



## **bundesweite gründerinnenagentur (bga) KITE-Projekt**

„Diskriminierungs-Bekämpfung für Gründerinnen durch gezielten Kompetenzaufbau beim Erkennen und Bewältigen von Diskriminierungsmustern.“ (KITE Thinktank female entrepreneurship)

### **Exposé „Schlüsselprozesse des Abbruchs oder Aufschubs im Gründungsprozess von Gründerinnen“ mit Call-to-Action**

Wo findet unbewusst und unbeabsichtigt Diskriminierung und geschlechtsbezogene Benachteiligung im Gründungsprozess statt?

#### **Definition des Gründungsbegriffes:**

Es ist die Errichtung eines arbeitsfähigen, erwerbswirtschaftlichen Betriebs, ob als Gewerbe, im Status Freiberuflichkeit, Nebenerwerb, GmbH-Gründung. Frauen in der Gründerszene sind dabei immer noch unterrepräsentiert. Sechs Männern stehen nur vier Frauen gegenüber, die diesen Schritt gehen. Besonders hinter kapitalintensiven Gründungen stehen deutlich seltener Frauen als Männer. Frauen investieren insgesamt weniger Geld und starten häufiger nebenberuflich in ihre Selbstständigkeit. Frauen gründen also nicht nur seltener, sie gründen auch anders als Männer. Und stehen deshalb vor anderen Herausforderungen.

#### **Vorherrschendes Image/Muster einer „idealen Gründung“:**

In der Gründungsberatung erfolgt die Bewertung einer Gründung meist nach einem Muster: Startup-Indikatoren sind z.B. Teamgründungen, keine Soloselbstständigen, sie starten aus der Hochschule/Universität, sind technikbasiert, lassen sich skalieren und versprechen schnelles Wachstum, ggf. mit Verkaufsplanung (Exit).

Bei klassischen Gründungen, auch dortige Geschäftsmodelle mit neuartigen Geschäftsansätzen, sind die Erfolgsfaktoren zur Bewertung der Gründungsidee ähnlich:



Gründer\*innen sollten von vornherein das Wachstum wollen, ggf. die Entwicklung als neuer Mittelstand anstreben, nötige Qualifikationen und Kapital(-zugang) sollen vorliegen. Dieses Muster beeinflusst die Beratung und damit die Entscheidungsfindung einer Gründerin.

### **Gründerinnen:**

Gründerinnen stellen sich häufiger die Frage, ob sie eine Unternehmerinnen-Persönlichkeit sind, ob sie geeignet für das Unternehmen sind. Trotz der statistisch auch nachweisbaren höheren Qualifikationen von Frauen, stellen sie sich unternehmerisch eher in Frage. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) bestätigt seit vielen Jahren, dass Gründerinnen größere Angst vor dem Scheitern haben als Gründer.

Gründerinnen wollen vielmehr soziale und gesellschaftliche Herausforderungen durch ihr Unternehmerintum überwinden.

Das soziale Umfeld ist mitentscheidend für eine Gründungsabsicht. Haben sie kleine Kinder mit hohem Betreuungsaufwand, sind Vollzeitgründungen nicht unbedingt geeignet. Auch pandemiebedingt gibt es mit Homeschooling, der Kinderbetreuung zu Hause sowie weiteren Folgen Zeitbegrenzungen, die die Gründungsentscheidung beeinflussen.

## **1. Gründerinnen-Consult und aktuelle Datenlage Gründerinnen**

Das bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft hannoverimpuls GmbH angesiedelte Projekt Gründerinnen-Consult hat die Entwicklung und Vernetzung von Gründerinnen und Unternehmerinnen in Niedersachsen zum Ziel. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf Frauen im MINT-Bereich. Mittels Gremien- und Vernetzungsarbeit, gezielter Gründungsberatung, Kongressen sowie der Studie #femalestartupsnds sollen mehr Chancengleichheit und Vernetzung erreicht, weibliche Vorbilder sichtbar gemacht und mittels gendergerechter Beratung konkret unterstützt werden, um letztendlich mehr weibliche (Startup-)Gründungen in Niedersachsen zu erzielen. Im jährlichen Durchschnitt begleitet GC rd. 400 Frauen im Gründungsprozess, und erreicht rd. weitere 400 Teilnehmerinnen mit Qualifizierungs- und Vernetzungsangeboten.

Finanziert wird das Projekt aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) im Rahmen

des F.I.F.A.-Landesprogrammes (Förderung der Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt) aus Mitteln der Niedersächsischen Ministerien für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung sowie für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung sowie aus Mitteln der Landeshauptstadt Hannover und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft hannoverimpuls GmbH.

### **Aktuelle Datenlage**

Die höhere Gründungstätigkeit 2019 ist auf mehr Existenzgründungen durch Männer zurückzuführen. Ihre Zahl legte auf 390.000 zu (+59.000), nachdem es hier 4 Jahre bergab ging. Die Zahl der Gründerinnen stagnierte dagegen und liegt mit 215.000 kaum verändert (-1.000) auf Vorjahresniveau. Der Gründerinnenanteil ging somit auf 36% zurück (2018: 40 %). Die stagnierende Zahl der Gründerinnen resultiert aus zwei gegenläufigen Entwicklungen: Bei Nebenerwerbsgründungen steigt sie auf 153.000 (+34.000), während sie bei Vollerwerbsgründungen um 35.000 auf 62.000 Gründerinnen und somit einen neuen Tiefpunkt fällt.

### **Gründungstätigkeit wird wieder innovativer, wachstumsorientierter und vor allem digitaler**

Mit bestimmten Gründungen gehen volkswirtschaftliche Erwartungen einher. Aufgrund ihrer Nähe zu neuen Technologien kommt innovativen und digitalen Gründungen die Rolle von Schumpeters „schöpferischem Zerstörer“ zu. Denn insbesondere sie greifen etablierte Märkte an oder kreieren gänzlich neue Märkte und treiben so den strukturellen Wandel voran. Mit Wachstumsgründungen ist – aufgrund ihres Anspruchs „so groß wie möglich“ zu werden – die Hoffnung verbunden, dass sie langfristig einen nachhaltigen Beschäftigungsbeitrag leisten.

Innovative Gründungen und Wachstumsgründungen sind bei den Existenzgründungen 2019 zwar häufiger zu finden als im Vorjahr, allerdings nur marginal mehr. Deutlich häufiger kommen jetzt dagegen internetbasierte und digitale Gründungen vor. Nachdem im Vorjahr noch ein Viertel der Existenzgründungen internetbasiert waren, ist 2019 das Internet bei knapp einem Drittel Kernelement des Unternehmens. Der Anteil digitaler Gründungen ist von 22 auf 28 % gestiegen. Besonders bei Vollerwerbsgründungen erhöhte sich der Anteil internetbasierter und digitaler Gründungen deutlich (von 19 und 21 % auf

jeweils 28 %). Sie sind durch niedrigere Eintrittsbarrieren gekennzeichnet als andere Gründungen, weshalb sie bisher stärker im Nebenerwerb vertreten waren.

(KfW-Gründungsmonitor 2020)

### **Abbruchraten von Existenzgründungen**

Für die Bestandsfestigkeit von Existenzgründungen zeigt sich im KfW-Gründungsmonitor ein stabiles empirisches Muster: Im Lauf von drei Geschäftsjahren beenden rund 30 % der Gründer\*innen ihre Existenzgründung wieder (3-30-Faustregel). 36 Monate nach Start sind also noch etwa 70 % der Existenzgründungen aktiv. Die Abbruchgründe sind vielfältig. Der weitaus größte Teil der Gründerinnen und Gründer bricht aus persönlichen Gründen ab, ohne unmittelbaren wirtschaftlichen Zwang. Beispiele für persönliche Gründe sind familiäre Belastung, Stress, Krankheit, Unzufriedenheit mit dem erzielten Einkommen oder weil sich eine bessere Jobalternative ergab. Auch sind viele Gründungen von vornherein befristet geplant, dies gilt insbesondere für Nebenerwerbsgründungen (KfW-Gründungsmonitor 2020).

### **Die Kultur des Scheiterns in Deutschland**

Eine wichtige Rolle bei der Betrachtung von Wachstumsmotivatoren oder –demotivatoren spielt die Kultur des Scheiterns in Deutschland – auch bezogen auf das Geschlecht. Der Female Founders Monitor (2019) fragt in einer Studie weibliche sowie männliche Startup-Gründer\*innen nach ihrer Einstellung zum Scheitern. Es zeigt sich, dass 8% mehr Männer nach dem Scheitern ihres Startups erneut eine Gründung wagen würden als Frauen. Ebenso geben 13% mehr männliche Studierende an, sich selbstständig machen zu wollen, weil sie Spaß am Umgang mit Chancen und Risiken hätten (Statista, 2008).

Soll Gründungsförderung gezielt, d.h. an der Realität der Betroffenen ausgerichtet sein, so ist es elementar, zu verstehen, wie die Entscheidungsprozesse, die zur Gründung führen, verlaufen. Um den Entscheidungsprozess im Gründungsverlauf beeinflussen zu können und dadurch die Zahl der technologieorientierten Gründungen zu erhöhen, reicht es nicht aus, die Gründungsentscheidung auf Basis soziodemografischer Faktoren erklären zu können (Sternberg/Wagner 2004). Ein tiefgehendes Verständnis für den Entscheidungsprozess, an dessen Ende entweder eine Gründung oder die Aufgabe des Gründungsprozesses steht, wird benötigt (Townsend et al. 2010).



## 2. Identifizierung von Gründungshemmnissen

### 0. Initialzündung zur Gründung:

Wo sind Pushfaktoren für die Initialzündung zur Chancengründung? Wie wird das Thema „Gründung“ an Hochschulen und Universitäten, an mögliche potentielle Gründerinnen herangetragen? Werden z.B. zu gleichen Teilen auch Studiengänge mit hohem Frauenanteil angesprochen?

Aber auch interkulturelle Kompetenzen, der Wunsch nach einer flexiblen Zeiteinteilung oder der Selbstverwirklichung können der Startschuss für eine Gründung sein.

Darüber hinaus kann die Initialzündung auch aus negativen Erfahrungen heraus erfolgen, wie der Diskriminierung am Arbeitsplatz oder durch Arbeitslosigkeit, beispielsweise in Folge von Outsourcing oder der Sanierung von vorherigen Arbeitgeber\*innen.

Identifizierte Hürden im Gründungsprozess:

- Wir sind alle keine objektiven Berater\*innen (Wirtschaftsförderungen, Steuerberater\*innen, Investitionsbanken) und beurteilen nicht nach geschlechtsneutralen Kriterien.
- Die Gründungsbefürwortung wird mitgeprägt durch das Bild der Berater\*innen von dem Gründungsideal selbst. Überall, wo ein klassisches Beratungsmodell angewendet wird, kommt es zum Teil zu unbeabsichtigten Diskriminierungen.
- Außerhalb dieser Beratungsprozesse gibt es ebenfalls Hürden: Gründerinnen treffen auf Firmeninhaber z. B. in einer Männerdomäne, wie der Abfallwirtschaft, und werden dort nicht bzw. im begrenzten Maße als Unternehmerin akzeptiert.
- Auch das soziale Umfeld kann Hürden aufbauen: Gerade in Zeiten von Corona stellen wir fest, dass der Anspruch der Familie und die gesellschaftliche Erwartung an die Rolle der Frau zunehmen. Wenn Familie die Gründung als zu große Belastung wahrnimmt, nehmen Gründerinnen ihre Pläne häufig zurück und brechen z.B. vorzeitig längere Gründungsseminare ab. GC hört des Öfteren noch „mein Mann ist eigentlich dagegen“.
- Diskriminierende Strukturen im Job führen häufig dazu, dass sich Gründerinnen in Bereichen selbstständig machen, in denen sie akzeptiert werden. Dies trifft





besonders auf den Bereich der persönlichen Dienstleistungen mit Lifestyle und Coaching zu.

- Verdeutlicht werden kann dies an folgendem Beispiel: Eine Leiterin der IT-Serverabteilung bei einem Konzern hat sich zu einer Gründung als Reitlehrerin und Zucht entschieden. Das hat zumindest in der Aufbauzeit negative finanzielle Folgen, die auch Auswirkungen auf die Altersvorsorge haben.
- Ein mangelndes Selbstbewusstsein von Gründerinnen (ist eine Art Selbstdiskriminierung), verstärkt die Diskriminierung.

### 3. Analyse von Schlüsselsituationen (Beispiele aus der Gründungsberatung)

Situation 1: Eine Gründerin mit Migrationserbe, die die deutsche Sprache nicht sehr gut beherrscht, Hartz-IV-Empfängerin, will in der Gastronomie gründen. Hier kann mit zu eng gefasstem Gründungsbild die Beratung zu einem Abraten oder einer kleineren, vielleicht mobilen Gründung eines Gastronomiebetriebes erfolgen. Die kleinere Variante könnte die jetzige Unternehmensmotivation stark vermindern.

Situation 2: Die Gründung mit Konzepten, die auch Fetisch von Kund\*innen bedienen, z.B. mit frivolen Dinnerpartys kann bei Förderprogrammen/Krediten zur Ablehnung des Kredites führen, weil es nicht in das Schema des Gründungsideals passt. Hier sollten Berater\*innen Widerspruch einlegen.

Situation 3: Wird Soloselbstständigkeit einer Gründerin als „Doppelverdienerin“ angesehen, die sich nicht ihre wirtschaftliche Existenz aufbaut, denn der Ehemann sei die Altersvorsorge, dann kann dies auch zur Ablehnung von Kreditförderprogrammen führen. Hier sollten Berater\*innen Widerspruch einlegen.

Situation 4: Wenn Berater\*innen bestimmte Vorstellungen von erfolgreichen Entwicklungsschritten im Beratungsprozess haben, kann es zu Schlüsselszenen kommen: Sie treffen z.B. auf eine Gründerin mit interkulturellen Kompetenzen, die ganz unkonventionell mit Businessplanempfehlungen und anderen Beratungen umgeht. Sie plant einen großen Online-Mode-Shop mit Modelabeln wie Karl Lagerfeld.



Das erfordert immer wieder eine Reflexion von Berater\*innen: Kann ihr das groß angedachte Geschäftsmodell Online-Shop Mode gelingen? Wie wird bei eigenem Hinterfragen noch eine gute Beratungsmotivation gelingen?

Situation 5: Verschiedene Startup-Frauen berichten davon, dass sie von Venture-Capital – Gebern nicht ernst genommen werden. Dies äußert sich in z.T. sexistischen Angeboten. Auch hier sind Bruchstellen für den Gründungsabbruch oder Rückzug aus der Startup-Szene. Hier kann Verlust von innovativen Ideen für die Gesellschaft und Wirtschaft die Folge sein, für die Gründerin auf jeden Fall Mehrarbeit in der Gründung. Berater\*innen sollten da Support leisten.

Situation 6: Teamberatung Frau/Mann. Wichtig ist hier auch die Aufgabenverteilung anzuschauen und ggf. rollenstereotype Aufteilung offen zu hinterfragen und die Vision der Gründer\*innen gemeinsam zu entwickeln.

Situation 7: Frau und interkulturelle Mentalität kann zum Problem mit Fremdfinanzierung führen. Werden gerade Frauen mit Migrationserfahrung die Größenordnung eines ambulanten Pflegedienstes zugetraut? Hier sind ebenfalls Schlüsselszenen, die zum Nichterfolg des Kreditabschlusses führen können. Familiäre Finanzquellen sind nur begrenzt eine Alternative und belasten z.T. die Beziehungen.

#### **4. Entwicklung von Thesen der Wirkung von Diskriminierungserfahrungen in Beratungsprozessen**



**(1) Gründerinnen bereiten sich gut auf die Gründung vor und treffen dabei auf unpassende Rahmenbedingungen. Vice versa: Wenn die Rahmenbedingungen passen, gründen genauso viele Frauen wie Männer.**



**(2) Frauen gründen selten in IT-basierten Branchen, weil sie sich von Branchenmitgliedern nicht akzeptiert fühlen.**

- ⇒ (3) **Rollenbilder – Stereotype – Familienwelt sind wichtige Schlüsselfaktoren im Entscheidungsprozess.**
- ⇒ (4) **Businessplanung ist wichtige Entscheidungsgrundlage für die Gründung**
- ⇒ (5) **Wohlstandsmotiv „Geld verdienen“ fördert nicht die Gründungsmotivation von Gründerinnen.**
- ⇒ (6) **Erhalten Gründerinnen mehr Wachstumsoptionen für soziale Modelle, um Werte mit Wachstum verbinden zu können, regt es zum Umdenken ihres Geschäftsmodells an.**
- ⇒ (7) **Startup-Gründerinnen wollen oftmals solides Wachstum, nicht nur schnelles Wachstum. Dieses gesellschaftlich und wirtschaftlich wichtige Ziel entspricht bislang nicht den Indikatoren der Startup-Szenerie. Bühnen, Wettbewerbe, VC-Möglichkeiten, Beratungen werden daher nicht auf diese Zielgruppe ausgerichtet.**
- ⇒ (8) **Das Vorhaben nicht mit eigenen Finanzquellen finanzieren können, ist ein Schlüsselmoment für die Gründungsentscheidung.**
- ⇒ (9) **Unbewusste Stereotype bei Berater\*innen gegenüber Gründerinnen können ein „Größer denken“ verhindern.**

⇒ **(10) Gründerinnen muss die Gründungsmotivation präsent gemacht werden, um Angst vor dem Scheitern zu verringern.**

⇒ **(11) Berater\*innen sollten über ein ausreichend großes Netzwerk verfügen, um Gründer\*innen einen Weg in die Expertenwelt zu eröffnen und entsprechende Unterstützung leisten zu können.**

## **5. Rückkoppelung dieser Erkenntnisse und Erfahrungen zu dem KITE-Tool**

Dieses Tool, ggf. eine App sollte grundsätzlich eine Schnittstellenfunktion zwischen Gründerinnen und Gründerinnenförderung übernehmen. So könnte bei einem signifikanten Wert von z.B. 500 ähnlichen Diskriminierungsmustern, eine automatische Aufforderung hinterlegt sein, die direkt an Politik und Verwaltung geht. Das Tool sollte eine Funktion beinhalten, die individuelle Diskriminierungserlebnisse anonymisiert veröffentlicht und somit für alle transparent und sichtbar macht. Erforderlich ist auch eine Funktion „Einwandbehandlung“: Welche Maßnahmen und Reaktionen funktionieren gut gegen Diskriminierung bis hin zu einem Schlagfertigkeitstraining.

Wünschenswert ist eine Toolfunktion, wo die Fördermittelvergabe mit jährlicher geschlechtsspezifischen Statistik offengelegt wird. Somit kann erkannt werden, wo noch relativ wenig Geld in Maßnahmen fließt, die Gründerinnen fördern. Hier könnte, wenn ggf. noch ein Vorbildunternehmen z.B. KfW gewonnen wird, ein Anreiz für andere Fördermittelstellen entstehen, Rahmenbedingungen für Gründungen durch Frauen anzupassen.

Es könnte langfristig ein Audit/Zertifikat für gründerinnenfreundliche Beratungsstellen mit einem Beirat KITE/bga entwickelt werden, um Gründerinnen eine Lotsenfunktion zu bieten.



Um fundierte Erkenntnisse der Gründerinnen für diese Schnittstellenfunktionen zu erhalten, wären folgende Ansätze denkbar:

### **Sammeln von Basisdaten als eigenes Profil und als KITE-Tool-Profil**

- Gründungsidee, etc.
- Anfangsfragebogen zur Einstellung zum Scheitern/der Motivation/woher die Gründungsidee kommt und darauf basierend Aufklärung leisten, wo ggf. typische Diskriminierungsmuster stecken und wie Gründerin damit umgehen kann
  - KITE-Tool könnte entsprechend der Antworten passende Blogbeiträge zu Beginn anzeigen

### **Sammeln eines Zeitverlaufs mit Ereignissen**

- In verschiedenen Kategorien zugeordnet, bspw. Finanzierung, wo man alle Fragen von Gründerinnen und entsprechenden Reaktionen hinterlegen kann
- Tool sollte erkennen, wenn Gründerinnen die gleichen Erfahrungen machen
- Sammlung bei Besuch von Gründungsberatungen: wie waren die Reaktionen bezogen auf mögliche Diskriminierungen?
- Feedback zu Veranstaltungen, etc.

### **Netzwerk**

- Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Gründerinnen
- Als Vorschläge zur Vernetzung solche, die ähnliche Erfahrungen gesammelt haben (bspw. bei dem Finanzierungsproblem – das müsste dann als Muster von dem Tool erkannt werden – vielleicht durch Auswahl der Kooperationspartner\*innen und einer Auswahl an erhaltenen Reaktionen)

### **Blog**

- Müsste aktiv betrieben werden, aber könnte bspw. Tipps geben
- Gastbeiträge von Gründerinnen, die bereits gegründet haben, um so den Erfahrungsschatz weiterzugeben
- Dazu sensibilisieren, dass Frauen sich nicht selbst in „Schubladen“ stecken, sondern auch mutig nach vorne gehen/Forderungen stellen und an sich glauben dürfen
  - Beiträge von starken Gründungspersönlichkeiten und deren Geschichten (nach dem Motto „Alles ist möglich“), unbedingt Verknüpfung mit vorhanden Plattformen, z.B. „FRAUEN unternehmen“-Initiative BMWI

### **Veranstaltungskalender**

- Kein neuer Kalender, sondern Verknüpfung mit bga-Website: Veranstaltungen von Gründerinnen-Projekten in Deutschland in die App integrieren





Um die **Nutzung für Gründerinnen attraktiv** zu machen:

- Übersicht behalten
- Feste Plattform/Netzwerk, z.B. Angebote für Peer-to-Peer-Groups
- Informationen gebündelt erhalten
  - Verknüpfung zur bga-website: Adressbuch mit wichtigen/hilfreichen Adressen/Telefonnummern von gründerinnenfreundlichen (auditierten) Beratungsstellen/Banken, etc. (dort kann bereits die Beurteilung anderer Gründerinnen miteinfließen)
  - Verknüpfung zu bereits bestehenden Websites: Checkliste – was muss frau beachten/darf frau nicht vergessen – Finanzplan/Konzept/Pitch

**Um die Nutzung für Frauen und Männern, auch aus Beratungsstellen, attraktiv zu machen:**

- Ein spielerisches Element „Üb Dich in Perspektivwechsel“ ist sinnvoll. Hier sollen Frauen und Männern Rollentausch ausprobieren können.

**Mögliche Erkenntnisse:**

- Man könnte anhand der eingegebenen Daten bspw. bezüglich der Finanzierung Statistiken aufstellen, wie oft Frauen eine Ablehnung erfahren, welche Gründe vorkommen
- Diese Ergebnisse könnten (anonym, nur Zahlen & Erkenntnisse) veröffentlicht werden, um die erfolgte Diskriminierung bewusster zu machen und daran zu erinnern, dass Berater\*innen gendersensibel begleiten sollten
- Workshops für Berater\*innen/Treffen und Austausch von Erfahrungen und Netzwerken, um Gründerinnen ausreichend unterstützen zu können
- Das Tool könnte Empfehlungen geben, welche Beratungsstellen/Finanzierungsmöglichkeiten besonders geeignet sind/unterstützen für die jeweilige Gründung



## Call-to-Action zu den Thesen

### Schlüsselprozesse des Abbruchs oder Aufschubs im Gründungsprozess von Gründerinnen

**Zu 1) *Gründerinnen bereiten sich gut auf die Gründung vor und treffen dabei auf unpassende Rahmenbedingungen. Vice versa: Wenn die Rahmenbedingungen passen, gründen genauso viele Frauen wie Männer.***

Gründerinnenspezifische Gründungsberatungsstellen zeigen den gewünschten Effekt: Die Verteilung von Männern und Frauen ist 50/50, die sich in Gründung begleiten lassen (Mit dem Projekt Gründerinnen-Consult erreicht hannoverimpuls seit Jahren die ausgeglichene Quote). Geförderte Finanzierungsprogramme könnten die Investitionsquote streichen. Ein Fond für Gründerinnen kann eine gendergerechte Verteilung fördern.

**Zu 2) *Frauen gründen selten in IT-basierten Branchen, weil sie sich von Branchenmitgliedern nicht akzeptiert fühlen.***

Kampagnen für mehr Sichtbarkeit von selbstständigen IT-lerinnen führen langsam zu einem veränderten öffentlichen Mindset. Netzwerke (Peer-to-Peer) stärken die Interessen von IT-lerinnen. (Beispiel: MINT-Meetups von GC)

**Zu 3) *Rollenbilder – Stereotype – Familienwelt sind wichtige Schlüsselfaktoren im Entscheidungsprozess.*** In der Beratung ist die Entscheidungsfindung für die Gründung noch nicht abgeschlossen. Es ist hier wichtig, zu ermutigen, diese Ängste und Sorgen anzusprechen. Dies darf mit Fragen wie „Können Sie genug Zeit für ihr Unternehmen investieren?“ nicht verschärft werden.

**Zu 4) *Businessplanung dient als Entscheidungsgrundlage für die Gründung***





Bei der Erstellung des Businessplans stellen die Finanzplanung und Umsatzprognose eine große Hürde dar. Hilfreich ist hier eine Beratung zum Denken am Produkt/Dienstleistung – bislang weiß keiner von dem Produkt/Dienstleistung und der entsprechenden Preisgestaltung. Daher kann es auch mehrere Rechenmodelle geben. Der Businessplan sollte bei der Beratung von Frauen mit Migrationserbe in verschiedenen Sprachen vorliegen sowie Fachbegriffe, wie bspw. Liquidität, für Migrantinnen erklärt und am besten in die Herkunftssprache übersetzt werden.

**zu 5) Wohlstandsmotiv „Geld verdienen“ fördert oft nicht die Gründungsmotivation von Gründerinnen.** Während Männer zu 52% angeben, dass sie gründen, um mehr Wohlstand für sich zu erwirtschaften, ist dies nur für 36,8% der befragten Frauen ein Motiv (Female Founders Monitor, 2019). Auch in der von Gründerinnen-Consult und der Universität Oldenburg gemeinsamen Studie #Female Startups in Niedersachsen wird deutlich, dass Wohlstand ein untergeordnetes Gründungsmotiv bei den befragten Frauen ist. Stattdessen nennen die Befragten auch das Wort „Profitgier“, was ihre Einstellung zum Thema Geldverdienen widerspiegelt.

**Zu 6) Erhalten Gründerinnen mehr Wachstumsoptionen für soziale Modelle, um Werte mit Wachstum verbinden zu können, regt es zum Umdenken ihres Geschäftsmodells an.**

Eine Beratung auf Augenhöhe ist wichtig. Genauso wichtig ist die Anerkennung der sozialen Ziele und Werte, u.a. durch Gleichstellung zu gewinnorientierten Unternehmen und damit gleichen Zugang zu Wirtschafts-Förderprogrammen. Gutes tun und den eignen Lebensstandard verbessern wird zum Selbstverständnis und Selbstausschöpfung vermieden.

**Zu 7) Startup-Gründerinnen wollen oftmals solides Wachstum, nicht nur schnelles Wachstum. Dieses gesellschaftlich und wirtschaftlich wichtige Ziel entspricht bislang nicht den Indikatoren der Startup-Szenerie. Bühnen, Wettbewerbe, VC-Möglichkeiten, Beratungen werden daher nicht auf diese Zielgruppe ausgerichtet.**





Wachstum planen: Zwei „Stereotype“ fallen in der Gründerinnenberatung auf: Nicht groß genug denken und in seltenen Fällen zu groß denken. Wer als Gründerin nicht größer denkt, wird im Startup-Bereich nicht Mitgründerin. Nur wenige Gründerinnen mit innovativen Ideen bezeichnen sich daher als Startup.

Berater\*innen sollten einen Gründungsplan mit solidem Wachstum akzeptieren und genauso gut unterstützen.

Da Kapital den Aufschwung eines Geschäftsmodells fördert und eine Notwendigkeit für Wachstum ist, müssen auch Gründerinnen mehr Orientierung über die Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung bekommen. Workshops und Beratungstermine, die auf Bankengespräche und Investorengespräche vorbereiten und stattgefundene Gespräche evaluieren, können eine hilfreiche Unterstützung darstellen.

**Zu 8) Das Vorhaben nicht mit eigenen Finanzquellen finanzieren können, ist ein Schlüsselmoment für die Gründungsentscheidung.**

Typische Hürde = Finanzquellen: Bei GC haben ca. 1/3 der Gründerinnen das erforderliche Eigenkapital.

Darlehen werden von Gründerinnen eher gemieden, es passt nicht in ihr eigenes Gründerinnenbild höhere Kreditsummen für ihr Unternehmen aufzunehmen. Die meisten Kreditprogramme sind jedoch genauso ausgelegt. Kleinere Kreditsummen passen nicht ins Bild von Banken. Alternativen wie Crowdfunding oder Mikrokredite (z.B. MikroSTARTer Niedersachsen) können helfen, jedoch sind sie nicht als Eigenkapital für Kredite nutzbar.

**Zu 9) Unbewusste Stereotype bei Berater\*innen gegenüber Gründerinnen können ein „Größer denken“ verhindern.**

Schulungen und Supervisionen können das Mindset in den Köpfen der Berater\*innen nachhaltig verändern und alte Rollen-Denkmuster abbauen.

Groß ist der Wunsch vieler Gründerinnen erst selbst Erfahrungen zu sammeln und ggf. noch weitere Qualifikationen erwerben, bevor der „volle“ Preis für Dienstleistung oder Produkt eingesetzt werden kann, da sie „Neu auf dem Markt“ sind. Dieses „Wohlfühlen“ mit der eigenen Preispolitik, „Meins sein“ ist ein wichtiges Thema in der Beratung.





Im Beratungsprozess wichtig, dies anzusprechen. Braucht jede Qualifikation einen Abschluss? Es reicht, gut zu sein. Mehr Geschäftsmodelle vorstellen, die auch ohne Zusatzqualifikationen mit Abschluss funktionieren.

**zu 10) Gründerinnen muss die Gründungsmotivation präsent gemacht werden, um Angst vor dem Scheitern zu verringern.**

An dieser Stelle können Fuck up Nights und ähnliches helfen, die das Scheitern als einen Teil des Weges in die Selbstständigkeit zeigen, statt dies als „Endstation“ zu definieren. Die Entwicklung eines Growth Mindset, welches Scheitern als einen positiven Entwicklungsschritt betrachtet, ist hilfreich.

Bei der Angst vorm Scheitern diese versuchen zu nehmen, indem man anbietet gegebenenfalls bei dem Abbruch zu unterstützen und verdeutlicht, dass ein Scheitern nicht so schlimm ist wie befürchtet („Wer nicht wagt, die nicht gewinnt“). Bei Abbruchgedanken kann es helfen, generell „Mut zu machen“ und die Begeisterung für die Idee wieder zu erwecken. Die Gründung wurde aus bestimmten Motiven in Erwägung gezogen. Diese sollten wieder präsent gemacht werden und einen Ansporn bieten, den eigenen Wunsch doch noch umzusetzen. Hier könnten Berater\*innen zu Beginn ein Gespräch führen, um die Motivation deutlich herauszustellen.

Die **Altersgruppe** und Gründungsentscheidung ist ebenfalls ein wichtiger Schlüsselpunkt. Ortunabhängiges Arbeiten verstärkt die Gründungsneigung bei einer Familienkonstellation. Bei jüngeren Gründerinnen ist es der Wunsch nach Freiheit und lebenslanges Lernen an verschiedenen Orten der Welt.

Häufig spielt auch der **Zeitfaktor** eine Rolle, der vor allem für die Vernetzung wichtig ist. Dieser darf nicht zu kurz kommen oder unterschätzt werden.

**Zu 11) Berater\*innen sollten über ein ausreichend großes Netzwerk verfügen, um Gründer\*innen einen Weg in die Expertenwelt zu eröffnen und entsprechende Unterstützung leisten zu können.**

Gründerinnen sind im MINT Bereich oft in der Minderheit und verfügen seltener über Zugang zu Netzwerken/Experten, um sich Branchen- und Fachkenntnisse anzueignen. Das Wissen von Berater\*innen/Expertennetzwerk, die sich bei neuen

Technologien/Software, zum Bsp. der Anwendung von KI oder neuen Digitalisierungstools auskennen ist essentiell, um Geschäftsmodelle erfolgreich weiterentwickeln zu können. (Der Gründungsanteil von Frauen im Bereich der Softwareentwicklung, IT und KI ist extrem gering und lag 2019 bei nur 5,7 Prozent.)

