein kultureller Wandel angestoßen wird, um unternehmerischen Werten, Zielvorstellungen und Strategien, mit denen sich Frauen identifizieren können, mehr Aufmerksamkeit einzuräumen.



2.2 Gründerinnenanteil in den Branchen

Zusätzlich zur Gründungsaktivität von Frauen und Männern betrachten wir den Anteil weiblicher Gründenden in den einzelnen Branche, um darzustellen, welchen Einfluss die Gründungsaktivität von Frauen und Männer auf die Struktur des Start-up Ökosystems im Ganzen hat. ⁽²⁾

Obwohl jede fünfte Frau in der Branche IT & Kommunikation gründet, ist der Anteil an Frauen unter allen Gründenden in dieser Branche mit 6,0% sehr gering.

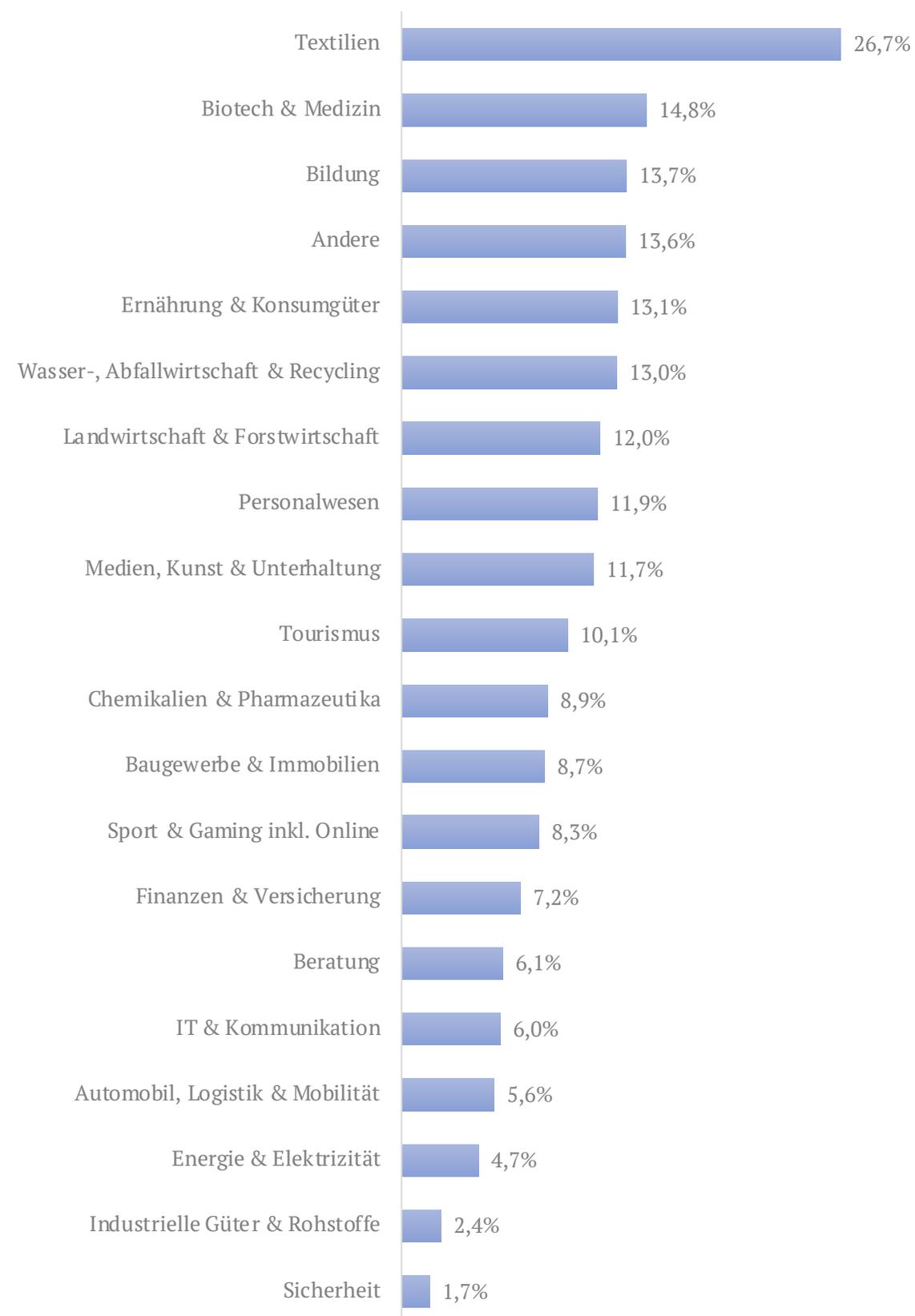
Der Grund hierfür ist neben der im vorangegangenen Kapitel aufgezeigte höheren Gründungsaktivität von Männern in dieser Branche auch die absolut deutlich größere Anzahl an gründenden Männern. Der Anteil weiblicher Gründenden innerhalb einer Branchen ist demnach von zwei Faktoren abhängig, der Anzahl gründender Frauen im Allgemeinen und den Präferenzen von Frauen und Männern in ihrer Gründungsaktivität.

Um den Gründerinnenanteil in bestimmten Branchen gezielt zu erhöhen, müssen Förderangebote

demnach beide Faktoren adressieren. Wird der Anteil gründender Frauen insgesamt erhöht, erhöht sich ceteris paribus die Frauenquote in allen Branchen gleichermaßen. Beispielhaft wäre die Frauenquote in der Branche IT & Kommunikation auch dann weiterhin unterdurchschnittlich.

Um den Gründerinnenanteil zwischen den Branchen zu verschieben, bedarf es darüber hinaus spezifischer Angebote. Um beispielhaft die Branche IT & Kommunikation unter die Top 5 Branchen mit dem höchsten Gründerinnen zu bekommen, muss sich zusätzlich die im vorangegangenen Kapitel dargestellte Gründungsaktivität nachhaltig verändern.

Abb. 9: Gründerinnenanteil in den Branchen



2.3 (Digitale) Geschäftsmodelle und Kundenfokus

Zwischen den Branchen beobachten wir unterschiedliche Geschäftsmodelle und Kundengruppen der Start-ups. Im Personalwesen ist der Anteil an Start-ups mit digitalen Geschäftsmodelle mit 89,6% am höchsten, dies betrifft insbesondere Angebote digitaler Plattformen und Software-as-a-Service Lösungen.

Dementgegen stehen analoge Geschäftsmodelle, wie (Einzel-) Handel, Dienstleistungen oder die Produktion. In der Abbildung nicht dargestellt werden Geschäftsmodelle, die nicht eindeutig identifizierbar oder klassifizierbar sind.

Zu beobachten ist, dass in den meisten Branchen mit einem hohen Frauenanteil, der Anteil analoger Geschäftsmodelle überdurchschnittlich hoch ist.

In Abbildung 11 wird der Kundenfokus der Start-ups in den einzelnen Branchen genauer betrachtet. Den höchsten Anteil an Start-ups mit einem B2C-Kundenfokus beobachten wir mit 68,8% im Bereich Textilien. Den höchsten Anteil an Start-ups mit einem B2B-Kundenfokus beobachten wir mit 90,5% im Bereich Industrielle

Güter & Rohstoffe. In der Abbildung nicht dargestellt werden weitere Kundengruppen wie beispielsweise B2G (Business-to-Government).

Zu beobachten ist, dass in den meisten Branchen mit einem hohen Frauenanteil, ein großer Anteil der Start-ups den B2C-Markt adressiert.

Für beide Beobachtungen haben wir eine genauere Analyse durchgeführt, um herauszufinden, ob sich der Anteil digitaler/analoger Geschäftsmodelle bzw. der Kundengruppe innerhalb der einzelnen Branche für frauengeführte Start-ups unterscheidet (ohne Abbildung).

Innerhalb der Branchen beobachten wir für Start-ups mit und ohne Frauenbeteiligung keinen Unterschied im Anteil analoger/digitaler Geschäftsmodellen und B2B-/B2C-Kundengruppen.

Wir kommen daher zu dem Schluss, dass sich die Gründungsaktivität innerhalb einer Branche hinsichtlich der Wahl des Geschäftsmodells und der Kundengruppe nicht zwischen Frauen und Männern unterscheidet.

(3), (4)

Abb. 10: Anteil digitaler Geschäftsmodelle je Branche

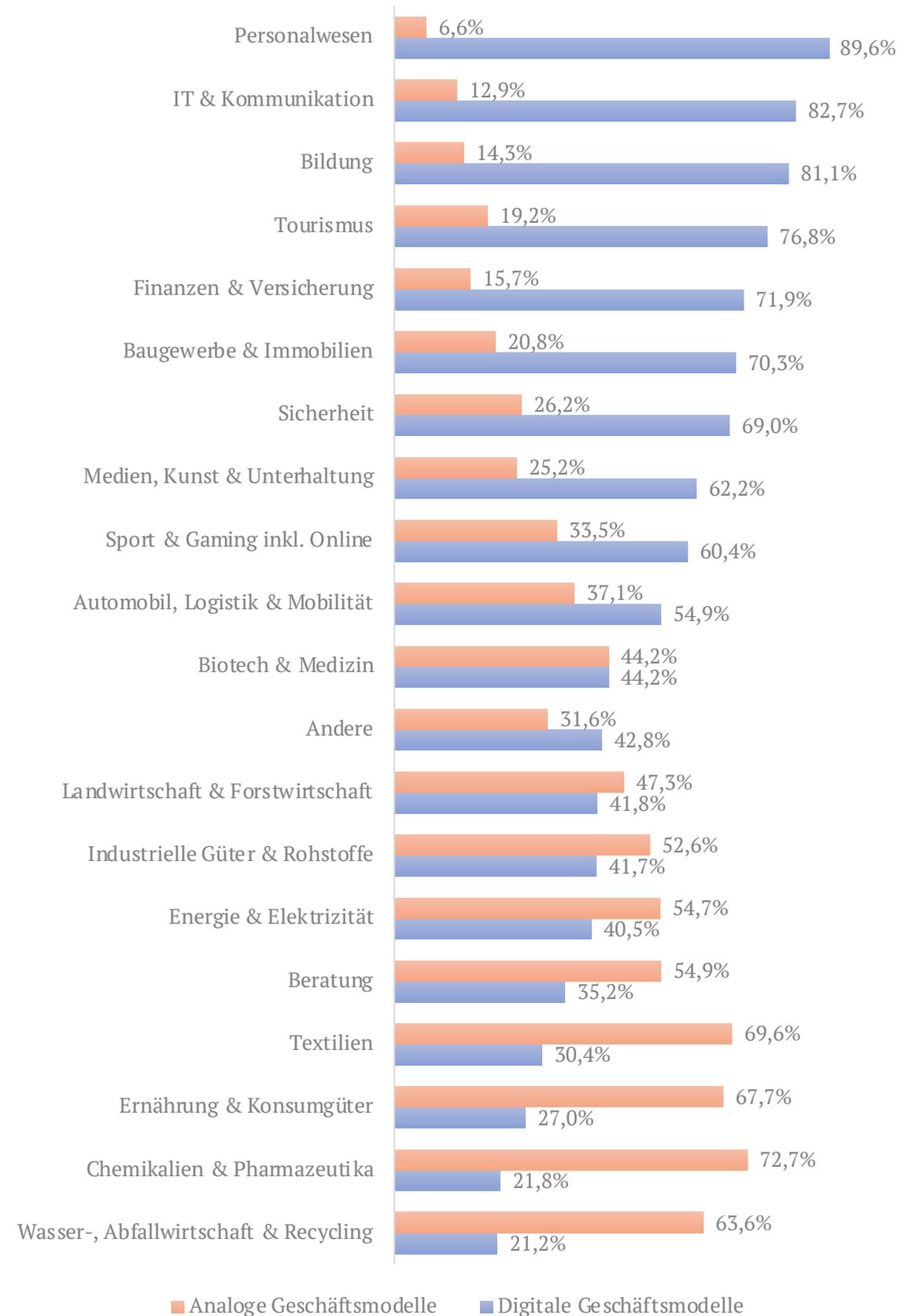
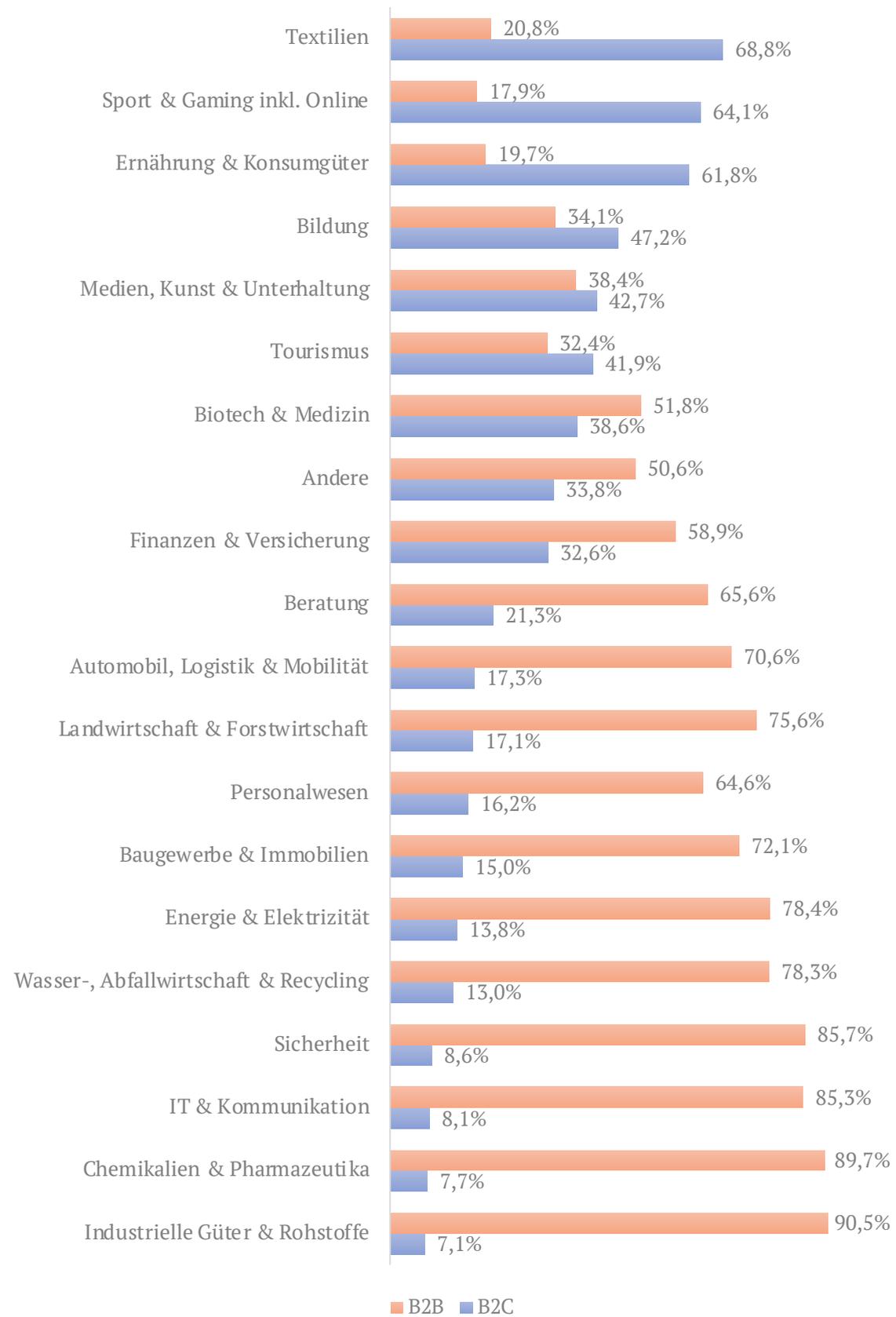


Abb. 11: Kundenfokus je Branche



2.3 (Digitale) Geschäftsmodelle und Kundenfokus



Innerhalb derselben Branche gründen Frauen und Männer ähnliche Unternehmen.

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021

 **Startbase**

2.4 Mitarbeitendenwachstum

Im Folgenden betrachten wir das Mitarbeitendenwachstum frauen- und männergeführter Start-ups. Wir betrachten dafür den Anteil schnell wachsender Unternehmen, Start-ups, die innerhalb der ersten 5 Jahre nach Gründung bereits mehr als 50 Mitarbeitenden haben, und großer Unternehmen, Start-ups die innerhalb der ersten zehn Jahre die Anzahl von 250 Mitarbeitenden überschreiten.

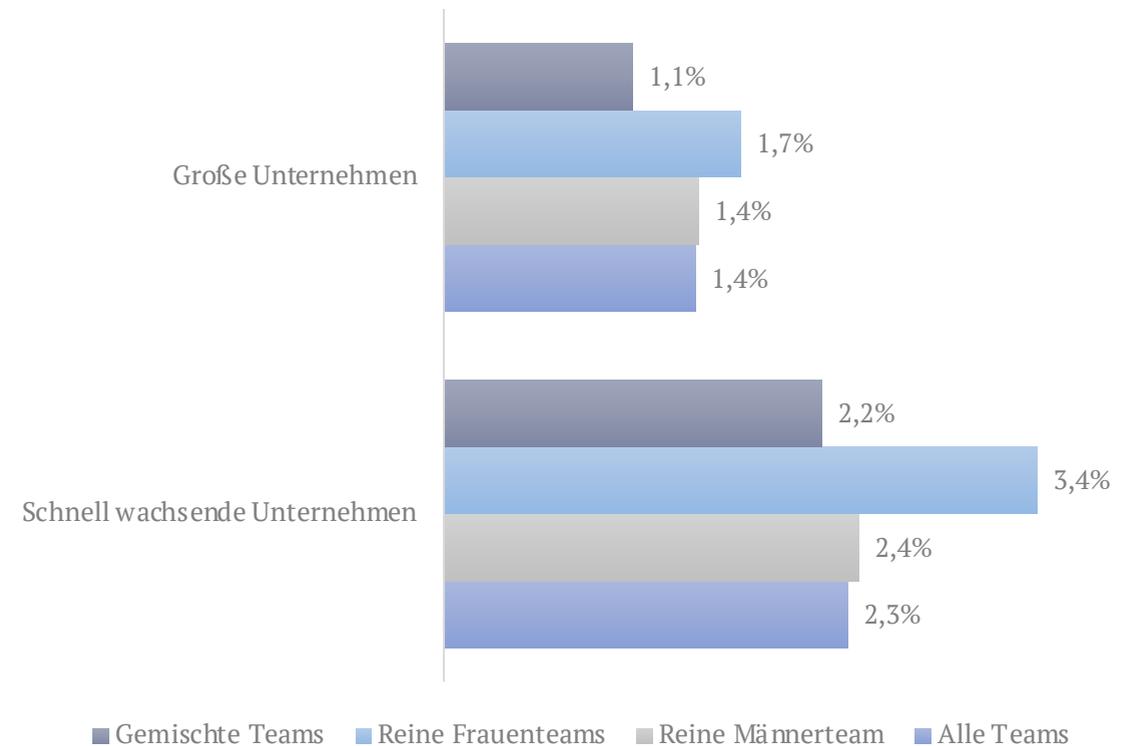
Unter den reinen Frauentteams beobachten wir 1,7% große Unternehmen und 3,4% schnell wachsende Unternehmen. Das sind mehr schnell wachsende und große Unternehmen als in den anderen Teamkonstellationen.

Die beobachteten Unterschiede im Mitarbeitendenwachstum für die verschiedenen Teamkonstellationen können sowohl in unterschiedlichen unternehmerischen Zielsetzungen und Strategien von Frauen und Männern begründet sein, als auch durch gruppendynamische Besonderheiten der verschiedenen Teamkonstellationen. In Kapitel 1.2 und 1.3 beobachten wir unter den gemischten Teams den höchsten Anteil großer Gründungsteams und

die höchste Diversität bezogen auf das Alter der Gründenden. Denkbar ist, dass die Vorteile diverser Teams hinsichtlich des besseren Zugriffs auf Ressourcen, Fähigkeiten und Wissen auch mit unterschiedlichen Zielen und Wertvorstellungen der Gründenden einhergehen. So könnte es gemischten Teams möglicherweise schwerer fallen, gemeinsame Ziele und Strategien zu definieren. Auch ist in größeren Teams ein höherer Koordinationsaufwand zwischen den einzelnen Teammitgliedern nötig, der eine gemeinsame Entscheidungsfindung möglicherweise verlangsamt.

Um den Einfluss verschiedener Teamkonstellationen auf das Mitarbeiterwachstum genauer zu untersuchen, ist eine Untersuchung der genannten Gruppendynamiken nötig. Auch wäre in diesem Zusammenhang zu untersuchen, ob Frauen innerhalb von Gründungsteams andere Teamrollen einnehmen, als Männer und inwieweit dies einen Einfluss auf die Gesamtperformance von Gründungsteams haben kann.

Abb. 12: Anteile großer und schnell wachsender Unternehmen unter Start-ups



2.5 Geschaffene Arbeitsplätze

Um das Unternehmenswachstum in einem gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang darzustellen, betrachten wir die durchschnittliche Anzahl der neu geschaffenen Arbeitsplätze je gründende Person.

Dafür teilen wir die Gesamtzahl der Mitarbeitenden eines Start-ups durch die Anzahl der Personen im Gründungsteam zum Zeitpunkt der Gründung. Als Beispiel: Gibt es zum Zeitpunkt der Gründung drei geschäftsführende Personen und hat das Start-up zum heutigen Zeitpunkt 30 Mitarbeiter, beträgt die durchschnittliche Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze je gründender Person: 10.

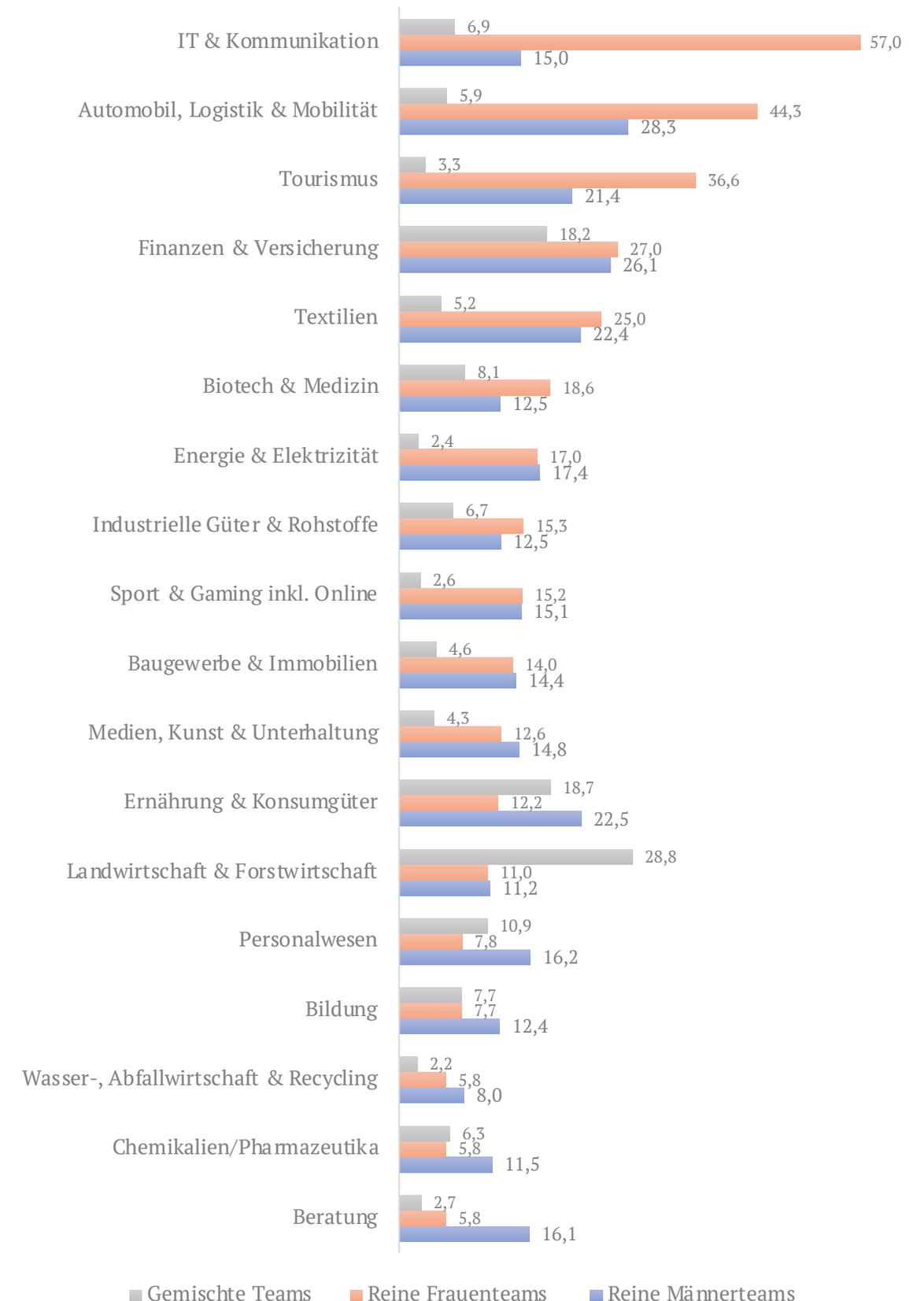
Über alle Start-ups in unserem Datensatz schafft eine gründende Person in einem reinen Männerteam 17 neue Arbeitsplätze, eine gründende Person in einem reinen Frauenteam 23 neue Arbeitsplätze und eine gründende Person in einem gemischten Team 8 neue Arbeitsplätze. Reine Frauenteam schaffen im Durchschnitt die meisten neuen Arbeitsplätze, gemischte Teams schneiden am schlechtesten ab.

Die meisten neu geschaffenen Arbeitsplätze beobachten wir für reine Frauenteam in den Branchen IT & Kommunikation sowie Automobil, Logistik & Mobilität. Einschränkend ist jedoch die Stichprobengröße der Beobachtung zu nennen. Unter den 4.979 analysierten Start-ups befinden sich 34 reine Frauenteam in der Branche IT & Kommunikation und 7 reine Frauenteam in der Branche Automobil, Logistik & Mobilität.

Bereinigt um das jeweils größte Unternehmen beträgt die Rate in der Branche IT & Kommunikation mit durchschnittlich 29 neu geschaffenen Arbeitsplätzen immer noch einen höheren Wert als andere Teamkonstellationen. In der Branche Automobil, Logistik & Mobilität beträgt der Wert dann 23 neu geschaffene Arbeitsplätze.

Insgesamt schaffen Teams unter Frauenbeteiligung (reine Frauenteam sowie gemischte Teams) in 10 der betrachteten 18 Branchen mehr Arbeitsplätze je gründende Person als reine Männerteams.

Abb. 13: Geschaffene Arbeitsplätze pro gründende Person je Branche



2.5 Geschaffene Arbeitsplätze



*Durchschnittlich schaffen Start-up Gründerinnen
(in reinen Frauen-Teams) 23 neue Arbeitsplätze,
Start-up Gründer (in reinen Männer-Teams)
nur 17.*

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021

 **Startbase**

2.6 Medienaufmerksamkeit

Für die Start-ups auf unserer Plattform führen wir ein kontinuierliches Medienclipping in ausgewählten Gründungsmedien* durch, um die Aufmerksamkeit des Marktes für bestimmte Branchen, Themen oder Gründungsteams zu untersuchen.

Für unsere Auswertung im Rahmen dieser Studie untersuchen wir, ob ein Start-up bisher Erwähnung in mindestens einem Gründungsmedium gefunden hat. Dabei bedeutet der Wert 20% beispielsweise, dass unter den betrachteten Start-ups 20% mindestens eine Medienerwähnung erhalten haben.

Wir beobachten, dass frauengeführte Start-ups weniger häufig eine Erwähnung in den Gründungsmedien erhalten als männergeführte Start-ups. Das betrifft vor allem Start-ups mit mehr als 10 Mitarbeitenden.

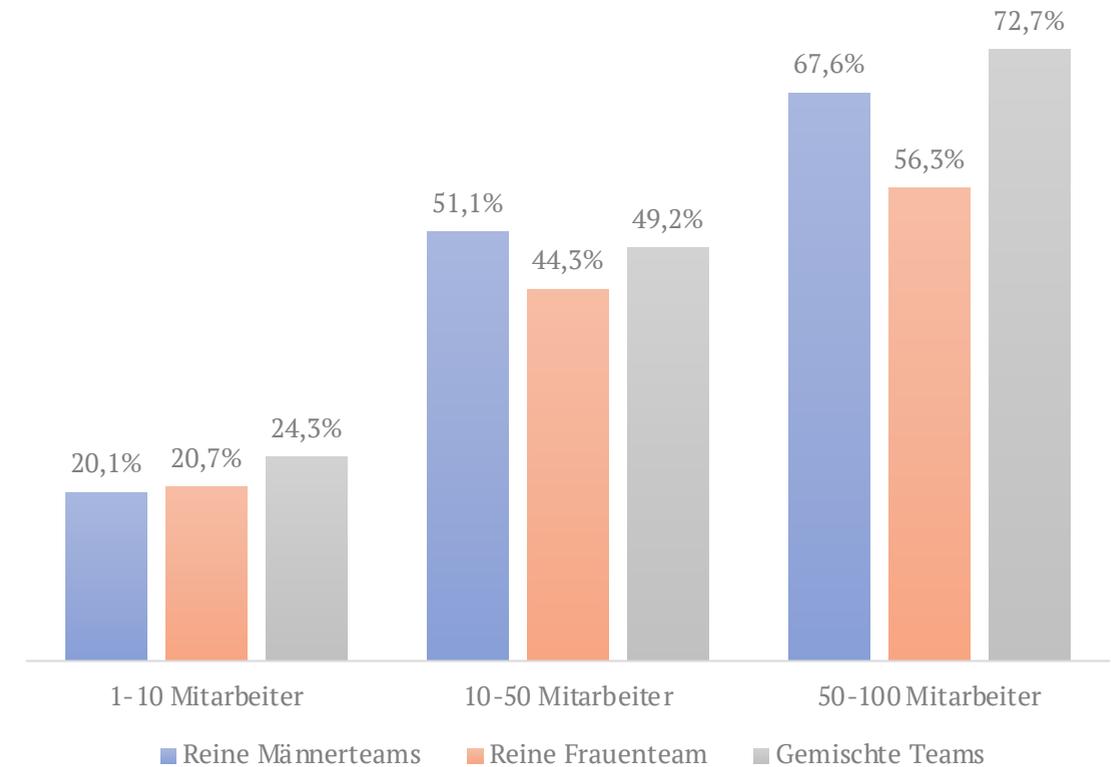
Unter den Start-ups mit 10-50 Mitarbeitenden wurden reine Fraunteams in 44,3% der Fälle bereits mindestens einmal in den Medien erwähnt. Der Anteil ist geringer, als unter den gemischten Teams und den reinen Männerteams.

Unter den Start-ups mit 50-100 Mitarbeitenden wurden 56,3% der reinen Fraunteams bereits mindestens einmal in Gründungsmedien erwähnt, unter den reinen Männerteams sind es 67,7% und unter den gemischten Teams 72,7%.

Die Auswertung der Medienaufmerksamkeit deutet darauf hin, dass Gründerinnen möglicherweise zu wenig Aufmerksamkeit in den Medien zukommt und von den Medien dadurch verzerrte Rollenbilder dargestellt werden.⁽⁵⁾

Für Förderprogramme und -institutionen könnte ein besonders positiver Multiplikator ihrer Arbeit daher in verstärkter Medienarbeit liegen. Dadurch ist es möglich, Erfolgsgeschichten von Frauen sichtbarer zu machen und aktiv Einfluss auf möglicherweise verzerrte Rollenbilder zu nehmen. So kann das Engagement des Fördernden langfristig positive Spillover-Effekte erzielen, die weit über die Effekte einer direkten Förderung hinausgehen.

Abb. 14: Medienaufmerksamkeit von Start-ups



* Darunter Wirtschaftswoche, Gründerszene, Deutsche Startups, u.a.

2.6 Medienaufmerksamkeit



Gründungsmedien berichten häufiger über erfolgreiche Männer, als über erfolgreiche Frauen.

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021

 **Startbase**

2.7 Weiterführende Literatur

- (1) Rudnicka, J., 2020: Verteilung der Motive für Unternehmensgründungen in Deutschland im Jahr 2019. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/381446/umfrage/motive-zur-unternehmensgruendung-in-deutschland/>
- (2) Gottschalk, S.; Niefert, M. 2013: Gründerinnen auf dem Vormarsch? Die Entwicklung der Beteiligung von Frauen am Gründungsgeschehen. ZEW Discussion Papers, No. 13-085. Verfügbar unter: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/88126/1/771935536.pdf>
- (3) Sperber, S., 2018: Gender-basierte Unterschiede bei Unternehmensgründungen: Der Einfluss von Umweltfaktoren auf die Strategiewahl von Start-up Gründerinnen. In: Franz, U.; Hermann, I.: Kolloquium Forschende Frauen 2016 und 2017. University of Bamberg Press Bamberg. Verfügbar unter: https://fis.uni-bamberg.de/bitstream/uniba/44509/1/Sperber_Unternehmensgruendungen_A3a.pdf
- (4) Günterberg, B.; Kay, R. 2019: Existenzgründungen von Frauen: Aktuelle Entwicklungen. Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn Daten und Fakten No. 24. Verfügbar unter: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/203126/1/1672323037.pdf>
- (5) Achtenhagen, L.; Ettl, K.; Welter, F. 2016: “Das 21. Jahrhundert ist weiblich”: Unternehmerinnen in der Presse. IfM-Materialien Nr. 249. Verfügbar unter: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/147491/1/870666975.pdf>

3. Geographie

Regional unterscheidet sich der Frauenanteil unter den Start-up Gründenden deutlich. Das gilt sowohl mit Blick auf die einzelnen Bundesländer, als auch für ausgewählte gründungsstarke Metropolregionen.

Unsere Auswertung zeigt, dass der Gründerinnenanteil mit dem Anteil an Start-ups in Branchen, mit einem hohen Gründerinnenanteil, korreliert. Um einen Kausalzusammenhang zwischen der Entstehung neuer Branchencluster und dem Anstieg weiblicher Gründungen herstellen zu können, müssen unsere Daten um weitere Informationen zu lokalen Förderprogramme und –initiativen angereichert werden. Dies kann nur in Zusammenarbeit mit den zuständigen Landesregierungen oder lokalen Start-up Ökosystemen geschehen.

Dass sich die Gründungsaktivität von Frauen in Branchenclustern von der Gründungsaktivität außerhalb der Cluster unterscheidet, können wir in ausgewählten Beispielen bereits verdeutlichen (Case Studies).

In den Clustern Frankfurt a.M. (Fintech), Karlsruhe (ITK) und Stuttgart (Industrie) beobachten wir eine gesteigerte Gründungsaktivität von Frauen innerhalb der jeweiligen Clusterbranche. In den Regionen ist der Anteil an Start-up Gründungen innerhalb der jeweiligen Clusterbranche bei Frauen und Männer gleich hoch.

Damit kommt auch dem Clustermanagement eine zentrale Rolle bei der Förderung weiblicher Gründungen zu. In welchem Umfang dabei auf direkte oder indirekte Fördermaßnahmen gesetzt werden sollte, um eine möglichst nachhaltige Erhöhung des Gründerinnenanteils zu erreichen, ist individuell vor dem Hintergrund lokaler Strukturen und Entwicklungen des jeweiligen Start-up Ökosystems zu entscheiden. Unser Ziel ist es, Entscheiderinnen und Entscheider mit unseren Daten zukünftig noch besser bei solchen Fragestellungen zu unterstützen.



3.1 Bundesländer

Durch die föderale Struktur der Bundesrepublik beobachten wir unterschiedliche Anstrengungen der lokalen Regierungen zur Förderung weiblicher Gründungen. Zusätzlich herrschen in den Bundesländern unterschiedliche Infrastrukturen innerhalb des Start-up Ökosystems und unterschiedliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen, die die Gründungsaktivität allgemein beeinflussen.⁽¹⁾

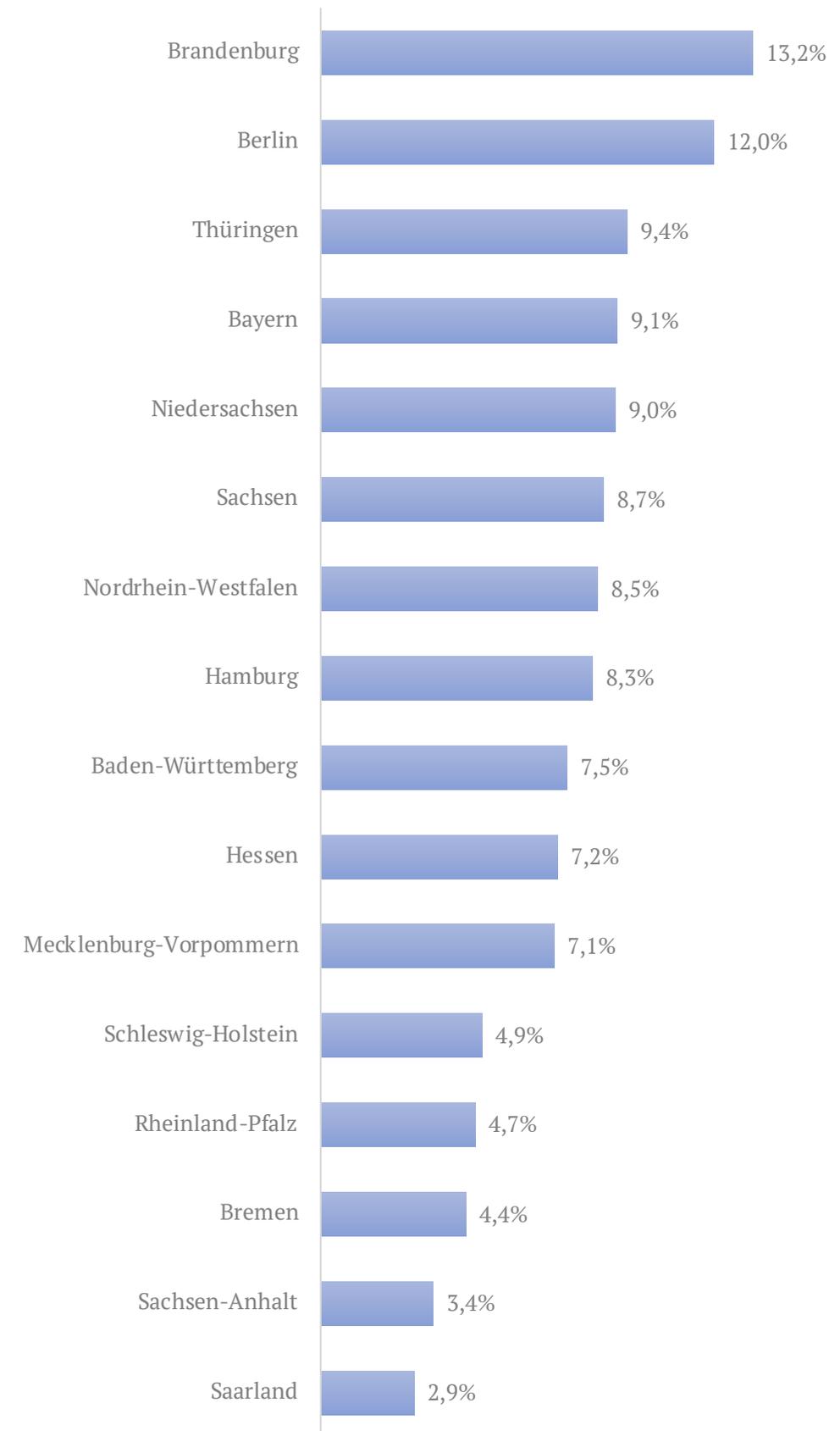
Ein Einfluss wirtschaftlicher Rahmenbedingungen durch eine im bundesvergleich höhere Arbeitslosenquote und schlechtere Verdienstmöglichkeiten könnten eine mögliche Ursache für einen überdurchschnittlich hohen Anteil weiblicher Start-up Gründungen in den Bundesländern Brandenburg, Thüringen und Sachsen sein („Not-Gründungen“). In Bundesländern mit einer sehr niedrigen Arbeitslosenquote und einem hohen Lohnniveaus beobachten wir hingegen möglicherweise mehr „Chancen-Gründungen“.

Unter den wirtschaftlich starken Bundesländern beobachten wir in Bayern und Nordrhein-Westfalen einen überdurchschnittlichen Anteil

weiblicher Start-up Gründungen. Beide Bundesländer verfügen über eine sehr entwickeltes Start-up Ökosystem mit vielen Unterstützungs- und Förderprogrammen und setzten sich auch vermehrt mit digitalen Angebote für eine stärkere Vernetzung der lokalen Start-up Szene ein (“Cluster-Gründungen“).

Unsere Daten ermöglichen für zukünftige Studien einen detaillierten und ausführlichen Einblick in lokale Start-up Ökosysteme. In den folgenden Kapiteln wollen wir sowohl die gründungsstärksten Städte, als auch ausgewählte Start-up Cluster näher hinsichtlich des Frauenanteils unter den Start-up Gründenden sowie der Gründungsaktivität von Frauen untersuchen

Abb. 15: Gründerinnenanteil in den Bundesländern



3.2 Städte

Im folgenden betrachten wir den Gründerinnenanteil in gründungsstarken Metropolregionen.

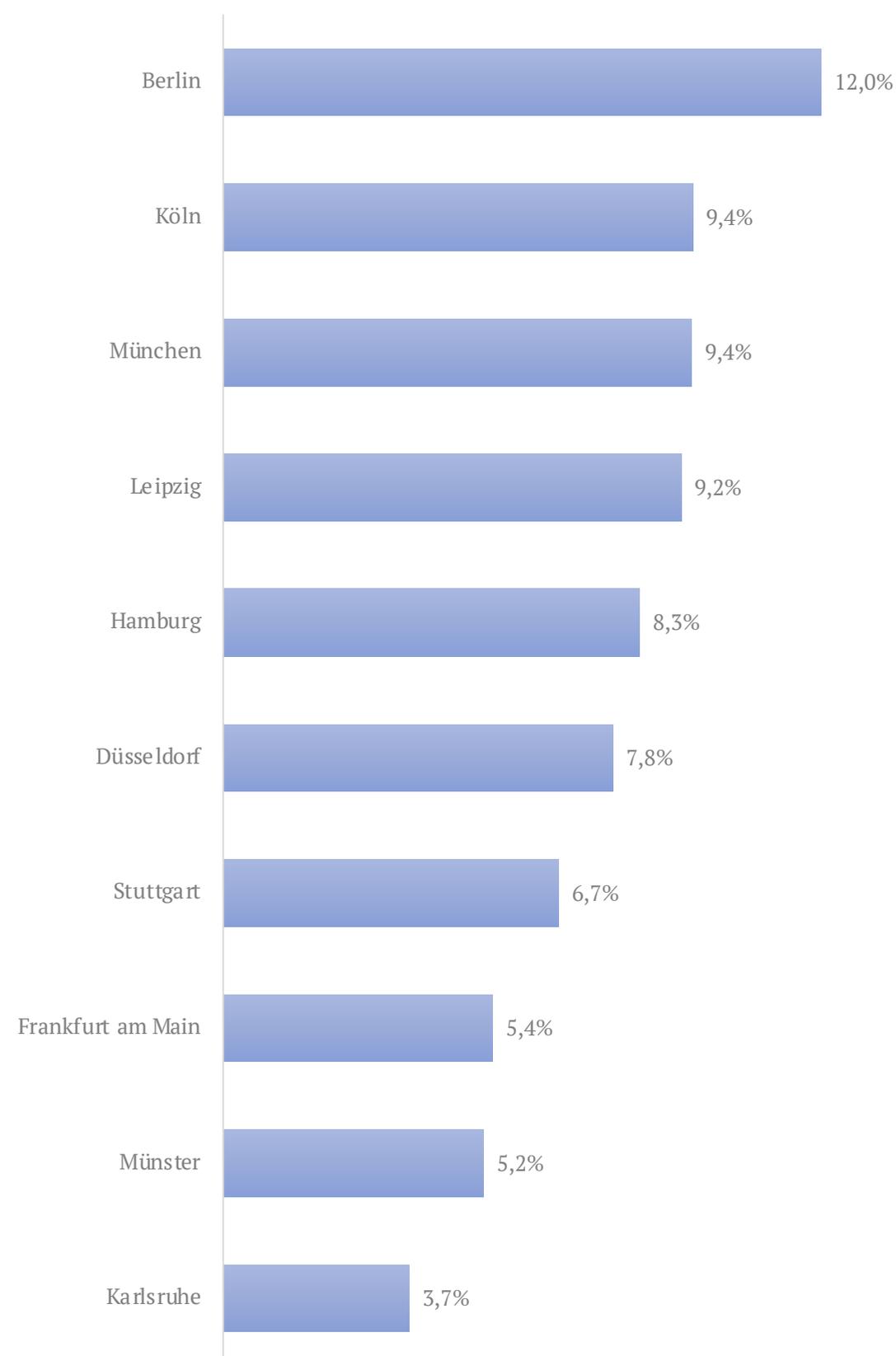
Berlin hat mit einem Anteil von 12,0% den höchsten Anteil an Frauen unter den Gründenden. Auf Berlin entfällt jedes dritte Start-up in unserem Datensatz. Neben diesem Cluster an Start-ups im Allgemeinen verfügt Berlin insbesondere über einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Start-ups der Branchen Biotech & Medizin, Ernährung & Konsumgüter sowie Medien, Kunst & Unterhaltung. In diesen Branchen beobachten wir eine hohe Gründungsaktivität von Frauen. Der hohe Anteil an Frauen in Start-up Gründungen in Berlin ist also vor allem dadurch geprägt, dass diese Branchen auch eine überdurchschnittlich hohen Gründerinnenanteil aufweisen.

Auch München und Köln mit jeweils 9,4% Gründerinnenanteil unter den Start-up Gründenden verfügen im Städtevergleich über einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Start-ups in den Branchen Biotech & Medizin sowie Ernährung & Konsumgüter.

Der geringere Gründerinnenanteil in Stuttgart (hoher Anteil an Start-ups im Bereich Industrielle Güter & Rohstoffe), Frankfurt a.M. (hoher Anteil an Start-ups im Bereich Finanzdienstleitungen & Versicherungen) und Karlsruhe (hoher Anteil an Start-ups im Bereich IT & Kommunikation) ist vor allem dadurch zu erklären, dass in den Städten ein hoher Anteil an Start-ups in Branchen anzufinden ist, die eine geringere Gründungsaktivität von Frauen aufweisen.

Eine höherer Gründerinnenanteil in Metropolregionen, im Vergleich zum jeweiligen Flächenland, können wir nicht einheitlich beobachten. Unsere Daten deuten darauf hin, dass die Metropolregionen nur dann einen höheren Gründerinnenanteil aufweisen, als das Flächenland, wenn in den Metropolregionen Branchencluster vorzufinden sind, in denen ein hoher Gründerinnenanteil zu beobachten ist.

Abb. 16: Gründerinnenanteil in gründungsstarken Metropolregionen





Brandenburg und Berlin haben den höchsten Frauenanteil unter den Start-up Gründenden.

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021

 **Startbase**

3.3 Case Studies: Cluster

Aufgrund des hohen Einflusses bestimmter Branchencluster auf Gründerinnenanteil in den Metropolregionen betrachten wir im Folgenden die Gründungsaktivität von Frauen und Männern in ausgewählten Clustern genauer.

Dadurch soll ein differenziertes Bild darüber entstehen, ob sich Einflussfaktoren auf die Gründungsaktivität innerhalb und außerhalb von Start-up Clustern möglicherweise unterscheiden.⁽²⁾

Mögliche Gründe für eine gesteigerte Gründungsaktivität von Frauen in Clustern sind vielfältig. So können innerhalb eines Cluster Netzwerkeffekte möglicherweise positiv auf die Wahrnehmung der Chancen und Risiken einer Gründung wirken. Auch ist es möglich, dass sich Interessen und Visionen von Frauen und Männern innerhalb eines Clusters anders entwickeln und sich die Bereitschaft, die eigenen Fähigkeiten für eine Gründung einzusetzen, dadurch verändern.

a. Fintech Cluster Frankfurt a.M.

In Frankfurt a.M. ist etwa jede dritte Gründung (28,0%) der Branche

Finanzen & Versicherungen zuzuordnen. Die Gründungsaktivität von Frauen unterscheidet sich hier deutlich von anderen Regionen. Deutschlandweit gründet etwa eine von zwanzig Start-up Gründerinnen und einer von fünfzehn Start-up Gründern ein Fintech (siehe Kapitel 2.1). Damit ist die Gründungsaktivität im Bereich Fintech deutschlandweit unter Männern etwa ein Drittel höher, als unter Frauen.

Im Fintech Cluster Frankfurt a. M. gründen sowohl jede dritte Frau als auch jeder dritte Mann ein Fintech, wobei der Anteil unter den Gründerinnen (33,3%) in unserem Datensatz etwas höher erscheint, als unter den Männern (27,6%).

Zwar ist die absolute Anzahl der gründenden Männer höher, als die Anzahl der gründenden Frauen, das Gründungsverhalten von Frauen und Männern unterscheidet sich innerhalb des Clusters jedoch kaum.

Abb. 17: Gründungsaktivität von Frauen im Fintech Cluster Frankfurt a.M.

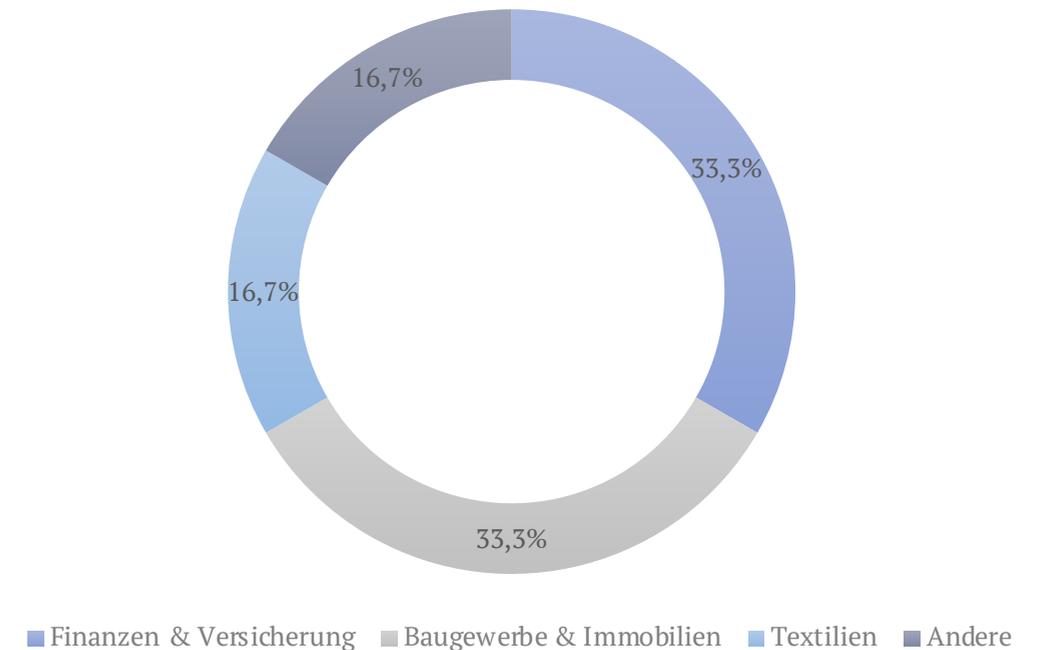
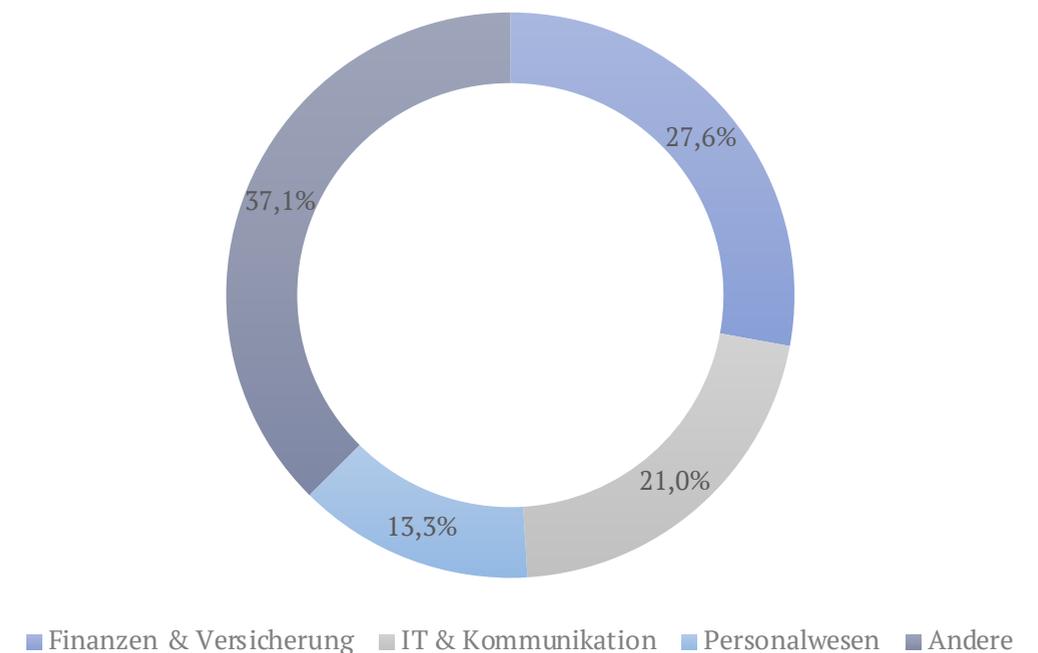


Abb. 18: Gründungsaktivität von Männern im Fintech Cluster Frankfurt a.M.



b. IT-Cluster Karlsruhe

In Karlsruhe entfallen 41,7% der Gründungen auf die Branche IT & Kommunikation. Das ist der höchste Wert unter den gründungsstärksten Städten Deutschlands.

In Karlsruhe beobachten wir eine andere Gründungsaktivität von Frauen im Bereich IT & Kommunikation, als für den Rest Deutschlands. Deutschlandweit ist etwa jede fünfte Gründerin (18,0%) in die Gründung eines ITK Start-ups involviert, in Karlsruhe ist es fast jede zweite (40,0%).

In Karlsruhe ist die absolute Anzahl der gründenden Männer im Bereich IT & Kommunikation höher, als die Anzahl der gründenden Frauen, das Gründungsverhalten von Frauen und Männern unterscheidet sich innerhalb des Clusters jedoch nicht.

c. Industrie-Cluster Stuttgart

In Stuttgart entfallen 15% der Gründungen auf die Branchen Automobil, Logistik & Mobilität sowie Industrielle Güter & Rohstoffe. Damit herrscht in Stuttgart unter den gründungsstärksten Städten die höchste Dichte an Start-ups in diesen Branchen.

Deutschlandweit herrscht in diesen Branchen mit 5,6% im Bereich Automobil, Logistik & Mobilität und 2,4% im Bereich Industrielle Güter & Rohstoffe ein sehr geringer Gründerinnenanteil und eine deutlich geringere Gründungsaktivität unter Frauen als unter Männern.

Innerhalb des Cluster zeigt sich, wie auch in den anderen Clustern, nur ein geringer Unterschied in der Gründungsaktivität. 13,3% der Frauen und 16,3% der Männer gründen in Stuttgart in den Branchen Branchen Automobil, Logistik & Mobilität sowie Industrielle Güter & Rohstoffe.

Abb. 19: Gründungsaktivität von Frauen im IT Cluster Karlsruhe

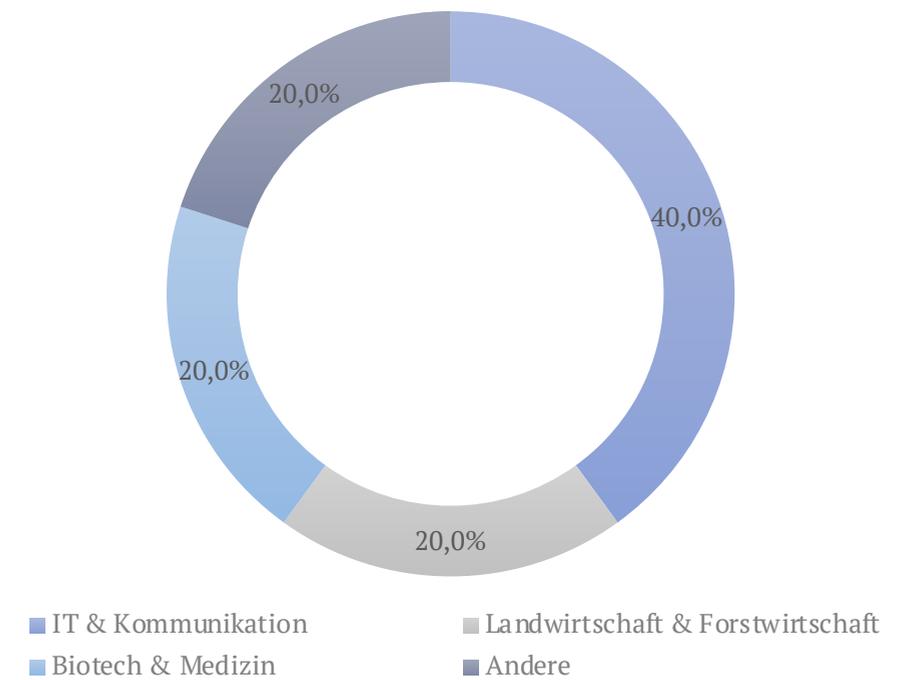
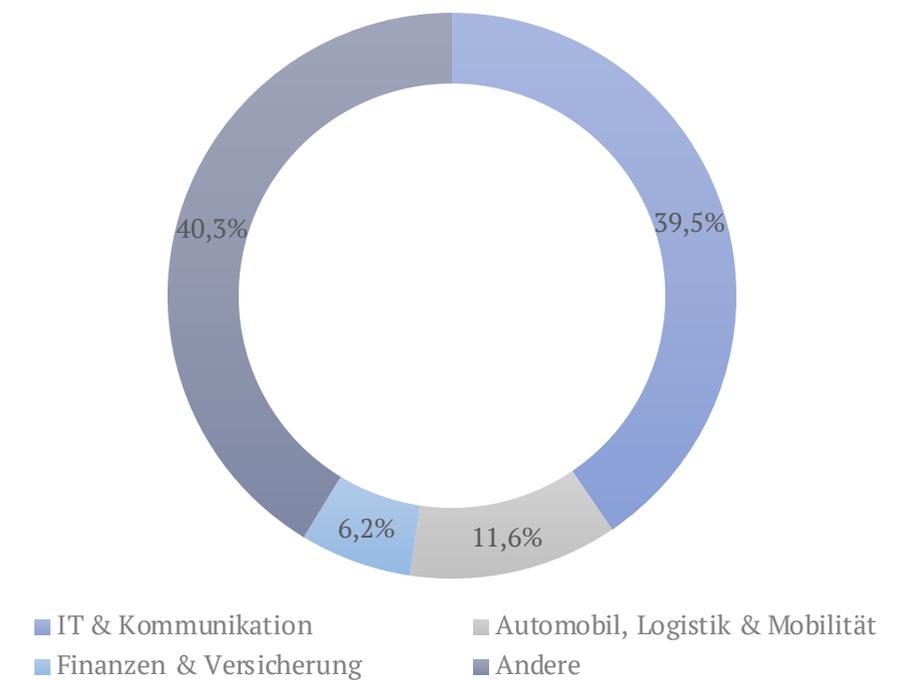


Abb. 20: Gründungsaktivität von Männern im IT Cluster Karlsruhe





Innerhalb eines Start-up Clusters unterscheidet sich das Gründungsverhalten von Frauen und Männern nicht.

FEMALE FOUNDERS REPORT 2021



Abb. 21: Gründungsaktivität von Frauen im Industrie Cluster Stuttgart

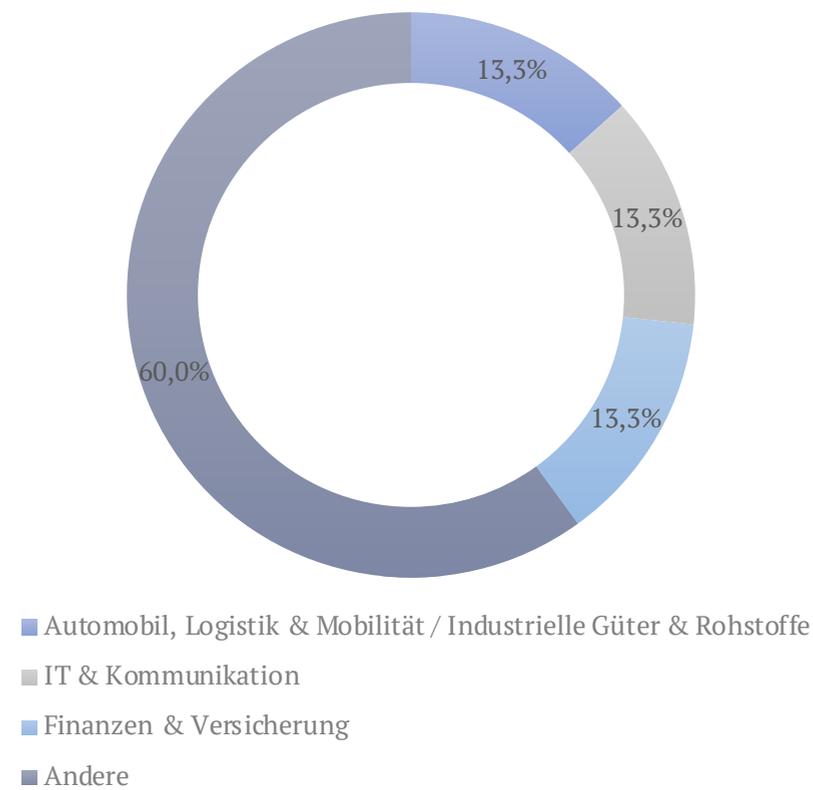
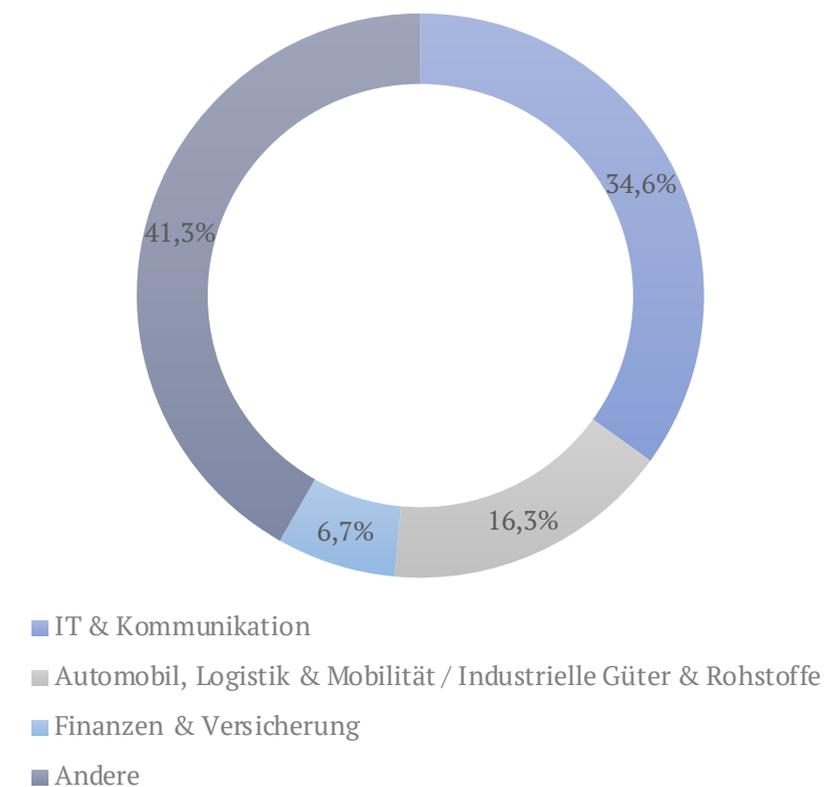


Abb. 22: Gründungsaktivität von Männern im Industrie Cluster Stuttgart



3.4 Weiterführende Literatur

- (1) Bijedić, T. et al. 2020:
Bestimmungsfaktoren des regionalen Gründungs geschehens – eine Machbarkeitsstudie. Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn No. 280. Verfügbar unter: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/214732/1/1691886602.pdf>
- (2) Palka S., Sedlmayr B. (2020) Entwicklungstrends von Clusterinitiativen in Deutschland. In: Meier zu Köcker G., Wolf T. (eds) Clustermanagement in der Praxis: Geschäftsmodelle. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30897-1_9

4. Gründerinnen im Fokus

Ein klassisches B2C-Produkt für den Drogeriemarkt, das ist vermutlich häufig die erste Assoziation, wenn es um frauengeführte Start-ups geht.

Dass erfolgreiche Gründerinnen einerseits zu wenig Aufmerksamkeit in Gründungsmedien bekommen, zeigt unsere aktuelle Auswertung. Dass Frauen andererseits, wenn sie Erwähnung finden, Klischees und Stigmata unterliegen, zeigt diese Assoziation.

Sicherlich gibt es gerade in der Ernährungs- und Konsumgüterbranche eine Menge Produkte, die besser von Frau-für-Frau entwickelt und von Frau-zu-Frau verkauft werden. Gründerinnen auf diesen Bereich zu beschränken ist aber schlicht falsch, auch das zeigen unsere Daten. Genau wie Männer gründen Frauen am häufigsten in der Branche IT & Kommunikation.

Auch Medienunternehmen verfolgen wirtschaftliche Ziele und so lange ein Portrait über die weibliche “Beauty-Queen” für mehr Klicks (und damit für mehr Umsatz) sorgt, als das Portrait einer IT-affinen Gründerin, die Produktionsprozesse optimiert,

wird sich daran auch nichts ändern.

Umso wichtiger ist es deshalb, dass Institutionen, die das Rollenbild der Gründerin neu prägen wollen, nicht nur rationale Aufklärungsarbeit leisten, sondern auch intensive und richtige Medienarbeit.

Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, mehr mediale Aufmerksamkeit auf weibliche Vorbilder zu lenken, die weniger von bestehenden Klischees geprägt sind.

Wir haben mit den Gründerinnen des Fintechs Uplyvt gesprochen, die eine Finanzplanungs-App entwickelt haben, Stefanie Langner von Leankoala erzählt uns wie es ist, als Frau ein Tech Start-up zu gründen und Michele Skodowski zeigt mit ihrem Start-up Botfriends wie man sich als Frau in der KI-Branche behauptet.

Diese Frauen gehören in der Welt der Technik und Finanzen zu inspirierenden Vorbildern und Talenten. Es gibt sie also, wir müssen nur hinschauen.



Female-Tech zur Verbesserung der Frauengesundheit.

Ein Interview mit Lina Wüller, Gründerin des Start-ups Ovy

Wie kamen Sie auf die Idee Ovy zu gründen?

Nach fast zehn Jahren hatte ich damals die Pille abgesetzt, da ich meinen Körper nicht mehr mit künstlichen Hormonen belasten wollte.

Auch meine Schwester Eva, mit der ich die Firma gegründet habe, hat sie nicht vertragen und sich schon länger mit alternativen Möglichkeiten beschäftigt.

Meinen Zyklus mit Zettel und Stift aufzuzeichnen, war mir zu umständlich und nicht mehr zeitgemäß – besonders, da man heute mit dem Smartphone so viele technische Möglichkeiten hat.

Wir haben uns daher gefragt: Warum gibt es noch kein Connected Device, das die Basaltemperatur, den ausschlaggebenden Datenpunkt für die Berechnung der fruchtbaren Tage im Zyklus, an eine App überträgt, die dann die Auswertung übernimmt?

Eine verlässliche Medizin-App, in der man ganz einfach auch weitere Datenpunkte eintragen kann, um seinen Zyklus zu berechnen. Wir haben im Femtech ein wahnsinnig großes Potenzial gesehen.

Welches Problem wollen Sie mit Ihrer Idee ansprechen und wie lösen Sie es?

Im gesamten Markt für Frauengesundheit gibt es bislang viel zu wenig Innovation. Dass wir uns der Auswertung des weiblichen Zyklus angenommen haben, war der erste Schritt dahin, wo wir langfristig mit diesem Unternehmen hin möchten: smarte und wirksame Produkte zur Verbesserung der Gesundheit von Frauen weltweit zu entwickeln.

Mit unserem Device und unserer App helfen wir Frauen, die eine hormonfreie Alternative zur Empfängnisregelung suchen sowie Frauen mit einem Kinderwunsch, ihre fruchtbaren und nicht fruchtbaren Tage im Zyklus zu ermitteln.



Lina und Eva Wüller

Amorelie, Femtasy, Female Company: Start-ups von Frauen für Frauen starten gerade voll durch und werden immer wichtiger, wie haben Sie es geschafft sich im Femtech Markt zu etablieren?

Wir haben eine innovative Technik mit eigener Hardware und Medical App entwickelt. Wir haben ein Problem erkannt, vor dem die Hälfte der Weltbevölkerung steht, nämlich Frauen.

Die Nachfrage nach solchen Produkten steigt bei Frauen stark. Dadurch bekamen wir von Anfang an

viel Aufmerksamkeit. Ein großer Vorteil ist, dass wir als weibliche Gründerinnen nah an den Bedürfnissen unserer Zielgruppe entwickeln können, da wir diese natürlich selbst kennen.

Glauben Sie, dass Female Founders einen Beitrag zur Gleichberechtigung leisten? Und wenn ja, wie tragen Sie mit Ihrem Start-up dazu bei?

Female Founders sollten es sich zur Aufgabe machen, den Status Quo kontinuierlich zu challengen. Es ist offensichtlich, dass noch immer keine Gleichberechtigung herrscht.

Das ist allein an der Anzahl der Unternehmensgründungen erkennbar und an den Beteiligungen, die in von Frauen gegründete Unternehmen fließen. Ich bin der festen Überzeugung, dass man über dieses Thema mehr sprechen muss und seine eigenen Erfahrungen teilen sollte.

Zwei Frauen, zwei Gründerinnen, zwei Schwestern: Wie ist es, als Geschwister gemeinsam zu gründen, welche Probleme haben Sie begleitet oder hat das auch Vorteile?

Man kennt niemanden so gut wie die eigene Schwester. In Terminen wissen wir nach den ersten fünf Sekunden, was die jeweils andere denkt und wie der Termin wahrscheinlich ausgehen wird – ohne, dass wir miteinander sprechen müssen. Das ist definitiv ein Vorteil. Auf der anderen Seite bist du sehr ehrlich und sagst deine Meinung ungefiltert.

Wir hatten anfangs einen Coach, mit dem wir entsprechende Prozesse erarbeitet haben, die uns als Gründerinnen-Team extrem gestärkt haben. Interessanterweise ist die Schwestern-Konstellation vor allem für Investoren attraktiv.

Sie wissen meist, dass sich Geschwister nicht einfach trennen können. Das ist übrigens einer der häufigsten Gründe, weshalb Unternehmen scheitern: weil die Gründerteams sich nicht einig sind und daher auseinanderbrechen.

Was war der wertvollste Tipp, den Ihnen jemand während Ihrer Gründungsphase gegeben hat?

Ich war 25 als ich mein erstes Unternehmen gegründet habe. Damals hat meine Großmutter, die Unternehmerin war, zu mir gesagt: Wenn du dir einen Plan B zurechtlegst, wird Plan A nicht funktionieren.

Und das stimmt! Wenn man einen Plan B hat und weiß, dass man weich fällt, wenn Plan A nicht funktioniert, dann rennt man nicht weit genug und springt nicht hoch genug. Meine Schwester und ich haben bei Ovy keinen Plan B. Wir tun alles dafür, dass dieses eine Unternehmen erfolgreich ist.

Wie war das für Sie, mit einem technischen Produkt in einer überwiegend männlich dominierten Branche Investoren an Land zu ziehen?

98% unserer Gespräche waren mit männlichen Investoren. Es kam vor, dass das Problem nicht verstanden wurde, das wir mit unseren Produkten lösen möchten, da es natürlich ein weibliches ist.

Wir konnten allerdings schnell sehr gute Investoren gewinnen, wie beispielsweise den Medizinproduktehersteller Beurer, der sich frühphasig als Strategie beteiligt hat.

Übrigens: Für viele Investor:innen ist Hardware generell ein Red Flag. Das liegt daran, dass es viel Kapital und Zeit erfordert, derartige Produkte zu entwickeln und zuzulassen – und dann ist es den Investoren egal, ob das Unternehmen von Männern gegründet wurde oder von Frauen.

Welche Tipps würden Sie anderen Gründerinnen geben?

Erstens: Wenn ihr ein Unternehmen gründet, dann startet mit einem akuten Problem, vor dem eure Zielgruppe steht und löst es. Zweitens: Schreit eure Idee heraus und holt euch Feedback ein. Drittens: Prepare for the (very) long run! Und ganz wichtig: Gründe zu zweit, dann machen die anfänglichen Nachtschichten mehr Spaß.

Wo sehen Sie Ihr Start-up in drei Jahren?

Wir wollen Zukunft weitere Medizinprodukte sowohl im Software- als auch im Hardware-Bereich entwickeln, um die Frauengesundheit nachhaltig zu verbessern. In drei Jahren wollen wir eine neue Hardware in der Hand halten, mit der die Methodik noch einfacher und sicherer gemacht wird.

Welche Frau ist Ihr größtes Vorbild?

Mich inspirieren viele Frauen aus der deutschen Gründerszene, die Produkte für uns Frauen entwickeln und die sich für Themen einsetzen, die uns Frauen etwas angehen.

Wenn Sie für einen Tag Bürgermeisterin von Hamburg wären, was würden Sie ändern?

Ich würde mich für Gründerinnen einbringen, die parallel zur Unternehmensgründung Mutter werden. Dabei würde ich dafür sorgen, dass finanzielle Hilfen zur Verfügung gestellt werden, sodass Mütter früh nach der Geburt ins Unternehmen zurückkehren könnten und eine adäquate Betreuung des Nachwuchses finanziell bezuschusst wird.

Online Lernplattform für (werdende) Eltern

Ein Interview mit Dr. Margarete Koch, Gründerin von mapadoo und 2x-Mutter

Wie sind Sie auf die Idee gekommen ihr Start-up zu gründen?

Ich bilde mich unglaublich gerne weiter. Eigentlich habe ich immer gerade einen Online-Kurs zu einem Thema, in dem ich etwas Neues lerne. Ich schätze hier ungemein die Freiheit, wann, wie lange und wo ich will zu lernen.

Zudem bin ich sehr IT-affin und liebe digitale Innovationen. Als ich dann mit meinem ersten Kind schwanger war und überhaupt nicht wusste was jetzt auf mich zukommt, wollte ich mich zum Thema Baby erkundigen.

Fundierte digitale Angebote sind hier aber leider Mangelware. Sachbücher und Vor- Ort- Kurse stehen im Vordergrund.

Vor- Ort -Kurse sind schnell ausgebucht und wenn das Baby da ist, läuft man in die Herausforderung eine Kinderbetreuung organisieren zu müssen.

Ein Notfallkurs für Babys, der mir sehr am Herzen lag, war ausgebucht als ich mich im im 4. Schwangerschaftsmonat anmelden wollte.

Der nächste freie Platz war nach dem Entbindungstermin. Babys nicht erlaubt. Also ist mein Mann alleine hingegangen.

Wie ging es dann weiter?

Damals ist bereits der Gedanke entstanden, dass es auf diesem Gebiet einen großen digitalen Nachholungsbedarf gibt.

Erst in meiner zweiten Schwangerschaft, als ich wieder mit dem Problem konfrontiert wurde, ist der Entschluss gefallen, das selbst in die Hand zu nehmen.

Während meiner Schwangerschaft habe ich an der Idee weitergearbeitet und dann auch meine Gründungspartner davon überzeugen können.



mapadoo ging im Jahr 2020 an den Start, mitten in der Coronakrise. Wie war es, in der Krise zu gründen?

Sicherlich gäbe es bessere Umstände. Formal war alles kein Problem. Was uns als Team fehlt, ist diese gemeinsame Startphase: Gemeinsames Beisammensitzen, Brainstormen an Flips, Teambuilding, gemeinsames Lachen und einfach verrückte Ideen überlegen.

Wir arbeiten seit Beginn unserer Firma remote. Das geht auch, aber ein „Wir“-Gefühl zu entwickeln ist in einem gemeinsamen Büro deutlich einfacher. Wirtschaftlich gesehen leiden wir nicht unter der Krise, eher im Gegenteil: Es buchen sicherlich Eltern einen Online-Kurs bei uns, den sie sonst eher vor Ort gemacht hätten.

Auch die zunehmende allgemeine Digitalisierung und deren Akzeptanz ist für uns förderlich. Unser Geschäftsmodell ist eher ein Gewinner aus der Krise.

Ihr Start-up mapadoo haben Sie während ihrer zweiten Schwangerschaft gegründet. Wie ist es, als Mutter zu gründen?

Für mich ist diese Kombination perfekt. Ich bin maximal flexibel und kann unserer Familienleben und die Selbständigkeit so gestalten, wie wir es brauchen.

Die Herausforderung als Mutter ist nicht die eigentliche Gründung an sich. Mütter sind es gewohnt, zu improvisieren und flexibel zu sein. Es ist eher das Umfeld und das Angebot, dass man als Mutter schwer wahrnehmen kann.

Gründertreffen um 20 Uhr abends, nett, aber als Mama nicht drin. Mit so kleinen Kindern sowieso nicht. Ich mache gerade auch eine Weiterbildung in Verkaufspsychologie. Viele der Calls sind um 17:30 Uhr. Klar, passend für alle, die vielleicht nach ihrem Arbeitstag noch Reinhören wollen.

Als Mama fängt um 18 Uhr meistens das Abendprogramm mit den Kindern an. Das Umfeld erleichtert es Müttern nicht unbedingt.

Welche Vorteile haben gründende Mütter?

Statistisch gesehen sind es die Mütter, die in die Elternzeit gehen. Diese Zeit ist ganz besonders. In der Elternzeit nimmst du Abstand von

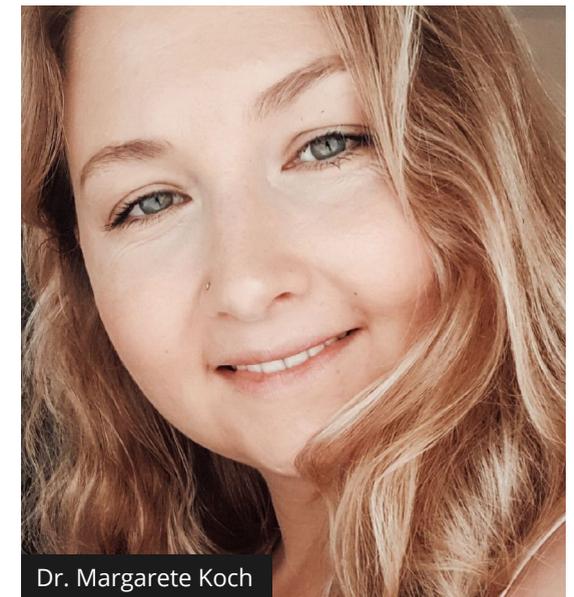
deinem bisherigen Job, wirst damit konfrontiert, dir über deine Prioritäten im Leben Gedanken zu machen, dein Kind spiegelt dir komplett deine Emotionen wieder und du wirst gezwungen, dir zu überlegen:

- Was möchte ich meinem Kind an Werten weitergeben?
- Welche Welt möchte ich für mein Kind?
- Wie möchte ich mitverantwortlich für die Ressourcenverwendung auf der Welt sein?

Was würden Sie sich für die Zukunft des Standorts Baden-Württemberg noch wünschen?

Ich war selber Studentin und Dozentin an der Uni Stuttgart und leider kam ich nicht einmal mit dem Thema Gründung in Berührung. Und ich habe BWL studiert.

Das finde ich wirklich sehr schade. Ich würde mir hier mehr Aktionen wünschen, damit die Studentinnen und Studenten für das Thema Gründen sensibilisiert werden.



Dr. Margarete Koch

Zur Person:

Margarete Koch hat ihren Doktor der Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik an der Universität Stuttgart absolviert.

Während dieser Zeit war sie als akademische Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik tätig und beschäftigte sich mit den Themen Business Intelligence, Big Data und Industrie 4.0.

Nach dem sie fünf Jahre in der freien Wirtschaft als Projektmanagerin tätig war, entschloss sie sich zur eigenen Gründung.



*Das Umfeld erleichtert es
Müttern nicht unbedingt.*

**DR. MARGARETE KOCH
GRÜNDERIN VON MAPADOO UND ZWEIFACH MUTTER**

 **Startbase**

Finanz-App für Frauen

Ein Gespräch mit Martina Gstöttmayr und Alexa Cotiaux, Gründerinnen des Start-ups Uplyvt

Dass Martina Gstöttmayr und Alexa Cotiaux an diesem Freitag zusammen im Videocall sitzen, ist, wie so vieles in der Start-up-Szene, dem Zufall geschuldet.

Beide arbeiteten vor einigen Monaten noch je an einem eigenen Geschäftsmodell rund um Frauen, etwas in Richtung Karriere hätte es werden können.

Über ihr Netzwerk aber fanden sie zusammen, telefonierten, es passte und sie stürzten sich in die ersten Recherchen.

Viele Interviews mit Frauen später sind sie nach einigen Wochen wieder aufgetaucht, ein wenig erschöpft, aber auch mit einem klaren Ergebnis: „Der größte Schmerzpunkt für Frauen ist nicht die Karriere“, sagt Martina Gstöttmayr, „es ist auf jeden Fall das Thema Finanzen. Da müssen Frauen endlich ins Handeln kommen.“

Tatsächlich zeigen Studien, dass Frauen sich nach wie vor zu wenige um ihre Finanzen kümmern.

Einer groß angelegten Studie der Schweizer Bank UBS zufolge ist das Thema Finanzen in den meisten Beziehungen noch immer beim Mann angesiedelt, viele werden gar nicht richtig einbezogen und erleben bei beispielsweise einer Scheidung oft eine böse Überraschung und das generationenübergreifend.

Doch nicht nur in Beziehungen, sondern auch generell sparen und investieren Frauen anders, wie Erhebungen unter anderem von Finanz-Heldinnen gemeinsam mit Barkow Consulting zeigen.

Demnach ist die Aktienquote bei Frauen geringer als bei Männern und das Sparverhalten führt „langfristig zu keinem Vermögensaufbau“.

Liegt es also am fehlenden Wissen, dass Frauen sich nicht für die Zukunft rüsten?

Sicher ist, dass Frauen sich oft lange und tiefergehend mit ihren Finanzen beschäftigen, was auch den Erfolg von Blogs wie „Madame Moneypenny“ erklärt, die mit



Martina Gstöttmayr und Alexa Cotiaux

Finanztipps für Frauen ein mittlerweile großes Publikum erreichen.

Und auch die kleine Umfrage der Uplyvt-Gründerinnen zeigt, dass Frauen sich durchaus informieren, teilweise sogar sehr detailliert. „Am Ende aber machen sie dann doch nichts. Genau da ist die Lücke. Ihnen fehlt beim letzten Schritt, die Unterstützung, dass sie ins Handeln kommen“, sagt Alexa Cotiaux.

Lösen wollen die beiden Frauen das Problem mit ihrem Start-up Uplyvt, das sie in den vergangenen Wochen hochgezogen haben.

Die meiste Arbeit machen die beiden aufgrund ihres Hintergrunds selbst. Gstöttmayr hat bereits in verschiedenen Start-ups gearbeitet, was bei der Entwicklung hilft und Cotiaux bringt als ehemalige Unternehmensberaterin für digitale Modelle Erfahrung in deren Aufbau mit.

Wo sie selbst nicht weiterkommen, dort hilft das Netzwerk aus. „Ohne das Netzwerk ständen wir nicht, wo wir jetzt stehen“, sagt Alexa Cotiaux.

Uplyvt, das soll eine App werden, die speziell auf die finanziellen

Bedürfnisse von Frauen zugeschnitten ist.

Die Kundinnen sollen regelmäßig Erinnerungen und konkrete Tipps bekommen, wenn es Zeit ist, zu handeln.

Dazu soll die Aufbereitung der Informationen mehr an den Bedürfnissen von Frauen orientieren: „Wir wollen viel mehr Erklärung für die Umsetzung von Finanzentscheidungen geben und auch andere Faktoren als nur Rendite abbilden“, sagt Martina Gstöttmayr.

Zudem soll die App Szenarien abbilden, was mit dem Geld passieren könnte, wenn sich die Kundin nun für Option A oder Option B entscheiden würde. „Wir wollen zeigen, welche Folgen jede Handlung haben könnte“, sagt Gstöttmayr, „damit die Frauen eine bessere Vorstellung haben, was ihr handeln oder eben das nicht handeln auslöst.“

Selbst handeln und beispielsweise Wertpapiere kaufen, das wird es bei Uplyvt zunächst nicht geben.

Stattdessen sollen die Nutzerinnen mehr oder minder eine digitale Beraterin an die Seite bekommen.

„Das, was bisher der Finanzberater anbietet, machen wir digital“, sagt Gstöttmayr.

Wie sie diese Leistung bepreisen wollen, ist noch nicht ganz sicher, doch können sie sich ein Abomodell mit monatlichen Kosten von drei bis zehn Euro vorstellen.

Erst einmal muss nun aber die App fertig werden. Eine erste Version wollen sie mit ausgesuchten Nutzerinnen testen, sich Feedback einholen und es gemeinsam mit den Kundinnen entwickeln.

Eine Warteliste gibt es dafür schon und die ist auch ohne große Kampagne extrem gut gefüllt, wie die Gründerinnen berichten.

Generell seien die Rückmeldungen in den sozialen Medien sehr positiv gewesen. „Ich glaube, wir haben da eine gute Nische gefunden“, sagt Cotiaux, die auch um die Konkurrenz weiß. „Wir sind sicher nicht die einzigen, die gerade an einer solchen Lösung bauen“, sagt sie.

Bleibt noch eine Frage: Nehmen sie eines Tages auch Männer in die App auf?

„Ich will nichts ausschließen“, sagt Gstöttmayr, „aber für Männer gibt es

eigentlich genug. Wir sehen genug Potential und Herausforderung mit dem Fokus Frauen.“

starten, in dem jeder seine Stärken einbringen und diese entfalten kann.

Dies ist bei Leankoala definitiv der Fall. Zu Beginn war das nicht unbedingt einfach.

Persönliche und berufliche Kommunikation und Zusammenarbeit unterscheiden sich eben und man darf sich dabei nicht auf diese Füße treten oder Sachen zu persönlich nehmen. Wir machen das aber schon eine Weile, sind ein eingespieltes Team und sehr erfolgreich in dieser Kombi.

Welche Vision haben Sie beide mit Leankoala?

Unsere Vision ist, dass es nie mehr den Moment gibt in dem man merkt, dass Umsatz oder Reputation verloren gingen, weil die eigenen Webpräsenz nicht richtig funktioniert.

Unsere Lösungen übernehmen dabei die 360°-Überwachung von Webseiten und sichern ab, dass von Erreichbarkeit der Seite, über Kontaktmöglichkeiten bis zum Warenkorb technisch immer alles läuft.

Damit man sich als Betreiber oder Betreiberin um das kümmern kann,

was man am liebsten macht: Kunden beziehungsweise Nutzer glücklich machen, Umsatz generieren, Produkte entwickeln. Läuft etwas nicht wie es soll, schlagen wir Alarm. Diese Mission verfolgen wir mit unserem Profitool Leankoala für große Seiten und Portale sowie mit unserem neusten Produkt koality.io speziell für Webshops und Webseiten bereits seit drei Jahren.

Gegründet haben Sie Ende 2016. Geld haben Sie gleich zum Start durch das Programm InnoRampUp der Hamburgischen Investitions- und Förderbank bekommen. 2019 gab es noch eine Finanzierungsrunde in sechsstelliger Höhe. Wie schwer ist es für Sie, an Fördermittel zu kommen?

Das war in der Tat nicht so einfach. Uns wurde zu Beginn immer wieder extremst davon abgeraten zu sagen, dass wir verheiratet sind. Denn das führt bei Investoren offenbar zu Hemmungen.

Die denken sich dann: „Was passiert, wenn die sich einmal privat zerstreiten, kann das Start-up das überleben?“ Ist eine Gründerin mit an Bord, stellen auch viele die Frage, ob sie nicht bald schwanger wird und was das für das Geschäft bedeutet.

So eine Frage würde einem Mann nie gestellt werden. Ich bin mir absolut sicher, dass wir zu einigen Gesprächen gar nicht erst eingeladen wurden.

Was haben Sie getan, um gegen solche Vorurteile anzukämpfen?

Als wir begonnen haben, unser Start-up aufzubauen, hatte ich bereits zwei Kinder und war in einer anderen Lebensphase als viele andere junge Gründerinnen. Die Frage, was ich machen würde, wenn ich schwanger werde, stellte sich bei mir also nicht. Aber ganz grundsätzlich gilt für Frauen: Selbstbewusst auftreten, auch wenn es schwerfallen mag.

Wenn eine Frau zum Beispiel mit zwei Männern zusammen gründet, sollte sie beim Pitch die Hauptrednerin sein. So kann sie von Anfang an klar machen, welche Stellung sie hat. Ich weiß selbst, dass das vielen Frauen nicht leichtfällt und leichter gesagt als getan ist.

Sie plädieren also für ein selbstbewussteres Auftreten. Wie lässt sich das erreichen?

Da hilft manchmal leider nur der Sprung ins kalte Wasser. Ich habe viel Selbstbewusstsein aus meinen Netzwerken geschöpft. Da wäre

einmal das private, bestehend aus Kollegen, Mentoren, Gründerinnen wie Gründern sowie einer Reihe von Investorinnen und Investoren. Die lassen sich gut als Sparringspartner nehmen. Gemeinsam die eigenen Ideen und Herausforderungen durchgehen, das hilft sehr.

Selbst ist es mir auch wichtig, andere zu unterstützen. Deshalb bin ich Ambassador für die *Geekettes*. Das ist ein inzwischen internationales Netzwerk von Frauen in der Tech-Szene. Auch dort unterstützen wir uns gegenseitig, indem wir uns regelmäßig vernetzen, challengen und Weiterbildungen anbieten.

Warum engagieren Sie sich dort so stark?

Ich bin der festen Überzeugung, dass Netzwerke uns Frauen extrem weiterbringen können. Ich will aber nicht einfach nur konsumieren, sondern auch selbst gestalten. Das rate ich übrigens allen Frauen: Engagiert euch. Das stärkt das eigene Selbstbewusstsein, schafft viele neue Kontakte und hilft der Szene. Für all die Frauen, die das hier lesen und mal einen Tipp brauchen, meldet euch gerne bei mir.

5. Perspektiven

Zu einem ganzheitlichen Bild der Start-up Ökonomie gehören nicht nur leuchtende Erfolgsgeschichten, sondern auch kritische und mahnende Stimmen.

Auf den folgenden Seiten zeichnen daher Wissenschaftlerinnen, Beraterinnen und Investorinnen ein Blick der Gründerinnen-Szene von innen.

Diese Einblicke sind besonders wichtig, wenn es darum geht, nachhaltig eine neue Gründungskultur in Deutschland zu etablieren. Das Ziel sollte dabei stets sein, Schritt für Schritt ein integratives Ökosystem zu schaffen.

Prof. Dr. Janina Sundermeier und Franziska Mattner erläutern in diesem Zusammenhang, dass das nur gelingen kann, wenn eine Start-up Gründung zu einem greifbaren Berufsbild wird.

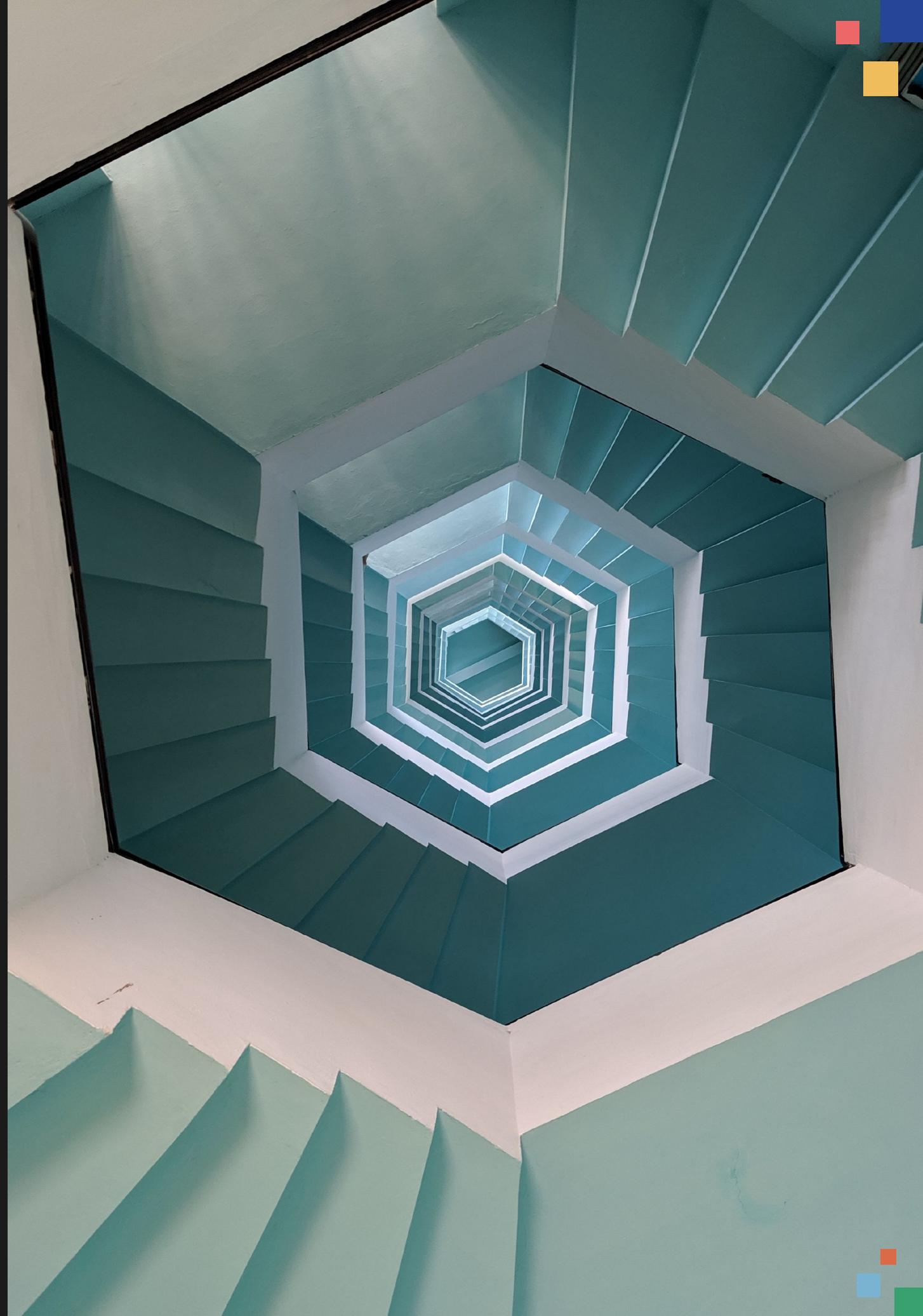
Es muss die Angst vor der eigenen Gründung genommen werden. Sowohl für die junge Generation allgemein als auch insbesondere für angehende Gründerinnen. Hemmschwellen und veraltete Muster müssen

gesamtgesellschaftlich und individuell gebrochen werden.

Wie das gehen kann erläutern Anna Michel und Hillevi Lausten in einem Gespräch über die Persönlichkeitsentwicklung von Gründenden und Führungskräften. Sie geben Hands-on-Tipps für die Entwicklung einer Gründungspersönlichkeit und erklären, wie Coaching in diesem Zusammenhang ein wichtiger Lanzenbrecher sein kann.

Förderung muss neu und ganzheitlich gedacht werden, eine zentrale Aufgabe muss es demnach in erster Linie sein, Strukturen zu schaffen, die Gründerinnen in der Welt von Wagniskapitalgebern und Netzwerkveranstaltungen ankommen lassen.

Einen ersten Schritt hin zu ganz neuen Strukturen geht auch Tijen Onaran, mit einem VC-Fonds speziell für Gründerinnen. Bei allen Anstrengungen für mehr weibliche Gründungen geht es letztlich also vor allem darum, auf verschiedenen Wegen alte Muster über Bord zu werfen und neue Perspektiven zu schaffen.



gerne verändern möchte. Coachings und Bücher können da sehr viel weiterhelfen. Mir hat es geholfen, immer sehr gut vorbereitet zu sein und meine Anliegen in ruhiger aber bestimmter Art vorzutragen. Nach all den Erfahrungen würde ich sagen: Ich bin ein Alphanier, allerdings ein ruhigeres. Ich muss nicht laut werden, um mir Gehör zu verschaffen.

Frau Michel, Sie coachen Management-Best-Practices für Gründerinnen & Gründer von Wachstumsunternehmen und deren Führungsteam und haben

selbst in der Vergangenheit mehrere Unternehmen gegründet. Können Sie sich noch an das Coaching erinnern, das Sie selbst am meisten weitergebracht hat?

Michel: Für mich war das damals eine Vertriebsschulung. Vorher habe ich Vertrieb immer gehasst. Meine Assoziation mit Vertrieblern war jemand, der einem aggressiv irgendetwas Sinnloses ans Bein schwatzt. Bei diesem Coaching ist mir klar geworden, dass diese Aversion tatsächlich etwas mit einem verinnerlichten Glaubenssatz zu tun hat: „Als Mädchen darfst du dich

nicht anbieten. Und Vertrieb zu machen bedeutet, sich anzubieten und das darfst du nicht. Du musst entdeckt werden.“ Und das ist natürlich das Hinderlichste, was man als Gründerin machen kann.

Dieses Coaching hat mir gezeigt, wie ich effektiv bestimmte Themen für mich identifizieren und daran arbeiten kann. Generell ist es ungeheuer wichtig Menschen zu finden mit denen man sich austauschen kann und von denen man ein ehrliches Feedback erhält.

Wie stehen Sie jetzt zum Thema Vertrieb?

Michel: Wenn ich hinter dem Produkt oder Service stehe und weiß, dass es für mein Gegenüber wirklich einen Mehrwert stiftet, fällt mir der Vertrieb inzwischen extrem leicht. Das hat aber auch sicher etwas damit zu tun, dass ich inzwischen in jeder Vertriebssituation die menschliche Beziehung im Vordergrund sehe und mich nicht mehr an meinen eigenen Glaubenssätzen abarbeiten muss.

Frau Lausten, Sie sind damals bei jimdo mit einem Coach gemeinsam in ihre neue Rolle reingewachsen. Wie sieht eine gute Förderung Ihrer Erfahrung nach aus?

Lausten: Als ich damals den zweiten größeren Karriereschritt gemacht hatte und die Verantwortung für einen neuen Bereich übernommen habe, hatten wir intern ein Coachingteam zur Verfügung, mit dem ich mich auf meine neue Rolle vorbereiten konnte. Dem Thema „Change Management“ wurde sehr viel Bedeutung beigemessen und das ist auch richtig so. Ich habe da wirklich Sparringspartner an die Hand bekommen. Das hat mir auf jeden Fall sehr weitergeholfen.

Von einem damaligen Coach habe ich auch einen sehr hilfreichen Tipp bekommen. Nach einem anonymen Feedback erhielt ich die Rückmeldung, ich sei dominant.

War das für Sie etwas Schlechtes?

Lausten: Ja, für mich war das anfangs ganz schlimm. Dominant sein war für mich etwas ganz negativ Behaftetes.

Der Coach sagte zu mir „Ganz ehrlich, eine gewisse Dominanz ist eine super Eigenschaft für jemand, der in den Führungsbereich will.“ Ich müsse mir nur überlegen welche Auswirkungen diese Eigenschaft hat und welche Stärken ich mir daneben aufbauen möchte, die die negativen



Anna Michel fotografiert von Tilmann Classen



Der kindheitsgeprägte Glaubenssatz, sich nicht anbieten zu dürfen, ist für viele Gründerinnen sehr hinderlich.

ANNA MICHEL
SENIOR COACH & PARTNERIN BEI SCALE UP

 **Startbase**

allerdings weiß ich nicht, was uns das bringt, außer, die ‚Fronten‘ zu verschärfen.

Es geht doch darum, dass wir eine Atmosphäre schaffen, in in Schulen, im Handwerk, an Unis, am Arbeitsplatz, in Aufsichtsräten, in der Politik – in der wir nicht anhand des Geschlechts vergleichen, sondern in der wir die Potentiale des Einzelnen fördern.

Wer bringt sich wann, zu welcher Zeit und wie in Berufsleben, Familie, Haushalt, etc. ein – hier bedarf es sicher mehr Offenheit und Flexibilität von uns als Gesamtgesellschaft.

Welche Tipps würden Sie jungen Gründerinnen mit auf den Weg geben?

Prof. Sundermeier: Go for it! Informiere dich, welche Art von Unterstützungsangeboten es in deinem Umkreis gibt. Wenn du studierst oder studiert hast, ist das Gründungszentrum der Universität eine gute erste Anlaufstelle.

Darüber hinaus gibt es in vielen Städten Veranstaltungen, welche über die Plattform meetup.com organisiert werden und auch viele IHKs bieten Unterstützung an.

All dies sind erste Anlaufstellen, um nach und nach zu erfahren, welche Angebote für die jeweilige Gründungsphase existieren. Zudem trifft man hier in der Regel auf Personen, die einer Start-up Gründung offen und vorbehaltlos gegenüberstehen, zumindest vorbehaltloser als gegebenenfalls die eigenen Eltern oder Freunde, die mit diesem Weg unter Umständen wenig anfangen können.

Mattner: Es gibt mittlerweile viele gute Anlaufstellen, z.B. Gründerinnennetzwerke mit Mentoring wie Female Founders, WomenTech Network, FeMentor oder teamnushu aber auch Podcasts, Acceleratoren, Events, Meetups oder Messen, die sich für Frauen in der Gründerszene stark machen.

Von wem kann man als angehende Gründerin etwas lernen?

Prof. Sundermeier: Ich glaube die Antwort auf diese Frage ist immer sehr subjektiv geprägt.

Von ihren Persönlichkeiten und Mindsets haben mich und die Teilnehmenden in meinen Veranstaltungen sehr Dr. Sophie Chung (Qunomedical GmbH) und Farina Schurzfeld (Selfapy GmbH)

begeistert. Großer Fan bin ich natürlich auch von den Gründerinnen, die ich als Mentorin eng auf ihrem Weg begleiten darf, wie beispielsweise Jaane Henning und Johanna Lubig, die mit Recoupling die Paartherapie digitalisieren werden.

Welches sind die coolsten Ideen (Start-ups), die ihr von weiblichen Gründerteams kennt?

Mattner: Aus dem Strascheg Center for Entrepreneurship, dem Gründungszentrum der Hochschule München kommen z.B. Langhaarmädchen, Jesango oder nearbees. Andere Namen, die oft in den Medien fallen sind Verena Pausder von Fox and Sheep, Ida Tin von Clue, Julia Bösch von Outfittery, Lea-Sophie Cramer von Amorelie oder Milena Glimbovski von ‚Original Unverpackt‘.

Es gibt so viele unglaubliche tolle und spannende Geschichten. Ein paar davon könnt ihr euch in unserem neuen Uni-Podcast FIVE anhören, der am 08.03.2021 an den Start geht.

Gibt es andere Länder, in denen es weibliche Gründer leichter?

Prof. Sundermeier: In einer Studie aus dem Jahr 2016 haben Kolleginnen und Kollegen aus Hohenheim die Quote der Gründerinnen in den 20 führenden Start-up Ökosystemen weltweit untersucht.

Berlin landete dabei auf dem letzten Platz, während die ersten vier Plätze von amerikanischen Ökosystemen, wie beispielsweise dem Silicon Valley, belegt wurden. Mit der Schlussfolgerung, dass es Gründerinnen dort leichter haben, wäre ich dennoch vorsichtig.

Die vorhin genannte VC Studie mit der Erkenntnis *“We ask men to win and women not to lose”* basiert auf Daten aus den USA und zeigt, dass es auch dort Vorbehalte gegenüber Frauen im Gründungskontext gibt.

Dennoch ist die amerikanische Mentalität eine andere und die Vorstellung, dass es jeder schaffen kann vom Tellerwäscher zum Millionär aufzusteigen, wirkt sich augenscheinlich auch auf das Selbstbewusstsein aus mit dem in den USA Gründungsideen umgesetzt werden. Ganz nach dem Motto „You can have it all“.

“Ich will Gründerinnen die Möglichkeit geben, an Kapital zu kommen”

Tijen Onaran will mit einem neuen VC-Fonds speziell für Gründerinnen Geld einsammeln. Wie das bisher läuft, warum sie den Fonds für notwendig hält und was das mit ihrer eigenen Erfahrung zu tun hat, erklärt sie im Interview.

Frau Onaran, Sie wollen einen Risikokapitalfonds speziell für Gründerinnen einrichten. Woher kommt die Idee?

Die Idee entstand, weil ich selbst negative Erfahrungen mit Wagniskapital gemacht habe. Als ich Global Digital Women gründete habe, hatte ich Probleme an Wagniskapital zu kommen. Ich hatte weder ein großes Netzwerk noch Zugänge und musste am Ende auf Eigenkapital zurückgreifen. Dieses Problem haben viele Frauen, das haben sie mir in vielen, vielen Gesprächen widerspiegelt und ich glaube, das trägt dazu bei, dass nur 15 Prozent aller Start-ups von Frauen gegründet werden. Ich habe es mir als Ziel für 2021 gesetzt, das zu ändern.

Der Hauptgrund dafür ist Ihrer Meinung nach, dass Frauen die Netzwerke fehlen?

Das ist sicherlich ein Grund, ich sehe noch zwei weitere, die darauf aufbauen. Zum ersten werden Risikokapitalgeber zu 97 Prozent von Männern geführt und Männer fördern Männer und Männer geben Männern Geld. Das machen die, glaube ich, gar nicht mal mit Absicht. Sie sagen nicht: ‘Oh, wir investieren nur in Männer, weil wir das toll finden’. Aber sie sind nur von Männern umgeben, auf Veranstaltungen, in sozialen Medien, in ihren Netzwerken. Da fällt es leicht, Frauen als Gründerinnen, aber auch als Zielgruppe zu übersehen. Da steckt aber viel bisher verschenktes Potenzial.

Wie meinen Sie das?

Da sind wir bei dem zweiten Grund: Wenn Frauen gründen, geht es oft um vermeintlich weibliche Ideen. Man spricht dann auch von Femtech, also Produkte von Frauen für Frauen.



Tijen Onaran fotografiert von Urban Zintel

Ein Beispiel ist ooia, ein Start-up, das damit begonnen hat, Periodenunterwäsche herzustellen.

Wenn Frauen solche Ideen einem von Männern geführten Fonds vorstellen, dann verstehen die die Produkte oder Zielgruppe gar nicht oder unterschätzen sie. Neudeutsch würde man wohl sagen: Ihnen fehlt die Awareness. Bei ooia beispielsweise hat Carsten Maschmeyer den Gründerinnen gesagt, dass er damit nichts anfangen kann.

Einige sagen, Start-ups von Gründerinnen machen, gerade weil sie eher im Konsumbereich unterwegs sind, weniger Rendite und skalieren langsamer. Andere halten das für ein Vorurteil. Könnte es nicht auch daran liegen, dass Frauen weniger Risikokapital bekommen?

Frauen gehen ihr Start-up oft anders an, ihr Plan ist nachhaltiger. Ihr Ziel ist es meistens nicht, in ein oder zwei Jahren zu verkaufen und den großen Exit zu machen, sondern ein gesundes Unternehmen auf die Beine zu stellen und solide zu haushalten. Das kann dem Skalierungsmodell vieler Wagniskapitalfonds widersprechen. Das heißt aber nicht, dass Start-ups von Frauen langfristig weniger Rendite abwerfen. Im

Gegenteil: Vor allen Dingen hinten raus machen deren Firmen mehr Profit.

Sie hätten gerne 100 Millionen Euro, um in von Frauen gegründete Start-ups zu investieren. Wie viel haben Sie denn zusammen?

Ich habe bereits sehr viele proaktive Anfragen bekommen, von Family Offices, von Unternehmen sowie von Privatpersonen und wir sind mit sehr vielen Menschen in Kontakt, die das Thema verstehen. Aber die "German Zurückhaltung" gibt es eben nicht nur auf dem Papier, sondern sie wird auch gelebt.

Was ist die größte Hürde, die Sie bei den Geldgebern überwinden müssen?

Das Thema Diversität ist bei vielen noch immer nicht im Geschäftsleben angekommen. Die sehen Diversität als etwas, was man unterstützen sollte und wozu man sich positionieren muss. Aber es ist keine Wohltätigkeit, in Frauen zu investieren. Es ist längst wichtig für Unternehmen, diverse Teams zu haben, diverse Vorstände, diverse Aufsichtsräte. Ich glaube, das haben noch immer nicht alle verstanden,

auch wenn wir 2021 bereits auf einem guten Weg sind. Investorinnen und Investoren werden mehr daran gemessen werden, in was sie investiert haben - und welche gesellschaftlichen Implikationen das hat.

Sollten Sie das Geld zusammenbekommen: Welche Kriterien müssten die Start-ups erfüllen, in die Sie mit dem Fonds investieren werden?

Zunächst einmal müssen sie von Frauen gegründet sein. Dann wird Nachhaltigkeit sicherlich eine Rolle spielen, das liegt auf der Hand. Auf einzelne Branchen werden wir uns nicht festlegen, dafür sind die Ideen zu vielfältig. Ich kann mir allerdings auch vorstellen, Frauen gerade in den Bereichen zu unterstützen, in denen es bisher wenig Gründerinnen gibt, beispielsweise im Tech-Sektor - vielleicht sogar stärker mit Konsumfokus. Es ist ja nicht so, dass den Frauen das Knowhow fehlen würde. Es fehlt am Geld und das bringen wir mit dem Fonds mit.

Hätten Sie als junge Gründerin schon Geld von Risikokapitalgebern bekommen, wären Sie vielleicht nie auf die Idee gekommen, diesen Fonds ins

Leben zu rufen. Hätten Sie rückblickend lieber Risikokapital gehabt?

Zum damaligen Zeitpunkt war es vielleicht richtig, dass ich kein Risikokapital bekommen habe. Aber ich bin selbst in keiner Familie aufgewachsen, die mir einfach ein bisschen Spielgeld zur Verfügung gestellt hat. Alles ist hart erarbeitet und ich habe gemerkt: Es ist viel schwieriger mit Eigenkapital zu bestehen, weil man viel länger braucht, man wächst langsamer. Ich konnte damals nicht zwischen Eigen- und Wagniskapital wählen.

Ich will Gründerinnen die Möglichkeit geben, an Kapital zu kommen. Das soll dieser Fonds leisten.

6. Förderprogramme

Egal, wie gut die eigene Idee ist: Kein Start-up kommt ohne fremde Hilfe weiter.

Diese kann aus Geld bestehen, etwa von Wagniskapitalgebern oder Preisstiftern, aber auch aus Netzwerken, Mentoring- oder Acceleratorenprogrammen.

Die Möglichkeiten sind vielfältig: Im Rahmen der Förderung von Diversität in der Start-up Szene und insbesondere der Förderung von weiblichen Gründerinnen bieten verschiedenste Akteure des deutschen Start-up Ökosystems nun spezielle Förderungsprogramme für Gründerinnen an.

Es folgt ein Auswahl von Förderangeboten, die sich speziell an (potentielle) Gründerinnen richten.



7. Investorinnen

Seit 2001 wählt das Business Angels Netzwerk Deutschland einen Business Angel des Jahres, erst 2019 erhielt erstmals eine Frau diesen Titel.

Das Geld der Start-up-Szene liegt in den Händen der Männer.

Doch schaut man genauer hin, sind mittlerweile viele Frauen in entscheidenden Rollen bei Risikokapitalgebern zu finden.

Sie leiten sie, sie entscheiden über Investments, sie betätigen sich als Business Angelinas.

Hier sind zwölf von ihnen.



Kiana Mardi

Investment Director bei Alstin Capital

Seit 2017 verwaltet Kiana Mardi die Investments bei Alstin Capital, zuvor hatte sie die gleiche Position beim Frühphasen-Investor Seed + Speed inne. Beide Risikokapitalgeber gehören zu der Maschmeyer-Gruppe.

Alstins Fokus liegt auf der Tech-Branche. Aktuelle Projekte, die Mardi betreut, sind das Start-up Fliit für Lebensmittellogistik und das Proptech Reinvent, mit dem erstmals ein Start-up aus der Immobilienbranche von Alstin gefördert wird. Als Business Angel hat sie sich 2018 in der Seed-Finanzierung bei Deinestudienfinanzierung beteiligt.

Zuvor war Mardi bei Rocket Internet, arbeitete für Edarling und baute Zalando und Zalando Lounge mit auf. 2013 gründete sie gemeinsam mit Alexandra Podeanu das Modeunternehmen Glamloop, das sie 2014 erfolgreich an einen Wettbewerber verkaufte. Ab 2015 verhalf sie Holidu zum Erfolg und verantwortete die Serie-A-Finanzierungsrunde des Start-ups, an dem sich der Gründer von Booking.com, Kees Koolen, über seinen Fonds EQT Ventures beteiligte.

Daria Saharova

Chefin von Vito One

Seit der Gründung 2015 ist Saharova Chefin des Wagniskapitalgebers Vito One. Der Fokus des Frühphaseninvestors des Viessmann-Konzerns liegt auf Prop-Techs, bisher finanzierte er über 20 Start-ups. Darunter das Energiemanager-Start-up Gridx und Home, Anbieter einer Plattform für die Vermietung von Wohnungen.

Saharova zog nach der Schule nach München zum Studieren, wurde Investmentmanagerin und unterstützt die Start-up-Szene in der bayrischen Hauptstadt aktiv. So gründete sie den Verein Münchner Gründer und initiierte das Veranstaltungsformat Venture Wiesn.

2020 wurde sie mit dem erstmals vergebenen Preis „Beste Investorin“ des Bundesverbands Deutsche Start-ups ausgezeichnet.

Romy Schnelle

*Partnerin beim High-Tech
Gründerfonds*

2008 startete Schnelle Karriere beim High-Tech Gründerfonds, Deutschlands größtem Frühphaseninvestor mit fast 900 Millionen Euro Fondsvolumen.

Seitdem hat sie sieben Start-ups beim Exit begleitet, aktuell sind in ihrem Portfolio neun Unternehmen zu finden, die sie betreut.

Bei den Tech-Start-ups Stocard und Quobyte ist Schnelle als Mitglied des Aufsichtsrats eng an den Prozessen der Unternehmen beteiligt.

Schnelle startete selbst einst als Gründerin: 2003 baute sie das Fraunhofer-Spin-Off Iosono mit auf, das 2014 an das niederländische Unternehmen Barco Audio Technologies verkauft wurde.

Seit Februar 2021 ist Schnelle außerdem Vorsitzende des Investment Committee der Schweizer Mediengruppe TX Group. Dort unterstützt sie vor allem Start-ups in der Entwicklungs- und Wachstumsphase.

Tanja Emmerling

*Partnerin beim High-Tech
Gründerfonds*

Emmerlings Interesse gilt vor allem Künstlicher Intelligenz in den Bereichen Mobilität, Logistik, IT-Sicherheit, Blockchain-Lösungen oder SaaS.

Seit 2018 leitet sie das Berliner Büro des High-Tech Gründerfonds, bei dem sie schon seit 2014 Start-ups begleitet.

Bisher hat sie vier Exits verzeichnet. Als Mentorin steht sie aktuell beispielsweise dem Online-Marktplatz für Secondhandmode Rebelle zur Seite und begleitet schon seit der Gründung das SaaS-Start-up Virtualq.

Bevor Emmerling zum High-Tech Gründerfonds kam, war sie sechs Jahre lang beim Wirtschaftsverlag VNR tätig.

Mariana Bozesan

Mitgründerin und Präsidentin der Aqal AG

Beim Investieren hält sich die Münchner Aqal AG an die von den Vereinten Nationen beschlossenen Nachhaltigkeitskriterien.

Bozesan ist nicht nur Mitgründerin, sondern auch Präsidentin der Investmentfirma, der Start-ups in der Seed- und Wachstumsphase unterstützt – entscheidend ist dabei der nachhaltige Aspekt.

Bozesan ist Club-of-Rome-Mitglied, Entwicklerin des „Theta-Modells“ zur Risikominimierung bei Investitionen und berät die Europäische Union, NGOs und Fonds zum Thema nachhaltige Finanzierung.

2019 ist sie zum besten weiblichen Business Angel Europas ernannt worden.

Den Preis vergeben die Verbände Business Angels Deutschland und Business Angels Europe gemeinsam.

Malin Holmberg

Partnerin bei Target Global

Beim Risikokapitalgeber Target Global ist nach eigenen Angaben das Geschlechterverhältnis ausgeglichen, Holmberg arbeitet seit 2018 von London aus für das Unternehmen mit Hauptsitz in Berlin.

Investiert wird in Start-ups bis zur Wachstumsphase, das Volumen beträgt 800 Millionen Euro.

Holmberg hat 15 Jahre Erfahrung im Telekommunikationssektor gesammelt: Angefangen bei Vodafone in London, arbeitete sie sich bis zur CEO des niederländischen Unternehmens Tele2 hoch.

Sie sitzt in verschiedenen Aufsichtsräten, unter anderem bei der börsennotierten Hörbuchplattform Storytel, und berät den in Singapur sitzenden Wagniskapitalgeber Antler.

Andrea Kranzer

Investorin und Geschäftsführerin bei D.A.D. Investment

2019 wurde sie als erste Frau vom Business Angels Netzwerk Deutschland zum Business Angel des Jahres gewählt.

Als CEO der Investmentfirma D.A.D. Investment konzentriert sie sich vor allem auf Start-ups von der Pre-Seed- bis zur Serie-A-Finanzierungsrunde, digitale Lösungen für den Gesundheitssektor interessieren sie besonders.

Zu ihrem Portfolio gehören vor allem Health-Start-ups wie Heartbeat, Medipee oder Oncgnotics.

2015 gründete sie selbst das Start-up Baloonas, das Ideen für Kindergeburtstage anbietet.

Außerdem ist sie in mehreren Business-Angel-Netzwerken aktiv, 2018 gründete sie ein eigenes Netzwerk mit dem Namen Angels4Health mit dem Fokus in der Life-Science-Branche.

Andrea Röhm

Vice President bei EQT

Seit einigen Jahren baut EQT Equity Partners sein Deutschlandgeschäft weiter aus, 2017 holte die Münchner Private-Equity-Gesellschaft auch Röhm zu sich.

Die studierte Betriebswirtin arbeitete zuvor fünf Jahre bei der Boston Consulting Group.

Heute ist sie Vizepräsidentin bei EQT und ist Teil der Initiative Level20, deren Ziel ein Anteil von 20 Prozent von Frauen in Führungspositionen im Bereich Private Equity ist.

8. Herausgeber & Autorenschaft

Ein starkes Start-up Ökosystem braucht, analog zu einem erfolgreichen Wirtschaftsstandort, nicht nur mutige Gründerinnen, sondern auch die stillen Helferinnen und Helfer im Hintergrund.

Diesem Sinne hat sich die Plattform Startbase.de verschrieben und versucht den mutigen Gründerinnen und Gründern die Aufmerksamkeit zu verschaffen, die ihnen gebührt.

Dabei richtet der inhaltliche Fokus auf alle in Deutschland-gegründeten Start-ups, unabhängig ihrer Phase im Unternehmens-Lebenszyklus – also von Gründung bis IPO.

Die dabei gewonnen Daten und Erkenntnisse werden künftig in Studien wie dieser veröffentlicht, um den öffentlichen Diskurs und – Wahrnehmung mitzugestalten.

Unterstützt wird die Startbase dabei maßgeblich von ihrem Träger: Der Gruppe Börse Stuttgart.



„Ihr habt die Chance, ergreift sie“

Ein Resümee der Initiatorinnen und Startbase-Autorinnen: Magdalena Hinze und Lisa Marie Münster

Vor einigen Wochen begegnete uns ein Event für Gründerinnen anlässlich des internationalen Weltfrauentags und die Idee entstand, mit Startbase eine ganze Woche nur den Frauen in der Start-up Szene zu widmen. Im Januar berichteten wir über die ausschließlich von weiblichen Investorinnen besetzte Finanzierungsrunde des Start-ups Tandemploy. Es gab viele Reaktionen auf Social Media und neben Glückwünschen kamen auch Kommentare, die fragten, wie denn eine rein weibliche Runde zu mehr Diversität beitrüge oder ob das nicht ebenso Diskriminierung sei?

Damit wurde fehlinterpretiert, worum es den beiden Gründerinnen ging: Um die Signalwirkung eines ausschließlich weiblichen Deals zu mehr Diversität im gesamten Kontext von Finanzierungsrunden und um genau die Adressierung des Fakts, dass die Start-up-Szene noch immer stark männlich geprägt ist.

Dies ist jedoch nicht so leicht zu ändern, denn eins steht fest: Wer

Investorin werden will, braucht Kapital und Verhandlungserfahrung - daher ist ein Exit zumeist die Voraussetzung für eine Karriere als Investorin. Es braucht also mehr Gründerinnen, die überhaupt einen Exit mit ihrem Unternehmen verzeichnen können. Der Anteil der Gründerinnen in Deutschland beträgt allerdings nur knapp zwölf Prozent. Ein Teufelskreis.

Auch die Normen unserer Gesellschaft tragen nicht dazu bei, Frauen zu befähigen, ein Start-up zu gründen. Sie bringt Frauen nicht bei, Risiken einzugehen und sich auszuprobieren, auch im Bewusstsein, scheitern zu dürfen.

Diese tief verwurzelten Annahmen zeigen sich auch bei den Befragungen von Investorinnen und Investoren, die sich in Finanzierungsrunden bei Frauen nach Verlusten und bei Männern nach Gewinnen erkundigen.

Wie kann Veränderung gelingen?

Durch Sichtbarmachung, wie Dr. Chung schon im Vorwort ansprach.

Und das machen wir mit diesem Report. Wir wollten wissen: Was ist der Status quo? Wie einfach oder schwer haben es Frauen in der Welt der Start-ups? Was kann der Staat, die Wirtschaftsförderung oder die Gesellschaft tun, um Wege zu ebnen und Chancen zu ermöglichen?

Dazu hat Startbase Zahlen ausgewertet und analysiert, mit Gründerinnen gesprochen und Investorinnen, Coaches und Wissenschaftlerinnen zu Wort kommen lassen.

Und es ist Veränderung zu sehen: Gründerinnen werden explizit gefördert, Netzwerke werden aufgebaut und verstärkt, die Zahl der

Investorinnen steigt. Die Start-up-Szene ist im Wandel.

Und doch muss sie noch Antworten finden: Frauen dürfen keinen Nachteil durch ihre Schwangerschaft erfahren, die Angst vor der finanziellen Last darf sie nicht abhalten, sie müssen die gleichen Chancen in Finanzierungsrunden haben und vor allem muss das Berufsbild der Gründerin für Frauen attraktiver gemacht werden.

Aus mehr Gründerinnen werden auch mehr Vorbilder, die greifbar sind!

*Danke für Ihr Interesse –
Magdalena Hinze &
Lisa Marie Münster*



Magdalena Hinze & Lisa Marie Münster

8.2 Herausgeber & Autorenschaft

Projekt-Management

Magdalena Hinze

Jan Hendrik Reichenbacher

Dr. Julius Tennert

Wissenschaftliche Leitung

Dr. Julius Tennert

Jan Hendrik Reichenbacher

Redaktion

Lisa Marie Münster [LM]

Magdalena Hinze [MH]

Nils Wischmeyer [NW]

Jan Schulte [LS]

Lars-Thorben Niggehoff [LN]

Herausgeber

Vereinigung Baden-Württembergische Wertpapierbörse e.V.

c/o Startbase

Börsenstraße 4

70174 Stuttgart

Schirmherren

Dr. Michael Völter

Oliver Hans

Dominik Schütz

Startups, Stories, Statistics



Mit freundlicher Unterstützung von:

**Börse
Stuttgart**

Vereinigung
Baden-Württembergische
Wertpapierbörse e.V.

8.3 Begriffsdefinitionen

Start-up

Wir identifizieren als Start-up ein Unternehmen, das mit einem skalierbaren Geschäftsmodell eine innovative Lösung eines Problems anbietet.

Der untersuchte Datensatz beinhaltet zudem nur Unternehmen, die maximal 10 Jahre alt sind.

Das Geschäftsmodell sollte prinzipiell für Investoren interessant sein. Dienstleistungen, die auf einer reinen 1:1-Vergütung „Arbeitszeit gegen Honorar“ basieren, also z.B. Agenturen, sind nach unserer Auffassung kein Investment-Case für durchschnittlichen Investoren und damit nach unserer Definition nicht Bestandteil des Datensatzes.

(Gründungs-) Team

Wenn wir in der Studie von einem „Team“, „Gründungsteam“, „Gründerinnen-“ oder „Gründenden-Team“ sprechen, sind damit geschäftsführende Personen zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung gemeint.

Wenn wir von einem „Rein weiblichen Gründungsteam“ sprechen, sind damit Unternehmen

unter ausschließlich weiblicher Führung gemeint, also entweder eine Gruppe von Geschäftsführerinnen oder eine einzelne Geschäftsführerin.

Erhebung der Databasis

Das Team von Startbase besteht u.a. aus Analysten, die mit Hilfe von automatisierten Scouting-Lösungen neue Startups identifizieren und in unserer Datenbank aufnehmen.

Zusätzlich können Unternehmer auch selber ihr Start-up auf www.startbase.de hinzufügen. In solchen Fällen wird der Datensatz von unseren Analysten validiert, geprüft und notfalls ergänzt.

8.4 Bildrechte

Die Bildrechte der Fotos innerhalb der Artikel liegen bei dem jeweiligen Unternehmen, sofern es nicht explizit angegeben wurde.

Angaben zu den verwendeten Stock-Fotografien:

Cover:

Lisa Fotios

Kapiteleinleitung „Mentalität“:

August de Richelieu

Kapiteleinleitung „Umsetzung“:

Brooke Lark

Kapiteleinleitung: „Geographie“:

Element5 Digital

Kapiteleinleitung: „Gründerinnen im Fokus“:

Omar Houchaimi

Kapiteleinleitung: „Perspektiven“:

Mithul Varshan

Kapiteleinleitung „Förderprogramme“:

krakenimages

Kapiteleinleitung „Investorinnen“:

Sora Shimazaki