

Unternehmertum im Fokus

FGF-Forschungsnetzwerk Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand e.V. und IfM Bonn

Ausgabe 3/2025

Inhalte und Kommunikationskanäle für die erfolgreiche Ansprache von Frauen zum Thema Gründung

Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer und Armin Baharian

Zusammenfassung

Bei Gründungen in Deutschland besteht ein Gendergap: Frauen gründen seltener als Männer. Eine Ansprache von Frauen zum Thema Gründung in der weiblichen Text- und Bildsprache ist ein Erfolgskriterium für die Kommunikation. Zudem gibt es gründungsbezogene Themen, zu denen sich Frauen Informationen wünschen und die die Aufmerksamkeit steigern.

Die jährlichen Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitors (GEM) Deutschland zeigen, dass seit dem Start im Jahr 1999 bei den TEA-Gründungspersonen ein Gender Gap besteht. Im Jahr 2024 zum Beispiel gründeten in Deutschland 11 % der Männer ein Unternehmen, oder waren gerade dabei, ein Unternehmen zu gründen, während es unter Frauen nur 8,5 % waren (Täube et al., 2025). Der Indikator für die Gründungshäufigkeit im Rahmen des GEM ist die TEA-Quote (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). Diese wird als Anteil derjenigen 18- bis 64-Jährigen definiert, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen. In Deutschland bestehen vielfältige Beratungs- und Unterstützungsangebote für Frauen, die sich selbstständig machen möchten oder bereits selbstständig gemacht haben. Studien, wie beispielsweise von Hentschel et al. (2018), bestätigen, dass durch eine genderspezifische Ansprache (Verwendung von Bildmotiven mit Frauen sowie weibliche Textform) die Absicht von Frauen, an einem Gründungsförderungsprogramm teilzunehmen, gesteigert werden kann.

Deswegen ist das RKW Kompetenzzentrum der Frage nachgegangen, durch welche Inhalte und über welche Kommunikationskanäle Frauen von vorhandenen Formaten der Gründungsunterstützung erfahren können und wie mehr (potenzielle) Unternehmerinnen auf die bestehenden vielfältigen Angebote aufmerksam gemacht werden können. Dafür wurde eine qualitative Studie mit leitfadengestützten Fokusgruppeninterviews mit Expertinnen und Experten sowohl aus dem Netzwerk des Aktionsplans "Mehr Unternehmerinnen für den Mittelstand" des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie als auch aus der Gründungsunterstützungslandschaft durchgeführt – und daraus abgeleitete Fragen in den GEM aufgenommen. Die Ergebnisse wurden im RKW-Leitfaden "Frauen für das Thema Gründung gewinnen und (potenzielle) Gründerinnen zielgerichtet ansprechen – 14 Ideen für eine erfolgreiche Kommunikation" veröffentlicht (Gorynia-Pfeffer et al., 2024).

Frauenspezifische Ansprache

Im Rahmen der repräsentativen GEM-Bevölkerungsbefragung im Jahr 2024 wurden sowohl die TEA-Gründerinnen als auch TEA-Gründer gefragt, ob ihnen eine

spezifische Ansprache von Frauen (z.B. Sprache, Bildmotive die Gründerinnen zeigen, Themen wie Gründung im Team und im Nebenerwerb) beim Thema Gründung wichtig ist. Die Mehrheit der TEA-Gründerinnen (84,2 %) – und TEA-Gründer (75,2 %) – ist der Meinung, dass eine spezifische Ansprache von Frauen in der weiblichen Textform ein Erfolgsfaktor für die Kommunikation ist. In der GEM-Expertinnen und Expertenbefragung im Jahr 2024, der zweiten empirischen Säule des GEM, zeigt sich das gleiche Bild. Von den Expertinnen und Experten stimmen 75,7 % der Aussage zu, dass in Deutschland eine geschlechtsspezifische Ansprache von Frauen zum Thema Gründung wichtig ist. In den qualitativen Fokusgruppeninterviews wurde von den Expertinnen und Experten ergänzend herausgearbeitet, dass bei Angeboten rund um das Thema Gründung auch der Name des Projekts oder des Angebots entweder genderneutral oder (auch) in der weiblichen Form bezeichnet werden sollte, damit sich Frauen stärker angesprochen fühlen. Zudem wurde diskutiert, dass die frauenspezifische Ansprache zum Thema Gründung in manchen Branchen eine schwächere Präferenz ist. So wollen beispielsweise Frauen, die MINT-Fächer studiert haben oder studieren, oft nicht genderspezifisch angesprochen werden (Gorynia-Pfeffer et al., 2024).

Relevante Inhalte für Frauen

Die GEM-Bevölkerungsbefragung 2024 ergibt bestimmte gründungsbezogene Themen, bei denen Frauen ein hohes Informationsinteresse haben (siehe Abbildung auf der Folgeseite). Grundlegend geben nur 31,3 % der Frauen zwischen 18 und 64 Jahren in Deutschland an, nach ihrer Selbsteinschätzung, das Wissen, die Fähigkeiten und die Erfahrungen zu haben, um ein Unternehmen zu gründen. Die Einschätzung dieses Aspekts fällt in anderen im GEM untersuchten Ländern mit hohem Einkommen, die aufgrund der sozioökonomischen Struktur mit Deutschland vergleichbar sind, etwas höher aus. So beträgt der diesbezügliche Wert in Kanada und Italien (wo er am höchsten ist) jeweils 50,4 %. Dies spiegelt sich auch bei den Informationsbedarfen zum Thema Gründung wider, die eine Voraussetzung für eine erfolgreiche Unternehmensgründung sein können. TEA-Gründerinnen wünschen sich – mit 64,5 % – am häufigsten (Mehrfachantworten möglich) Informationen zum Thema Recht und

Steuern sowie Buchführung. Dieser Informationswunsch ist nicht frauenspezifisch, auch bei den TEA-Gründern belegt dieser Aspekt den ersten Platz, mit einem nahezu identischen Ergebnis (64,2 %).

Informationsbedarfe für TEA-Gründerinnen und -Gründer in Prozent (Mehrfachantworten möglich)

	TEA-Gründerinnen	TEA-Gründer
Recht, Steuern und Buchführung	64,5	64,2
Gründung im Nebenerwerb	61,5	49,0
UnternehmerInnenpersönlichkeit	55,9	54,1
Gründungsfinanzierung	52,4	48,1
Nicht-Geschlechterspezifische Gründungsnetzwerke	50,2	47,9
Role-Models (Gründungsgeschichten)	47,7	56,3
Geschlechterspezifische Gründungsnetzwerke	42,7	50,5
Gründung im High-Tech-Bereich/MINT	41,9	49,5
Unternehmensnachfolge	37,5	49,7

Quelle: GEM-Bevölkerungsbefragung Deutschland 2024

Auf Platz zwei folgt mit Gründungen im Nebenerwerb, auf das 61,5 % der Nennungen entfallen, ein Thema, das für TEA-Gründerinnen spezifisch ist (TEA-Gründer haben an diesem Thema ein geringeres Interesse). Auch in den qualitativen Fokusgruppen wurde das Thema als ein spezifisches Informationsinteresse von Frauen herausgearbeitet. Frauen gründen generell häufiger als Männer im Nebenerwerb. Viele angehende Gründerinnen sehen die Chance, erst einmal eine Gründung im Nebenerwerb bzw. in Teilzeit zu starten und ggf. später ihre volle Arbeitszeit dem neuen Unternehmen zu widmen. Das Thema der Gründungsfinanzierung ist für TEA-Gründerinnen (52,4 %) ein weiterer Aspekt mit einem hohen Informationsbedarf / Informationswunsch. Auch Informationen darüber, welche Persönlichkeitsmerkmale erfolgreiche Unternehmerinnen bzw. Gründerinnen innehaben und wie diese erlernt werden können ist mit 55,9 % ein inhaltlich interessanter Aspekt für TEA-Gründerinnen. Hierbei handelt es sich jedoch wiederum um zwei Themen, bei denen TEA-Gründer ebenfalls ein vergleichbar hohes Informationsinteresse haben (54,1 % und 48,1 %).

Präferierte Informationskanäle von Frauen

Wenn es um präferierte Kanäle geht, über die sich Gründerinnen häufig über Gründungsthemen informieren, präferieren TEA-Gründerinnen (Mehrfachantworten möglich) mit 80,7 % Webseiten, dicht gefolgt vom persönlichen Kontakt und persönlichen Gesprächen mit Gründungsunterstützungsorganisationen mit 80,2 % sowie Social-Media-Kanälen mit 75,7 %. Messen sind für 44,9 % der TEA-Gründerinnen ein relevanter Informationskanal, sie belegen somit einen Platz im Mittelfeld. Dagegen wurden Kanäle wie Radio (27,8 %),

Fernsehen (32,5 %) und Printmedien (37,6 %) sowie Newsletter (ebenfalls 37,6 %) von den TEA-Gründerinnen deutlich seltener genannt. Interessant ist, dass bezüglich der präferierten Kommunikationskanäle generell nahezu keine Unterschiede in den Antworten der TEA-Gründerinnen und der TEA-Gründer bestehen.

Implikationen für die Praxis

Die dargestellten Ergebnisse zeigen, dass eine spezifische Ansprache von Frauen in der weiblichen Bild- und Textform, aus Sicht der TEA-Gründerinnen und -Gründer, ein Erfolgskriterium in der Kommunikation ist. Somit ist dies ein möglicher Ansatzpunkt, damit mehr Frauen als bisher die vorhandenen Gründungsunterstützungsangebote nutzen. Dies bestätigen die Ergebnisse aus den Workshops, die das RKW Kompetenzzentrum mit rund 75 Beraterinnen und Beratern aus den Industrie- und Handelskammern in Kooperation mit der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) durchgeführt hat. Potenzielle Gründerinnen können insbesondere über Online-Kommunikationskanäle erreicht werden, oder über persönlichen Kontakt. Auch Informationen zu von Frauen gewünschten Themen wie Gründung im Nebenerwerb und Persönlichkeitsmerkmale von Gründerinnen und Unternehmerinnen sowie Gründungsfinanzierung können bei der Gewinnung der Aufmerksamkeit potenzieller Gründerinnen von Bedeutung sein.

Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer und Armin Baharian sind Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter im Fachbereich Gründung des RKW Kompetenzzentrums in Eschborn.

Weiterführende Studien:

Gorynia-Pfeffer, N.; Baharian, A.; Schauer, J.; Täube, F. (2024): Frauen für das Thema Gründung gewinnen und (potenzielle) Gründerinnen zielgerichtet ansprechen – 14 Ideen für eine erfolgreiche Kommunikation. Eschborn.

Hentschel, T.; Horvath, L. K.; Peus, C.; Sczesny, S. (2018): Kick-Starting Female Careers: Attracting Women to Entrepreneurship Programs. Journal of Personnel Psychology, 17(4), 193–203. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000209>.

Täube, F.; Hundt, C.; Gorynia-Pfeffer, N.; Bergholz, C.; Schauer, J.; Baharian, A.; Wallisch, M. (2025): Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich Länderbericht Deutschland 2024/25. Eschborn.

Impressum

Für den Inhalt der einzelnen Artikel sind ausschließlich die jeweiligen Autoren verantwortlich.

Hrsg.: **Prof. Dr. Friederike Welter** (IfM Bonn, Universität Siegen)
Prof. Dr. Matthias Baum (FGF e.V., Universität Bayreuth)

V.i.S.d.P.: **Dr. Jutta Gröschl** (IfM Bonn).
Dr. Madlen Schwing (FGF e.V.)

Websites: www.ifm-bonn.org

www.fgf-ev.de