

Female Founders Monitor

Pressekonferenz und Gründerinnenfrühstück bei Google Berlin, 11.4.2019

- Brigitte Zypries (Bundesministerin für Wirtschaft und Energie a.D.)
- Mayra Frank, Google for Startups, Partner und Förderer
- Janina Mütze, Stephanie Renda, Sonja Jost, Alexander Hirschfeld, Jannis Gilde, Startup Verband und Startup-Unternehmerinnen-Netzwerk

Die drei Ziele der Studie

- 1 Motive von Startup-Gründerinnen verstehen und ihre Sichtbarkeit erhöhen
- 2 Herausforderungen für Frauen im Startup-Ökosystem erkennen und benennen
- 3 Impulse zur Stärkung von Startup-Gründerinnen setzen

Startup-Definition



*Startups sind jünger
als 10 Jahre,*



*haben ein signifikantes Mitarbeiter-
und/oder Umsatzwachstum (oder
streben es an)*



*und sind mit ihrer Technologie
und/oder ihrem Geschäftsmodell
(hoch)innovativ.*

Startup-Gründerinnen sind stark unterrepräsentiert

- Der Anteil der Startup-Gründerinnen liegt aktuell bei 15,1%
- In den letzten Jahren hat sich der Wert leicht erhöht
- Die starke Präsenz von Frauen im weiteren Bereich der Existenzgründungen (37%) verweist auf ein enormes Potenzial

Anteil der Startup-Gründerinnen und -Gründer nach Geschlecht

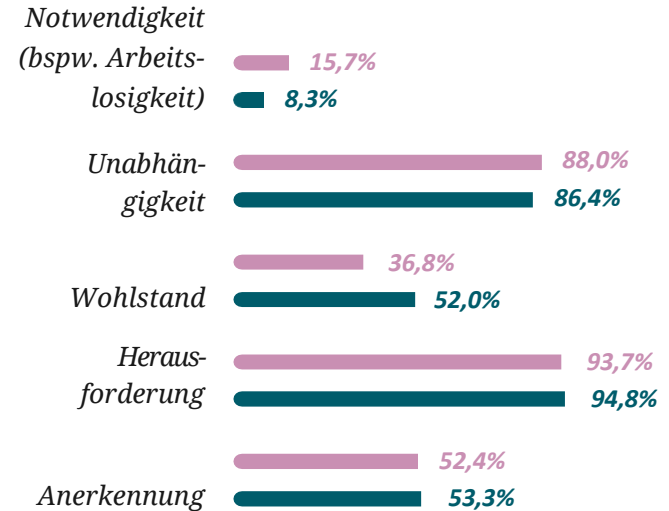


Intrinsische und soziale Motive dominieren

- Es sind vor allem intrinsische Motive, die Frauen antreiben, ein Startup zu gründen
- Mit 36,8% spielt materieller Wohlstand als Gründungsmotiv eine untergeordnete Rolle
- Knapp die Hälfte der Gründerinnen wollen mit ihrem Unternehmen gesellschaftliche Probleme lösen

Gründungsmotive

● Frauen-Teams ● Männer-Teams

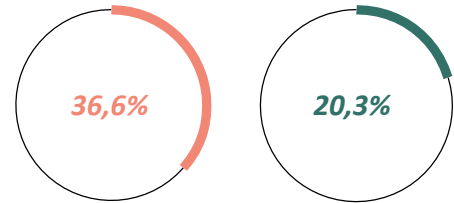


Das Thema Vereinbarkeit ist zentral

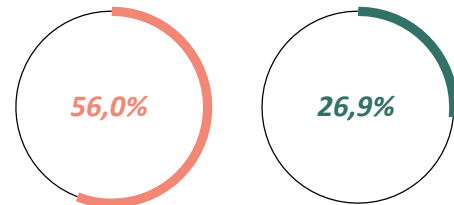
- Für Startup-Gründerinnen hat die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben einen hohen Stellenwert
- Das äußert sich in einer flexibleren Arbeitsorganisation – 49,7% ihrer Arbeitszeit verbringen Gründerinnen nicht im Büro
- Beim Thema Vereinbarkeit fordern Gründerinnen mehr Unterstützung von der Politik

Mehr politische Unterstützung zur Vereinbarkeit von Familie und Arbeit

● Gründerinnen ● Gründer



Ohne Kind



Mit Kind

Die Digitalwirtschaft hat Nachholbedarf

- Nur 13,7% der frauengeführten Startups gründen in den IT-Bereichen SaaS und Softwareentwicklung
- Dagegen sind sie mit 23,7% in den Feldern Online-Verkauf und Online-Handelsplattformen stark vertreten
- Die Bedeutung der Digitalisierung und neuer Schlüsseltechnologien wird dementsprechend geringer eingeschätzt

Als hoch wahrgenommener Technologieeinfluss



Digitalisierung
(im Allgemeinen)



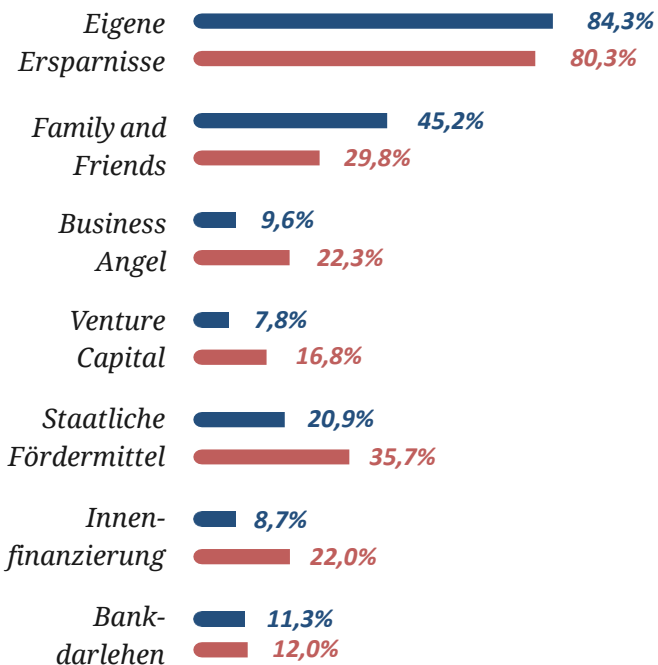
Künstliche Intelligenz

Wachstum & Finanzierung als Herausforderungen

- Nur 7,3% der Gründerinnen-Teams beschäftigen mehr als zehn Mitarbeiter*innen
- Frauengeführte Startups finanzieren sich meist durch eigene Ersparnisse oder Familie und Freunde
- Gerade in den Bereichen Venture Capital und Business Angel sind sie klar unterrepräsentiert

Genutzte Finanzierungsquellen

● Frauen-Teams ● Männer-Teams

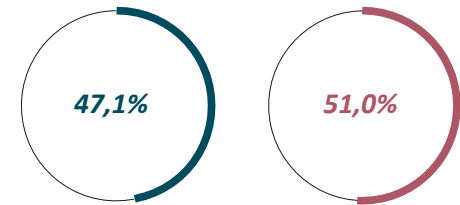


Es gibt noch Potenzial im Bereich Vernetzung

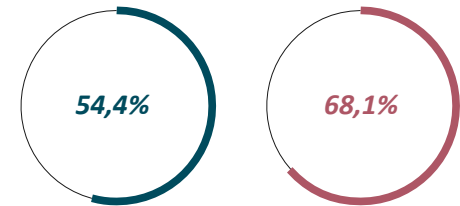
- Unabhängig vom Geschlecht arbeiten etwa die Hälfte aller Teams mit anderen Startups zusammen
- Gründerinnen-Teams haben jedoch seltener Kooperationsbeziehungen mit etablierten Unternehmen
- Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der lokalen Vernetzung – nur 21,6% Gründerinnen sind Teil von regionalen Clustern

Vorhandene Kooperationen der Startups

● Frauen-Teams ● Männer-Teams



Mit anderen
Startups



Mit etablierten
Unternehmen

Wir wissen: Es bleibt viel zu tun

- **Wir brauchen mehr Gründerinnen:** Trotz des leichten Anstieges ist der Anteil der Gründerinnen weiterhin viel zu niedrig
- **Es bestehen spezifische Herausforderungen:** In Sachen Vereinbarkeit, MINT, Finanzierung, braucht es zielgerichtete Angebote
- **Netzwerke sind elementar:** Kooperationen mit Unternehmen sowie die Vernetzung unter Gründerinnen sollten weiter gestärkt werden

