



Gorynia-Pfeffer, N., Baharian, A., Schauer, J., Tuitjer, G., Bergholz, C., Täube, F.

Women Entrepreneurship Monitor 2024/25

Gründerinnen in Deutschland im internationalen Vergleich

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum
der Deutschen Wirtschaft e. V.

RKW Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40 A, 65760 Eschborn
www.rkw-kompetenzzentrum.de

Autorenschaft:	Gorynia-Pfeffer, N., Baharian, A., Schauer, J., Tuitjer, G., Bergholz, C., Täube, F.
Redaktion:	Gorynia-Pfeffer, N., Baharian, A.
Lektorat:	Rudolf Jan Gajdacz
Gestaltung:	Claudia Weinhold
Bildnachweis:	GettyImage: Aleksandra Chalova, Anawat_s, Jacob Wackerhausen, PeopleImages, rawat_yapathanasap, saifulasmee chede, sdecoret, suththirat suththisumdang, miniature, _pop_jop, Tom Peschel: Gitta Connemann

Dezember 2025

Dem RKW Kompetenzzentrum ist eine gendergerechte Kommunikation wichtig. Daher wird primär die neutrale Form verwendet, die für alle Geschlechter gilt. Ist dies nicht möglich, wird sowohl die weibliche als auch die männliche Form genannt. Die Verwendung der o. g. Gender-Möglichkeiten wurde aufgrund der besseren Lesbarkeit gewählt und ist wertfrei.

Die im Bericht verwendeten Daten werden durch das GEM-Konsortium zentral erhoben und verarbeitet. Die alleinige Verantwortung für die Auswertung und Interpretation der Daten trägt die Autorenschaft.

Inhalt

Grußwort	6
Gitta Connemann, Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie und Beauftragte der Bundesregierung für den Mittelstand	
Die Autorinnen und Autoren des Women Entrepreneurship Monitor 2024/25	7
Abkürzungsverzeichnis.....	11
Glossar	12
Zusammenfassung	13
Summary.....	16
Einleitung.....	19
Dr. Florian Täube	
1. Wie viel gründen Frauen?	21
Julia Schauer	
1.1 Gründungsaktivitäten nach Geschlecht in Deutschland.....	23
1.2 Gründungsaktivitäten von Männern und Frauen in Deutschland und im internationalen Vergleich.....	25
2. Warum gründen Frauen?	27
Dr. Natalia Gorynia Pfeffer	
2.1 Gründungsmotive nach Geschlecht in Deutschland und im internationalen Vergleich.....	29
2.2 Gründungseinstellungen nach Geschlecht in Deutschland und im internationalen Vergleich.....	30

3.	Was zeichnet TEA-Gründerinnen aus?	33
	Armin Baharian	
3.1	TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Alter und nach Bildungsabschluss in Deutschland und im internationalen Vergleich	35
3.2	TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Selbstständigkeit der Eltern in Deutschland	38
3.3	TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Anzahl der Kontakte zu Gründungspersonen (Gründungsnetzwerk) in Deutschland	38
3.4	Angehende Gründerinnen und angehende Gründer nach derzeitiger beruflicher Situation in Deutschland	38
4.	Was zeichnet Unternehmen aus, die von Frauen gegründet worden sind?	40
	Armin Baharian	
4.1	Beschäftigungseffekte und Exportintensität der Gründungen in Deutschland	42
4.2	TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Technologieintensität der Branche und Innovativität in Deutschland und im internationalen Vergleich	42
4.3	Der Einfluss Künstlicher Intelligenz auf die unternehmerische Tätigkeit von TEA-Gründerinnen und TEA-Gründern in Deutschland	46
5.	Welche Rolle spielen soziale und ökologische Nachhaltigkeitsaspekte?	47
	Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer	
5.1	Umsetzung von ökologischen und sozialen Aspekten	49
5.2	Ökonomische Auswirkungen der Berücksichtigung von Umweltaspekten	51
6.	Rahmenbedingungen für Gründungen durch Frauen – in welchem Kontext gründen Frauen?	52
	Julia Schauer	
7.	Finanzierung nach Geschlecht – Inwiefern tätigen Männer und Frauen informelle Investitionen in Gründungen?	57
	Julia Schauer	

8.	Gründerinnen in ländlichen Regionen in Deutschland	61
	Dr. Gesine Tuitjer und Dr. Christian Bergholz	
8.1	Wie Frauen in ländlichen und städtischen Räumen gründen – Gründungsaktivitäten im Vergleich	63
8.2	Warum Frauen in ländlichen Räumen gründen – Gründungsmotive im Vergleich	64
8.3	Welches Humankapital Frauen in ländlichen Räumen in die Gründung einbringen – Bildungsabschlüsse im Vergleich.....	66
9.	Wie können Frauen zum Thema Gründung angesprochen werden?	68
	Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer	
10.	Ausblick	74
	Dr. Florian Täube	
Anhang:		
	GEM 2024/2025 – Konzept, Methodik, Daten	75
	Literaturverzeichnis.....	78

Liebe Leserinnen und Leser,

der Mittelstand ist das Herz unserer Wirtschaft. Er schlägt kraftvoll. Er hält unser Land am Laufen – Tag für Tag. Kompetenz, Innovationskraft und Mut prägen ihn. Und seine Vielfalt ist beeindruckend: Hidden Champions, Start-ups, Handwerksbetriebe, Freie Berufe und Solo-selbstständige. Sie alle stehen für Ideen, Tatkraft und Verantwortung.

Die diesjährigen Preisträger des Alfred-Nobel-Gedächtnispreises für Wirtschaftswissenschaften zeigen: Fortschritt braucht Unternehmertum. Neues entsteht, wenn wir Bekanntes hinterfragen. Gründerinnen und Gründer geben diesen Impuls. Gründerinnen und Gründer formen so den Mittelstand von morgen und damit die Zukunft Deutschlands – mit Technologien, Konzepten und Geschäftsmodellen, die unser Land zukunftsfest machen.

Besonders im Blick steht das große Potenzial hoch qualifizierter Frauen – bei Neugründungen wie bei Nachfolgen. Noch immer gründen zu wenige. Umso wichtiger ist es, ihre Herausforderungen zu verstehen. Der Women Entrepreneurship Monitor 2024/25 – Gründerinnen in Deutschland im internationalen Vergleich bietet dafür erstmals einen umfassenden internationalen Vergleich.

Das Ergebnis macht Mut: Die Studie des RKW Kompetenzzentrums und des Johann Heinrich von Thünen-Instituts zeigt einen historischen Höchststand bei gründenden und gründungsinteressierten Frauen in Deutschland. Und sie zeigt: Gründerinnen sind genauso innovativ wie Gründer – bei regionalen Innovationen sogar voraus. Ein starkes Signal. Und ein klarer Hinweis darauf, welches Potenzial in weiblichen Gründungen steckt.

Denn jede Gründung zählt. Damit noch mehr Frauen – und Männer – ihre Ideen verwirklichen können, braucht der Mittelstand Freiräume und verlässliche Rahmenbedingungen. Dafür setze ich mich als Beauftragte für den Mittelstand ein. Wer gründen will, soll dies einfacher und schneller tun können. Das stärkt die Gründungskultur, fördert den Wettbewerb und sichert die Zukunftsfähigkeit unseres Mittelstands.

Mit der neuen Startup- und Scaleup-Strategie richtet die Bundesregierung zudem den Blick auf die besonderen Bedürfnisse innovativer Gründerinnen – gerade beim Wachstum und bei der Finanzierung.

Das weibliche Gründungsgeschehen in Deutschland ist vielfältig, kraftvoll und so bunt wie der Mittelstand selbst.

Ich wünsche Ihnen inspirierende Einblicke, neue Perspektiven – und vor allem Mut. Mut, eigene Wege zu gehen. Mut, Ideen Raum zu geben. Mut, Zukunft zu gestalten.

Ihre

Gitta Connemann



Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie und Beauftragte der Bundesregierung für den Mittelstand



Die Autorinnen und Autoren des Women Entrepreneurship Monitor 2024/25

Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer

Seit 2006 Projektleiterin im RKW Kompetenzzentrum in Eschborn. Tiefgehende Erfahrung in der Erhebung und Analyse der wirtschaftlichen Wirksamkeit von Förderprogrammen bzw. der Befragung von Unternehmen und Forschungseinrichtungen. Doktorin der Wirtschaftswissenschaften (SGH Warsaw School of Economics) mit deutsch-polnischem Doppeldiplom (Diplom-Kauffrau, Technische Universität Freiberg und M. A., Wirtschaftsuniversität Posen). Mitglied des GEM-Länderteams seit 2017.

Armin Baharian

Seit 2008 Mitarbeiter im RKW Kompetenzzentrum in Eschborn. Studium Medien- und Kommunikationsmanagement (B. A.) an der SRH Fernhochschule (2024). Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung (2011). Mitglied des GEM-Länderteams seit 2017.

Julia Schauer

Seit 2020 Referentin im Fachbereich Gründung des RKW Kompetenzzentrums. 2018–2020 Studium der Wirtschaftsgeographie (M. A.) und wissenschaftliche Hilfskraft am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover. Zuvor Studium der Geographie (B. A.) an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Mitglied des GEM-Länderteams seit Ende 2020.



Dr. Gesine Tuitjer

Seit 2022 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Thünen-Institut für Innovation und Wertschöpfung in ländlichen Räumen. Zuvor war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsbereich Ländliche Räume des Thünen-Instituts (2012–2022), mit den Arbeitsschwerpunkten Geschlechterverhältnisse, Erwerbsbeteiligung und Agri-Food-Gründungen in ländlichen Räumen. Gesine Tuitjer hat an der Universität Osnabrück Europäische Studien studiert und wurde 2017 an der Universität Hannover promoviert (Dr.-Ing.).

Dr. Christian Bergholz

Seit 2021 wissenschaftlicher Mitarbeiter des Thünen-Instituts für Innovation und Wertschöpfung in ländlichen Räumen. Zuvor war er wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsbereich Ländliche Räume des Thünen-Instituts (2012–2022) und forschte und lehrte an der Universität Kassel (Promotion 2017). Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Kassel (M.Sc. 2013). Seit 2024 Mitglied des GEM-Länderteams Deutschland.

Dr. Florian Täube

Seit 2021 Leiter des Fachbereichs Gründung im RKW Kompetenzzentrum. Er unterstützt Multiplikatoren und regionale Stakeholder bei der Ausrichtung und Gestaltung von Gründungsökosystemen. Vorher forschte und lehrte er über 15 Jahre am Imperial College London, an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht, der Université libre de Bruxelles und der CBS International Business School. Außerdem ist er im EXIST-Sachverständigenbeirat, im Fachbeirat der Otto Benecke Stiftung und im Forschungsbeirat des Gutenberg Digital Hub. Mitglied des GEM-Länderteams seit Anfang 2022 und seit März 2024 dessen Leiter.

Ein herzlicher Dank gilt den 71 Gründungsexpertinnen und -experten sowie den 3.019 Personen, die sich in Deutschland zur Mitwirkung an der GEM-Expertinnen- und -Expertenbefragung und der GEM-Bevölkerungsbefragung im Jahr 2024 bereit erklärt haben.

Der GEM ermöglicht langfristige internationale und regionale Vergleiche

Stimmungsbarometer

Der GEM ist Stimmungsbarometer und Trendindikator: Er erfasst Motive, Einstellungen und Image des Unternehmertums zur Vergleichsmöglichkeit zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern sowie Nichtunternehmerinnen und Nichtunternehmern.

Gründungsverhalten

Der GEM ermöglicht Aussagen über das Gründungsverhalten von Personen: Die Erfassung von Gründungen erfolgt auf der individuellen Ebene, es werden dadurch nicht nur bereits existierende Unternehmen erfasst, sondern auch Personen, die sich in der Vorbereitung der Unternehmensgründung befinden.

Benchmarking-Instrument

Der GEM ist Benchmarking-Instrument: Durch die in allen teilnehmenden Ländern zeitgleich und mit standardisierter Methodik von professionellen Marktforschungsinstituten durchgeführte Befragung ist eine hohe Datenqualität und Vergleichbarkeit sichergestellt.

Abbildung Gesamtbevölkerung

Der GEM ist repräsentativ und Expertenmeinung zugleich: Der GEM besteht aus einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung sowie einer Einschätzung von gründungsbezogenen Rahmenbedingungen durch Gründungsexpertinnen und -experten.



Für den Women Entrepreneurship Monitor 2024/25 haben elf internationale GEM-Teams zusätzliche länderspezifische Daten zur Verfügung gestellt – Ihnen gilt unser herzlicher Dank!
Eleven international GEM-Teams have provided additional national data for the Women Entrepreneurship Monitor 2024/25 – we thank them sincerely!



Frankreich, GEM-Team Frankreich:
Lab Entreprendre (Entrepreneurship),
University of Montpellier, MBS School of
Business (Montpellier) & Erasmus
University Rotterdam
*France, GEM-Team France: Lab
Entreprendre (Entrepreneurship),
University of Montpellier, MBS School
of Business (Montpellier) & Erasmus
University Rotterdam*



Italien, GEM-Team Italien: Universitas
Mercatorum
*Italy, GEM-Team Italy: Universitas
Mercatorum*



Kanada, GEM-Team Kanada: The Centre
for Innovation Studies (THECIS)
*Canada, GEM-Team Canada: The Centre
for Innovation Studies (THECIS)*



Norwegen, GEM-Team Norwegen:
Nord University Business School
*Norway, GEM-Team Norway:
Nord University Business School*



Österreich, GEM-Team Österreich:
FH Joanneum GmbH Graz - University
of Applied Sciences
*Austria, GEM-Team Austria:
FH Joanneum GmbH Graz - University of
Applied Sciences*



Schweden, GEM-Team Schweden:
Swedish Entrepreneurship Forum
(Entreprenörskapsforum)
*Sweden, GEM-Team Sweden:
Swedish Entrepreneurship Forum
(Entreprenörskapsforum)*



Schweiz, GEM-Team Schweiz: School
of Management Fribourg (HEG-FR)
*Switzerland, GEM-Team Switzer-
land: School of Management Fribourg
(HEG-FR)*



Spanien, GEM-Team Spanien:
Observatorio del Emprendimiento
de España (OEE)
*Spain, GEM-Team Spain: Observatorio
del Emprendimiento de España (OEE)*



Südkorea, GEM-Team Südkorea:
Korea Institute of Startup & Entrepre-
neurship Development
*South Korea, GEM-Team South Korea:
Korea Institute of Startup & Entrepre-
neurship Development*



Vereinigte Staaten von Amerika,
GEM-Team USA: Babson College
*United States of America, GEM-Team
USA: Babson College*



Vereinigtes Königreich, GEM-Team UK:
Aston Business School - Aston University
*United Kingdom, GEM-Team UK: Aston
Business School - Aston University*

Die Namen der Institutionen/
Organisationen werden abgedruckt wie
sie auf dem Länderprofil des jeweiligen
Landes auf der internationalen GEM Webseite
ausgewiesen sind.

*The names of the institutions/organizations
are printed as stated on the international
GEM website (country profiles on the GEM
website).*

<https://www.gemconsortium.org>



Abkürzungsverzeichnis

a. a. O.:	am angegebenen Ort
APS:	Adult Population Survey
Abb.:	Abbildung
BIP:	Bruttoinlandsprodukt
ca.:	circa
CATI:	Computer-Assisted Telephone Interview (computergestützte Telefonbefragung)
CAWI:	Computer-Assisted Web Interview (computergestütztes Onlineinterview)
et al.:	et alia (und andere)
EU:	Europäische Union
EXIST:	Existenzgründungen aus der Wissenschaft
F&E:	Forschung und Entwicklung
GEM:	Global Entrepreneurship Monitor
GmbH:	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
IHK:	Industrie- und Handelskammer

k. A.:	keine Angaben
Kap.:	Kapitel
KfW:	Kreditanstalt für Wiederaufbau
MINT:	Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik
NES:	National Expert Survey (Expertinnen- und Expertenbefragung des GEM)
OECD:	Organisation for Economic Co-operation and Development
S.:	Seite
TEA:	Total early-stage Entrepreneurial Activity
u. a.:	unter anderem
UADS:	Institut für Umfragen, Analysen und DataScience GmbH
vgl.:	vergleiche
WSI:	Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut
z. B.:	zum Beispiel
%:	Prozent
&:	und

Glossar

Die **Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)** stellt die Gesamtheit der angehenden und der tatsächlichen Gründerinnen und Gründer dar. Personen, die sowohl angehende als auch tatsächliche Gründerinnen und Gründer sind, werden nur einmal gezählt. Die TEA wird in Prozent der erwerbsfähigen Bevölkerung im Alter von 18 bis 64 Jahren ausgedrückt.

Gründerinnen und Gründer sind Personen zwischen 18 bis 64 Jahren, die während der letzten dreieinhalb Jahre ein Unternehmen gegründet haben.

Angehende Gründerinnen und Gründer sind Personen zwischen 18 bis 64 Jahren, die die Gründung eines Unternehmens vorbereiten, diese jedoch noch nicht umgesetzt haben.

Unternehmerinnen und Unternehmer sind Personen zwischen 18 bis 64 Jahren, die ein Unternehmen besitzen und führen, welches älter als dreieinhalb Jahre ist.

Der **Adult Population Survey (APS)** ist die repräsentative quantitative Bevölkerungsbefragung des GEM. Hierbei kommt ein standardisierter und in die jeweilige Landessprache übersetzter Fragebogen zum Einsatz. Es wird eine repräsentative Stichprobe der erwachsenen Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter von 18 bis einschließlich 64 Jahren gezogen und befragt. Die Ergebnisse geben Einblick in die Gründungseinstellungen der Bevölkerung und ermöglichen, das Gründungsgeschehen in einem Land umfassend zu analysieren. Die Erhebung erfolgt in Deutschland mit der Methode der computergestützten telefonischen Befragung (CATI) und wird durch ein computergestütztes Onlineinterview (CAWI) ergänzt. Die vom GEM-Konsortium für jedes Land vorgegebene Mindestgröße der Stichprobe liegt bei 2.000 erfolgreich durchgeführten Interviews. In Deutschland wurden beim APS in 2024 insgesamt 3.019 Personen befragt.

Der **National Expert Survey (NES)** ist die Expertinnen- und Expertenbefragung des GEM. Sie ist der qualitative Teil der Erhebung und dient der Einschätzung gründungsbezogener Rahmenbedingungen in den jeweiligen Ländern, die das Gründungsgeschehen eines Landes direkt oder indirekt beeinflussen. Befragt werden Personen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie Gründerinnen und Gründer als auch Inhaberinnen bzw. Inhaber von Unternehmen, die sich intensiv mit dem Thema Unternehmensgründung auseinandersetzen. Die Befragung erfolgt mit einem standardisierten und in die jeweilige Landessprache übersetzten Fragebogen. In Deutschland wird der NES mit der Methodik der computergestützten Onlinebefragung (CAWI) durchgeführt. Es werden in jedem Land mindestens 36 Personen befragt. In Deutschland waren es in 2024 insgesamt 71 Personen.

Weitere Informationen haben wir für Sie im Anhang zusammengestellt.

Zusammenfassung

TEA-Gründungsquote der Frauen auf Allzeithoch, Gendergap besteht

Im Jahr 2024 betrug die TEA-Gründungsquote der Frauen in Deutschland 8,5 %. Dies ist der höchste seit Beginn der jährlichen Erhebung des Gründungsgeschehens durch den Global Entrepreneurship Monitor (GEM) hierzulande gemessene Wert. Die TEA-Gründungsquote weist den Anteil der Personen an den 18- bis 64-Jährigen aus, die zum Zeitpunkt der Befragung dabei sind, ein Unternehmen zu gründen und/oder während der letzten dreieinhalb Jahre ein Unternehmen gegründet haben. Sie umfasst somit sowohl Personen, die eine Gründung vorbereiten (angehende Gründerinnen und Gründer) als auch Personen, die bereits gegründet haben (Gründerinnen und Gründer).

Trotz dieser positiven Nachricht besteht bei Frauen ein noch zu hebendes unternehmerisches Potenzial. Die TEA-Gründungsquote der Männer war 2024 in Deutschland – wie in allen im GEM erhobenen Jahren seit 1999 – deutlich höher, sie betrug 11 %. Auch die Gründungsabsicht, die Zustimmung zur Aussage, in den nächsten drei Jahren ein Unternehmen gründen zu wollen, war bei Frauen mit gut 13 % niedriger als bei Männern mit 18 %. Geringer war der Unterschied beim Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten bereits konkrete Schritte in Richtung einer Unternehmensgründung unternommen haben. Bei

den Frauen waren es 6,7 % (angehende Gründerinnen), bei den Männern 7,8 % (angehende Gründer). Alle genannten Werte beziehen sich auf den jeweiligen Anteil an der Bevölkerung in Deutschland zwischen 18 bis 64 Jahren im Jahr 2024.

Der internationale GEM-Vergleich mit 31 Ländern, die nach der OECD Klassifikation wie Deutschland ein hohes Einkommen haben, zeigt, dass der Gendergap zwischen Männern und Frauen bei der TEA-Gründungsquote – er betrug 2,5 Prozentpunkte in 2024 – hierzulande gering ist. Deutschland liegt damit im vorderen Drittel. In 20 Vergleichsländern waren die Geschlechterunterschiede in 2024 größer als in Deutschland, wie z. B. in Norwegen, wo der Unterschied 7,6 Prozentpunkte betrug. In nahezu allen Ländern ist – wie in Deutschland – die TEA-Gründungsquote bei den Frauen niedriger als bei den Männern. Der Gendergap im Gründungsgeschehen ist somit kein rein deutsches, sondern ein globales Phänomen.

Positive Gründungseinstellungen und hohe Einschätzung der Gründungsfähigkeiten bei Männern verbreiteter

Gründe für die unterschiedliche TEA-Gründungsquote von Frauen und Männern – den Gendergap im Gründungsgeschehen – in Deutschland in 2024, wie auch in den Jahren

davor, waren u. a. differierende Gründungseinstellungen und Einschätzungen der eigenen Gründungsfähigkeiten unter der Bevölkerung zwischen 18 und 64 Jahren. Der Aussage, dass in der Region des Wohnorts innerhalb der kommenden sechs Monate gute Gründungschancen bestehen, stimmten rund 37 % der Frauen und rund 48 % der Männer zu. Auch der Anteil derer, die nach ihrer Selbsteinschätzung das Wissen, die Fähigkeiten und die Erfahrungen haben, die notwendig sind, um ein Unternehmen zu gründen, war bei Männern mit rund 52 % höher als bei Frauen mit rund 31 %. Gleiches gilt für die Angst vor dem Scheitern, diese war für rund 54 % der Frauen in Deutschland ein Gründungshinderungsgrund, bei den Männern war dies dagegen nur für rund 43 % der Fall. Der internationale GEM-Vergleich zeigt, dass auch in vielen der anderen im GEM betrachteten Ländern bei den Gründungseinstellungen Frauen geringere Werte als Männer aufwiesen. Auch hier handelt es sich um ein internationales und nicht nur ein rein deutsches Phänomen.

Gründungsmotive der TEA-Gründerinnen sind primär ökonomischer Art

Frauen in Deutschland gründeten oder planten eine Gründung insbesondere, um großen Wohlstand und ein hohes Einkommen zu erzielen (4,9 %) sowie um den Lebensunterhalt bestreiten zu können (4,8 %). Der internationale

GEM-Vergleich zeigt, dass beide genannten Gründungsmotive auch in anderen Ländern für Frauen eine große Rolle spielen, wenn auch die Werte teils noch höher sind – so war der diesbezügliche Anteil in der Bevölkerung unter Frauen in den USA und Kanada in 2024 jeweils mehr als doppelt so hoch wie in Deutschland.

TEA-Gründerinnen sind etwas älter und haben häufiger einen akademischen Abschluss

Mit einem Altersdurchschnitt von 38,7 Jahren waren in 2024 in Deutschland die TEA-Gründerinnen gut drei Jahre älter als die TEA-Gründer, bei denen der Durchschnitt 35,6 Jahre beträgt. Dies hängt damit zusammen, dass der Anteil von 18- bis 24-Jährigen unter TEA-Gründern mit 19,8 % deutlich höher war als unter TEA-Gründerinnen (9,5 %). Außerdem war der Anteil an 35- bis 44-Jährigen bei TEA-Gründerinnen mit 29,9 % etwas höher als bei TEA-Gründern (23,4 %). Über 35 % der Gründerinnen sind zwischen 25 und 34 Jahre alt.

Das Studium (Hochschul- oder Fachhochschulabschluss) war 2024 in Deutschland sowohl bei den TEA-Gründerinnen als auch bei den TEA-Gründern die häufigste berufliche Bildungsabschlussart. Jedoch war der Anteil der akademischen Abschlüsse mit 51,9 % in der Gruppe der Frauen höher als bei den Männern, bei denen er 40,9 % betrug. Ein deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern bestand auch beim Anteil an Personen, die eine beruflich-betriebliche Ausbildung (Lehre) als höchste Abschlussart haben. Bei den TEA-Gründerinnen waren es 17,3 %, bei den TEA-Gründern 11,3 %.

Das erwartete Beschäftigtenwachstum bei TEA-Gründerinnen ist niedriger als bei TEA-Gründern

TEA-Gründer weisen im Vergleich zu TEA-Gründerinnen eine stärkere Wachstumsorientierung auf. Knapp 15 % der Gründer erwarten ein besonders hohes Beschäftigtenwachstum. Bei Frauen ist der Anteil mit 10,9 % etwas niedriger. Ein hohes zukünftiges Arbeitskräftewachstum wird im GEM gemessen, indem die TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer befragt werden, ob sie planen, mindestens zehn oder mehr zusätzliche Personen in den nächsten fünf Jahren zu beschäftigen und die Anzahl ihrer Beschäftigten hierdurch um mindestens 50 % oder mehr gesteigert würde.

Geringer Geschlechterunterschied bei weltweiten Innovationen, deutliche Unterschiede bei Künstlicher Intelligenz zwischen den Geschlechtern

Im Themengebiet Innovation wird im GEM u. a. erhoben, inwiefern TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer innovative Produkte und Dienstleistungen anbieten oder anzubieten planen. In 2024 betrug in Deutschland bei weltweiten diesbezüglichen Neuheiten – Kategorie „neu für die Welt“ – der Unterschied zwischen den TEA-Gründern (5,7 %) und den TEA-Gründerinnen (4,8 %) lediglich 0,9 Prozentpunkte. Im internationalen Vergleich schnitten die deutschen Frauen mit Rang 5 von 12 verglichenen Ländern diesbezüglich stark ab. Sie lagen auf nahezu gleichem Niveau wie die TEA-Gründerinnen in den USA (4,9 %, Platz 4).

In Bezug auf die Frage, inwieweit die zukunftsweisende Technologie der Künstlichen Intelligenz (KI) für die Umsetzung ihres Geschäftsmodells und ihrer Geschäftsstrategie

eine Rolle spielt, bestand in 2024 in Deutschland in der Gruppe der TEA-Gründerinnen und der TEA-Gründer in der Kategorie „sehr wichtig“ ein relativ großer Unterschied: Während 45,3 % der TEA-Gründer KI als „sehr wichtig“ ansehen, sind es bei den TEA-Gründerinnen lediglich 32,1 %. Bei den letztgenannten spielte die Künstliche Intelligenz im genannten Kontext eine größere Rolle als bei den Unternehmerinnen. Bei diesen beträgt der Anteil in der Kategorie „sehr wichtig“ nur 20,2 %.

TEA-Gründerinnen fokussieren (etwas) stärker auf Nachhaltigkeitsziele, mehr Gründerinnen erzielen mit der Berücksichtigung der Umweltaspekte positive ökonomische Effekte

Nachhaltigkeitsziele waren 2024 in Deutschland (etwas) stärker bei TEA-Gründerinnen im Fokus als bei TEA-Gründern, wenn auch beide Geschlechter diese Themen bei ihrer Gründung bzw. im Gründungsprozess angingen. Maßnahmen innerhalb der vergangenen zwölf Monate, um die Umweltauswirkungen des Unternehmens zu minimieren, hatten bei den Frauen knapp 60 % umgesetzt, bei den Männern waren es dagegen nur 53,9 %. Im internationalen Vergleich lagen die TEA-Gründerinnen in Deutschland damit im Mittelfeld der verglichenen Länder. Bei der gleichen Frage bezogen auf die Maximierung der sozialen Wirkung ihrer Gründung bzw. geplanten Gründung waren 2024 in Deutschland die Unterschiede zwischen den Geschlechtern bei den Ja-Antworten geringer – 53,5 % bei den TEA-Gründerinnen und 51,6 % bei den TEA-Gründern.

Grundlegend erzielten mehr Gründerinnen als Gründer 2024 in Deutschland positive ökonomische Effekte

durch die Beachtung von Umweltaspekten, dies betrifft einen dadurch gesteigerten Umsatz (Frauen 63,4 %, Männer 49,3 %), gesteigerten Gewinn (Frauen 62,8 %, Männer 42,5 %) und Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze (Frauen 50 %, Männer 42,3 %). Hingegen erzielten mehr Gründer eine höhere Anzahl an Kundinnen und Kunden (Frauen 59 %, Männer 69 %).

Das öffentliche Beschaffungswesen berücksichtigt Gründerinnen

Neben einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung umfasst der GEM auch eine Befragung von Gründungsexpertinnen und -experten zu gründungsbezogenen Rahmenbedingungen. Deren Bewertung des Zugangs zum öffentlichen Beschaffungswesen für Gründerinnen ist 2024 in Deutschland vergleichsweise gut – Deutschland liegt hier etwas über dem europäischen und nordamerikanischen Durchschnitt. Verbesserungspotenzial bezüglich der Rahmenbedingungen für Gründerinnen wurde hingegen u. a. bei der Zugänglichkeit zu Startkapital und Finanzierung allgemein und den Unterstützungsangeboten nach Familiengründung gesehen.

Informelle Investitionen in Gründungen: Frauen investieren öfter in Frauen und Männer öfter in Männer

Informelle Investorinnen haben 2024 in Deutschland zu 57,7 % in andere Frauen investiert, Informelle Investoren zu 64,1 % in andere Männer. In beiden Geschlechtern flossen die Gelder, um Gründerinnen und Gründer in der Anfangsphase zu unterstützen, zwar am häufigsten an gründende enge Familienmitglieder, Freunde oder Nachbarn, also „family and friends“ – diesbezüglich sind Frauen mit gut 51 % aber offener für Investitionen in andere Gründerinnen und Gründer als Männer mit gut 41 %. Der Anteil der Informellen Investoren an der Gesamtbevölkerung in Deutschland zwischen 18 und 64 Jahren betrug 2024 8,7 %, der Anteil der Informellen Investorinnen an der weiblichen Bevölkerung betrug 5,1 %. Somit stellten mehr Männer solche Gelder für Gründungen zur Verfügung als Frauen.

Geringere Stadt-Land-Differenz bei den TEA-Gründerinnen

Die TEA-Gründungsquote war in städtischen Regionen in Deutschland bei Frauen (5,4 %) und Männern (9,5 %) höher als in ländlichen Regionen (Frauen 4,3 %, Männer 6,5 %) – dies zeigen die gepoolten Daten der GEM-Bevölkerungsbefragungen der Jahre 2015 bis 2024. Vergleicht man für beide Geschlechter die relative Differenz zwischen der TEA-Quote in ländlichen und urbanen Regionen, wird deutlich, dass der Wert bei Frauen in ländlichen Regionen im Vergleich zu städtischen Regionen rund 20 % niedriger war, während die Differenz bei den Männern rund 30 % betrug. Der ländliche Kontext war für Frauen somit

deutlich weniger gründungshemmend bzw. der Wohnort in Bezug auf Stadt/Land weniger ausschlaggebend oder beschreibend dafür, ob eine Frau eine Gründung plante oder umsetzte, als es bei Männern der Fall war.

TEA-Gründerinnen wünschen sich am häufigsten Informationen zum Thema Recht und Steuern sowie Buchführung; Webseiten und persönliche Gespräche sind beliebteste Informationskanäle

TEA-Gründerinnen in Deutschland wünschten sich in 2024 bei der Frage nach ihren Informationsbedarfen zum Thema Gründung – mit 64,5 % – am häufigsten Informationen zum Thema Recht und Steuern sowie Buchführung. Auf Platz zwei folgte das Thema Gründungen im Nebenerwerb mit 61,5 %. Der Aspekt der Gründungsfinanzierung war für 52,4 % der TEA-Gründerinnen ein weiteres Thema mit einem hohen Informationswunsch. Auch Informationen darüber, welche Persönlichkeitsmerkmale erfolgreiche Unternehmerinnen bzw. Gründerinnen innehaben und wie diese erlernt werden können, war mit 55,9 % ein inhaltlich interessanter Aspekt für TEA-Gründerinnen.

Bei der Frage nach den präferierten Informationskanälen, die TEA-Gründerinnen vorzugsweise zur Information über Gründungsthemen nutzen, wurden insbesondere – mit 80,7 % – Webseiten genannt, dicht gefolgt vom persönlichen Kontakt und persönlichen Gesprächen mit Gründungsunterstützungsorganisationen mit 80,2 % sowie Social-Media-Kanäle mit 75,7 %.

Summary

TEA rate for woman reaches all-time high, gender gap persists

In 2024, the Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA) rate among women in Germany was 8.5 % – a new all-time high. The TEA rate measures the level of new business creation within a population. It is GEM's most well-known index, representing the percentage of 18-64 population who are either a nascent entrepreneur or owner-manager of a new business. Nascent entrepreneurs are individuals who have taken steps to start a business within the last twelve months. Owner-managers are individuals that have started a business within the past three and a half years.

Despite this positive development, there still is untapped entrepreneurial potential among women. The TEA rate for men in Germany in 2024 was significantly higher (11 %), as it has been each year since the start of GEM in 1999. The entrepreneurial potential, measured by agreement with the statement "I intend to start a business within the next three years", was also lower among women, at approximately 13 %, compared to men, at approximately 18 %. However, the gender gap was smaller regarding nascent entrepreneurs, with a rate of 6.7 % in the female population and 7.8 % in the male population. All stated results are based on the 2024 GEM Germany dataset.

The international comparison with 31 GEM countries, which according to the OECD classification have a high income like Germany, shows that the gender gap between men and women in the TEA rate in Germany – it was 2.5 percentage points in 2024 – is rather small. Germany thus ranks in the top third. Of the analyzed countries 20 have a higher gender gap than Germany, like for example Norway, where the difference between the male and female TEA rate was 7.6 percentage points. The gender gap in early-stage entrepreneurial activity is therefore not just a German phenomenon, but a global one.

Positive attitudes regarding entrepreneurship and high assessment of entrepreneurial skills more common among men

Reasons for the differing TEA rates between women and men in Germany – the gender gap in early-stage entrepreneurial activity – in 2024, as in previous years, include differences in entrepreneurial attitudes and in entrepreneurial capabilities (based on self-assessment). In 2024 about 37 % of women and roughly 48 % of men in the German population (ages 18 to 64) have seen good opportunities for starting a business in the region where they live within the next six months. Likewise, the proportion of those who believed that they had the knowledge, skills, and experience necessary to start a business was higher among

men (with approximately 52 %) than among women (with approximately 31 %). Also, in Germany fear of failure was seen as a barrier for starting a business by approximately 54 % of women and about 43 % of men. The results of other GEM countries show that these findings are – like the differences in the TEA rate – also not just a German phenomenon, but a global one.

Female TEA entrepreneurs start a business because of economic motives

In Germany in 2024, women started or planned to start a business mainly in order to achieve wealth and a high income (4.9 %) or to earn a living because jobs are scarce (4.8 %). The international GEM comparison shows that both of these motives are also the most prevalent reasons for starting a business among women in other countries, although the values are in some cases even higher – for example, in 2024, the corresponding share among women in the population of the United States and in Canada was more than double as it was in Germany.

Female TEA founders are slightly older and more likely to hold an academic degree

In 2024, the average age of female TEA entrepreneurs in Germany was 38.7 years. A difference of approximately three years, in comparison to their male counterparts,



whose average age was 35.6 years. This difference mainly is the result of a higher share of 18- to 24-year-olds among male TEA entrepreneurs (19.8 %) compared to female TEA entrepreneurs (9.5 %). In accordance with this finding, the proportion of 35- to 44-year-olds was somewhat higher among female TEA entrepreneurs (29.9 %) than among male TEA entrepreneurs (23.4%).

In 2024, a university or university of applied sciences degree was the most common type of formal qualification among both female and male TEA entrepreneurs in Germany. However, the share of academic degrees was higher among women (51.9 %) than among men (40.9 %). There was also a clear gender difference in the proportion of those whose highest qualification was a vocational or company-based apprenticeship: among female TEA entrepreneurs, this share was 17.3 %, compared to 11.3 % among male TEA entrepreneurs.

Expected workforce growth among female TEA founders is lower than among male TEA founders

Compared to female TEA founders, male TEA founders exhibit a stronger growth orientation. Nearly 15% of founders expect particularly high workforce growth. For women, this figure is slightly lower at 10.9%. High future workforce growth is measured in the GEM by asking TEA founders whether they plan to employ at least ten or more additional people in the next five years, resulting in an increase of at least 50% or more in their workforce.

Small gender gap regarding innovations that are new to the world, but significant differences between men and women regarding the importance of artificial intelligence for their businesses

In the field of innovation, the GEM survey examines, among other aspects, the extent to which female and male TEA entrepreneurs offer or plan to offer innovative products and services. In Germany in 2024, the difference between male TEA entrepreneurs (5.7 %) and female TEA entrepreneurs (4.8 %) in the category “new to the world” was only 0.9 percentage points. In comparison to other countries, German women performed strongly in this respect, ranking fifth among twelve countries. Their share was almost identical to that of female TEA entrepreneurs in the United States (4.9 %, rank 4).

However, when it comes to the importance of artificial intelligence (AI) for turning their business models and strategies into reality, there was a considerably larger gender gap in Germany in 2024. Regarding this context among male TEA entrepreneurs, 45.3 % considered AI to be “very important,” compared to only 32.1 % of female TEA entrepreneurs. Among female owner-managers of established businesses, AI played an even smaller role, with only 20.2 % rating it as “very important” in this context.

Female TEA entrepreneurs focus slightly more on sustainability goals, and more women achieve positive economic effects for their new business by considering environmental aspects

In Germany in 2024, sustainability goals were somewhat more common for female TEA entrepreneurs than for male TEA entrepreneurs. Nearly 60 % of female TEA entrepreneurs had implemented measures to minimize their new businesses’ environmental impact in the past twelve months, compared to only 53.9 % of male TEA entrepreneurs. When asked about maximizing the social impact of their planned or actualized new business, gender differences were smaller — 53.5 % of female TEA entrepreneurs had implemented such measures, compared to 51.6 % of male TEA entrepreneurs.

Overall, more female entrepreneurs than male entrepreneurs in Germany in 2024 achieved positive economic effects from considering environmental aspects. This included increased revenue (women 63.4 %, men 49.3 %), higher profits (women 62.8 %, men 42.5 %), and the creation of additional jobs (women 50 %, men 42.3 %). By contrast, more male entrepreneurs achieved a higher number of customers (women 59 %, men 69 %).

Public procurement takes female founders into account

In addition to a representative population survey, GEM also surveys experts in the field of entrepreneurship on framework conditions affecting new business creation. In 2024, the expert's assessment of access to public procurement for female entrepreneurs in Germany was positive — Germany had a score that was slightly higher than the European and North American average.

However, in Germany in some aspects there is also potential for improvement regarding the framework conditions for female entrepreneurs, according to the experts, particularly regarding topics like access to finance, as well as support services (like for example child care) for woman entrepreneurs who have started a family.

Informal investments: women invest more often in women entrepreneurs, men more often in male entrepreneurs

In Germany in 2024, 57.7 % of informal female investors invested in female entrepreneurs, while 64.1 % of informal male investors invested in male entrepreneurs. In both genders, funds were most frequently directed toward supporting entrepreneurs in the early stages of starting a new business among close family members, friends, or neighbors. However, women were somewhat more open to investing in entrepreneurs outside of their inner social circle, with just over 51 % doing so, compared to just over 41 % among men. The share of informal

investors (male and female) in the overall population aged 18 to 64 in Germany was 8.7 % in 2024, while the share of informal female investors in the female population was 5.1%. Thus, more men than women provided informal investments for entrepreneurs.

Smaller urban-rural differences in the corresponding TEA rates for women

In Germany, the TEA rate was higher in urban areas for women (5.4 %) and men (9.5 %) than in rural areas (women 4.3 %, men 6.5 %) — according to pooled data from GEM population surveys from 2015 to 2024. Comparing the relative difference between rural and urban TEA rates for both genders, it becomes clear that the rate for women in rural areas was about 25 % lower than in urban areas, whereas for men the difference was around 46 %. The rural context therefore had a considerably smaller limiting effect on women's entrepreneurial activity, meaning that the place of residence — urban versus rural — was less decisive for determining whether a woman planned or realized a new business than it was for men.

Female TEA founders most frequently seek information on legal, tax and accounting matters; websites and personal consultations are the preferred information channels

In Germany in 2024, when asked about their information requirements regarding entrepreneurship (multiple answers possible), 64.5 % of female TEA entrepreneurs

most frequently indicated a need for information regarding the topics of law and taxes as well as accounting. The second most requested topic among female TEA entrepreneurs was information on setting up a sideline business, with 61.5 % expressing interest in this topic. Financing for new business ventures was another highly requested topic, cited by 52.4 % of female TEA entrepreneurs. Additionally, information on the personality traits of successful female entrepreneurs and how these can be obtained was considered as relevant by 55.9 % of female TEA entrepreneurs.

Regarding preferred communication channels, by female TEA entrepreneurs, for obtaining information on entrepreneurship, websites were the most frequently mentioned information channel (80.7%), followed by personal contact and consultations with entrepreneurship support organizations (80.2 %), as well as social media channels (75.7 %).

Die englische Übersetzung der Einleitung wurde unter Verwendung von KI erstellt. Der deutsche Einleitungstext wurde vollständig ohne Verwendung von KI erstellt.

Einleitung

Dr. Florian Täube

Kontext und Relevanz

Die Gründungslandschaft in Deutschland ist vielfältig, aber weiterhin von deutlichen Geschlechterunterschieden geprägt. Unabhängig davon, welche Quelle herangezogen wird – sei es der Global Entrepreneurship Monitor (GEM), der KfW-Gründungsmonitor oder der Female Founders Monitor des Startup-Verbands – zeigen sich über die Jahre hinweg stabile Muster: Frauen gründen seltener als Männer. Im GEM 2024/25 lag die Gründungsquote von Männern bei 11,0 %, die von Frauen bei 8,5 %. Auch der aktuelle Female Founders Monitor 2025 weist mit 19 % einen unverändert niedrigen Anteil von Gründerinnen im Startup-Segment aus.

Diese Zahlen verdeutlichen: Der sogenannte Gender Gap im Gründungsgeschehen ist kein kurzfristiges Phänomen, sondern Ausdruck komplexer struktureller Zusammenhänge. Dabei geht es weniger um individuelle Entscheidungen als um systemische Faktoren – etwa institutionelle Rahmenbedingungen, Rollenvorbilder oder unterschiedliche Zugänge zu Kapital und Netzwerken.

Deutschland liegt mit Blick auf die Gründerinnenquote im internationalen Vergleich im Mittelfeld. Bemerkenswert ist, dass die Differenz zwischen Frauen und Männern in den letzten Jahren kaum kleiner geworden ist, obwohl Programme zur Förderung von Gründerinnen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene an Zahl und Sichtbarkeit zugenommen haben. Dies unterstreicht, dass rein quantitative Förderinstrumente allein nicht ausreichen, um strukturelle Ungleichgewichte zu verändern. Vielmehr bedarf es eines tieferen Verständnisses der Mechanismen, die das unternehmerische Handeln von Frauen beeinflussen – und gezielter Maßnahmen, die an diesen Stellschrauben ansetzen.

All diese Faktoren werden im vorliegenden GEM-Sonderbericht adressiert und erstmalig für Deutschland sowie anhand eigens zusammengestellter Daten aus elf vergleichbaren GEM-Ländern mit hohem Einkommen auch im internationalen Vergleich untersucht. Sie beinhalten Themen wie den sozio-kulturellen Hintergrund eigener Bildungsabschlüsse oder Selbstständigkeit der Eltern (Kap. 3), aber auch die Art der Gründungen von Frauen im Sinne von Technologieintensität und Innovationsorientierung, inkl. der Rolle von KI (Kap. 4) sowie Nachhaltigkeitsaspekten (Kap. 5). Der Bericht handelt auch von Gründungsmotiven (Kap. 2), Rahmenbedingungen für

Frauen (Kap. 6) und den gerade für innovative Gründungen so wichtigen Finanzierungsaspekten (Kap. 7). Durch das Thünen-Institut für Innovation und Wertschöpfung in ländlichen Räumen als neuem Partner im GEM-Länderteam konnten auch deren Besonderheiten aus geographischer Perspektive analysiert werden.

Hintergründe und Dynamiken

Ein zentrales Element dieser Dynamik liegt im Zusammenspiel gesellschaftlicher, kultureller und ökonomischer Faktoren. Frauen treffen ihre Gründungsentscheidungen in einem Umfeld, das stark von tradierten Rollenbildern und unterschiedlichen Erwartungen geprägt ist. Während die Erwerbstätigkeit von Frauen in Deutschland in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen ist, bleibt die Selbstständigenquote hinter dieser Entwicklung zurück.

In der öffentlichen Wahrnehmung wie auch in der Forschung wird häufig auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf als Hemmnis verwiesen. Tatsächlich sind die Betreuungs- und Unterstützungsstrukturen – trotz regionaler Fortschritte – noch immer ein entscheidender Einflussfaktor. Der Gleichstellungsatlas des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (vgl. BMFSFJ 2024) zeigt, dass insbesondere

in Ostdeutschland, wo Kinderbetreuung historisch stärker ausgebaut ist, die Erwerbsquote von Frauen signifikant höher liegt. Dennoch lässt sich dieser Zusammenhang nicht ohne Weiteres auf das Gründungsgeschehen übertragen: Bei den Gründungsquoten liegt der Anteil von Frauen in vielen ostdeutschen Bundesländern weiterhin unter dem westdeutschen Durchschnitt.

Diese Diskrepanz verweist auf die Notwendigkeit, zwischen struktureller Erwerbsbeteiligung und unternehmerischer Aktivität zu unterscheiden. Eine gute Betreuungsinfrastruktur mag die Voraussetzung für berufliche Teilhabe schaffen, sie führt jedoch nicht automatisch zu mehr Gründungen. Hinzu kommen branchenspezifische Unterschiede: Während Frauen in den freien Berufen und im Dienstleistungssektor stärker vertreten sind, bleibt ihr Anteil in technologie- und wachstumsorientierten Start-ups gering. Hier spielen neben branchentypischen Barrieren auch Fragen der Kapitalverfügbarkeit eine Rolle.

Studien belegen, dass Gründerinnen im Durchschnitt weniger externes Eigenkapital nachfragen und seltener Risikokapital erhalten (vgl. Brush & Elam 2024; Kay

et al. 2025). Neben Nachfrageeffekten werden zunehmend auch Angebotsstrukturen diskutiert: Homophilie in Investorennetzwerken, stereotype Risikowahrnehmungen und unterschiedliche Kommunikationsstile in Finanzierungsgesprächen prägen die Vergabe von Kapital. Dabei zeigen empirische Analysen, dass Start-ups mit Gründerinnen keineswegs schlechter performen – im Gegenteil, diverse Gründerteams weisen häufig eine überdurchschnittliche Stabilität und Innovationskraft auf.

Vorbilder und Sichtbarkeit

Ein weiterer zentraler Hebel zur Förderung von Frauengründungen liegt in der Sichtbarkeit von Vorbildern. Forschungsergebnisse verdeutlichen, dass frühe persönliche oder mediale Kontakte zu Unternehmerinnen die Wahrscheinlichkeit eigener Gründungen messbar erhöhen (Mertz et al. 2024). Besonders effektiv ist diese Vorbildwirkung, wenn sie im direkten sozialen Umfeld stattfindet – etwa über Eltern, Freundeskreise oder schulische Programme. Die Rolle von Vorbildern geht dabei über reine Motivation hinaus: Sie prägen Selbstbilder, berufliche Optionen und die Wahrnehmung dessen, was „unternehmerisch möglich“ ist.

Aktuelle Initiativen wie „FRAUEN unternehmen“, „CoCo – Frauen gründen“ oder Programme wie EXIST Women zeigen, wie Sichtbarkeit und strukturelle Unterstützung ineinandergreifen können. Entscheidend ist dabei die frühzeitige Ansprache in Bildungseinrichtungen und der Aufbau von Übergängen zwischen schulischen, universitären und unternehmerischen Kontexten. Eine stärkere Verzahnung bestehender Programme könnte helfen, Kontinuitäten im unternehmerischen Denken zu schaffen – insbesondere in der Phase zwischen schulischer Berufsorientierung und akademischer Ausbildung.

Auch die Darstellung von Gründerinnen in Medien und öffentlichen Kampagnen spielt eine nicht zu unterschätzende Rolle. Während Erfolgsgeschichten von Unternehmerinnen zunehmend präsent sind, dominieren in der öffentlichen Wahrnehmung nach wie vor männliche Rollenmuster. Sichtbarkeit allein reicht jedoch nicht aus – entscheidend ist, dass diese Vorbilder vielfältig sind: aus unterschiedlichen Branchen, Altersgruppen und Hintergründen. Nur so kann ein realistisches und inklusives Bild von Unternehmertum entstehen, das auch bislang unterrepräsentierte Gruppen anspricht.



1 }

Wie viel gründen Frauen?

Kernaussagen

Im Jahr 2024 waren 8,5 % der 18- bis 64-jährigen Frauen in Deutschland dabei, ein neues Unternehmen zu gründen oder haben während der letzten dreieinhalb Jahre ein Unternehmen gegründet. Das ist die höchste Gründungsquote von Frauen, die hierzulande in den letzten 20 Jahren im Rahmen des GEM gemessen wurde.

Von der Gründungsabsicht bis zum etablierten Unternehmertum – in allen Gründungsphasen sind Frauen seltener vertreten. Am deutlichsten ist der absolute Geschlechterunterschied bei Gründungsinteressierten – 13,2 % der weiblichen Bevölkerung und 18 % der männlichen Bevölkerung wollen 2024 in Deutschland in den nächsten drei Jahren gründen.

Der Gendergap bei der TEA-Gründungsquote ist in Deutschland vergleichsweise klein (2,5 Prozentpunkte), verglichen mit anderen einkommens- und gründungsstarken Nationen wie beispielsweise Kanada (7,1 %) oder Norwegen (7,6 %).

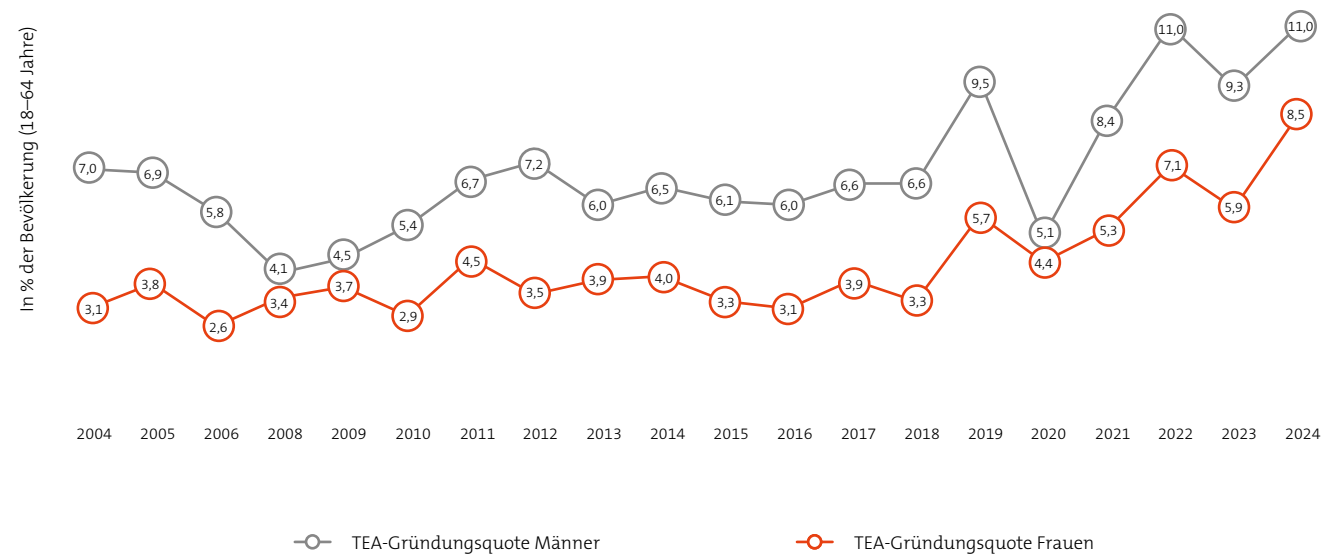
1.1 Gründungsaktivitäten nach Geschlecht in Deutschland

Frauen gründen oder planen in Deutschland seltener neue Unternehmen als Männer – das zeigen die Daten des Global Entrepreneurship Monitors (GEM) aus den letzten 20 Jahren. Dieser Unterschied ist über die Zeit hinweg stabil: Seit 2004 lag die TEA-Gründungsquote von Frauen in jedem Jahr unter der der Männer, wie in Abbildung 1.1 zu erkennen ist.

Die TEA-Gründungsquote (Total early-stage Entrepreneurial Activity) bezeichnet den Anteil der 18- bis 64-Jährigen, die innerhalb der letzten dreieinhalb Jahre ein Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei waren, zu gründen.

Seit 2019 – mit Ausnahme des Pandemiejahres 2020 – ist in Deutschland die Gründungsaktivität bei Frauen jedoch deutlich gestiegen. Während sie sich bis 2018 zwischen 3 % und 5 % bewegte, erreichte sie 2024 mit 8,5 % einen neuen Spitzenwert. Das ist die bislang höchste gemessene TEA-Gründungsquote für Frauen in Deutschland. Auch die Gründungsquote der Männer in Deutschland nahm in den letzten Jahren zu. Gleichzeitig verringerte sich der Gendergap: 2024 lag der Unterschied zwischen den Gründungsquoten von Männern und Frauen nur noch bei 2,5 Prozentpunkten.

Abb. 1.1:
TEA-Gründungsquoten von Männern und Frauen, in Deutschland 2004–2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2004–2006 und 2008–2024

Für das Jahr 2007 wurden keine Daten erhoben.

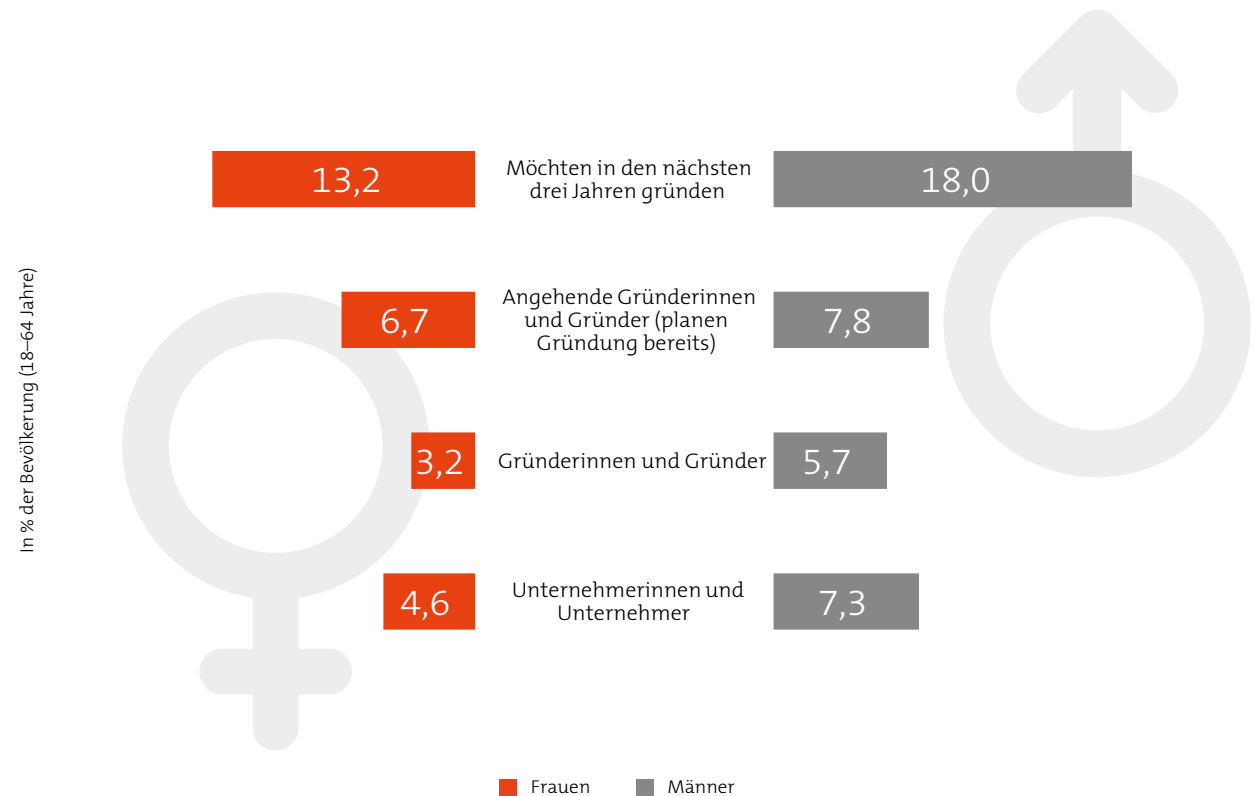
In Bezug auf eine bessere Ausschöpfung der Gründungspotenziale von Frauen ist zu hoffen, dass dies auf eine dauerhafte Angleichung der Gründungsquoten hindeutet, was die nächsten Jahre allerdings noch zeigen werden.

In jeder Gründungsphase – von der unternehmerischen Absicht bis zur erfolgreichen Umsetzung des Unternehmens – sind Frauen seltener vertreten als Männer (siehe Abbildung 1.2).

Besonders deutlich zeigt sich der Unterschied bei einer ersten Gründungsabsicht. Im Jahr 2024 stimmten 13,2 % der Frauen in Deutschland der Aussage zu, in den nächsten drei Jahren ein Unternehmen gründen zu wollen. Unter Männern lag dieser Anteil bei 18 %. Als angehende Gründerinnen, also diejenigen, die bereits konkrete Schritte in Richtung Unternehmensgründung unternommen haben, wurden 2024 6,7 % der 18- bis 64-jährigen Frauen kategorisiert, unter Männern waren es 7,8 %. Lediglich 3,2 % der Frauen haben tatsächlich ein Unternehmen gegründet, das jünger als dreieinhalb Jahre alt ist (unter Männern 5,7 %). Knapp 5 % der Frauen waren 2024 außerdem in Besitz eines etablierten Unternehmens, das älter als dreieinhalb Jahre ist, während Männer zu 7,3 % etablierte Unternehmer sind.

Abb. 1.2:

Frauen und Männer – von der Gründungsabsicht zum Unternehmertum, in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

Insgesamt zeigt sich, dass sich besonders viele Männer für eine Gründung in den nächsten drei Jahren interessieren (18 %), während die Quote der Männer, die tatsächlich eine Gründung planen, um mehr als 10 Prozentpunkte kleiner ist (7,8 %). Unter Frauen ist dieser Unterschied etwas geringer – die Quote der angehenden Gründerinnen (6,7 %) ist nur um 6,5 Prozentpunkte geringer als die der Gründungsinteressierten (13,2 %). Eine mögliche Erklärung dafür, dass die Diskrepanz zwischen Gründungsabsicht und tatsächlicher Gründungsplanung bei Frauen etwas kleiner ausfällt, kann die These sein, dass Frauen ihre Gründungsabsichten tendenziell vorsichtiger oder realistischer einschätzen. Studien deuten darauf hin, dass Frauen bei der Bewertung unternehmerischer Chancen sowie der eigenen Fähigkeiten zurückhaltender sind als Männer und potenzielle Barrieren stärker gewichten (vgl. Camelo-Ordaz, Diáñez-González & Ruiz-Navarro, 2016; Shinnar et al., 2018). Dadurch bezeichnen sich möglicherweise von vornherein weniger Frauen als gründungsinteressiert, was wiederum die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass ein erklärtes Gründungsinteresse tatsächlich in eine konkrete Gründungsplanung übergeht. Zudem gründen Frauen häufiger in Branchen mit vergleichsweise niedrigen Markteintrittsbarrieren, etwa im sozialen oder konsumorientierten Bereich (vgl. Gorynia-Pfeffer & Schauer, 2025), was die Umsetzung von Gründungsvorhaben zusätzlich erleichtern kann.

1.2 Gründungsaktivitäten von Männern und Frauen in Deutschland und im internationalen Vergleich

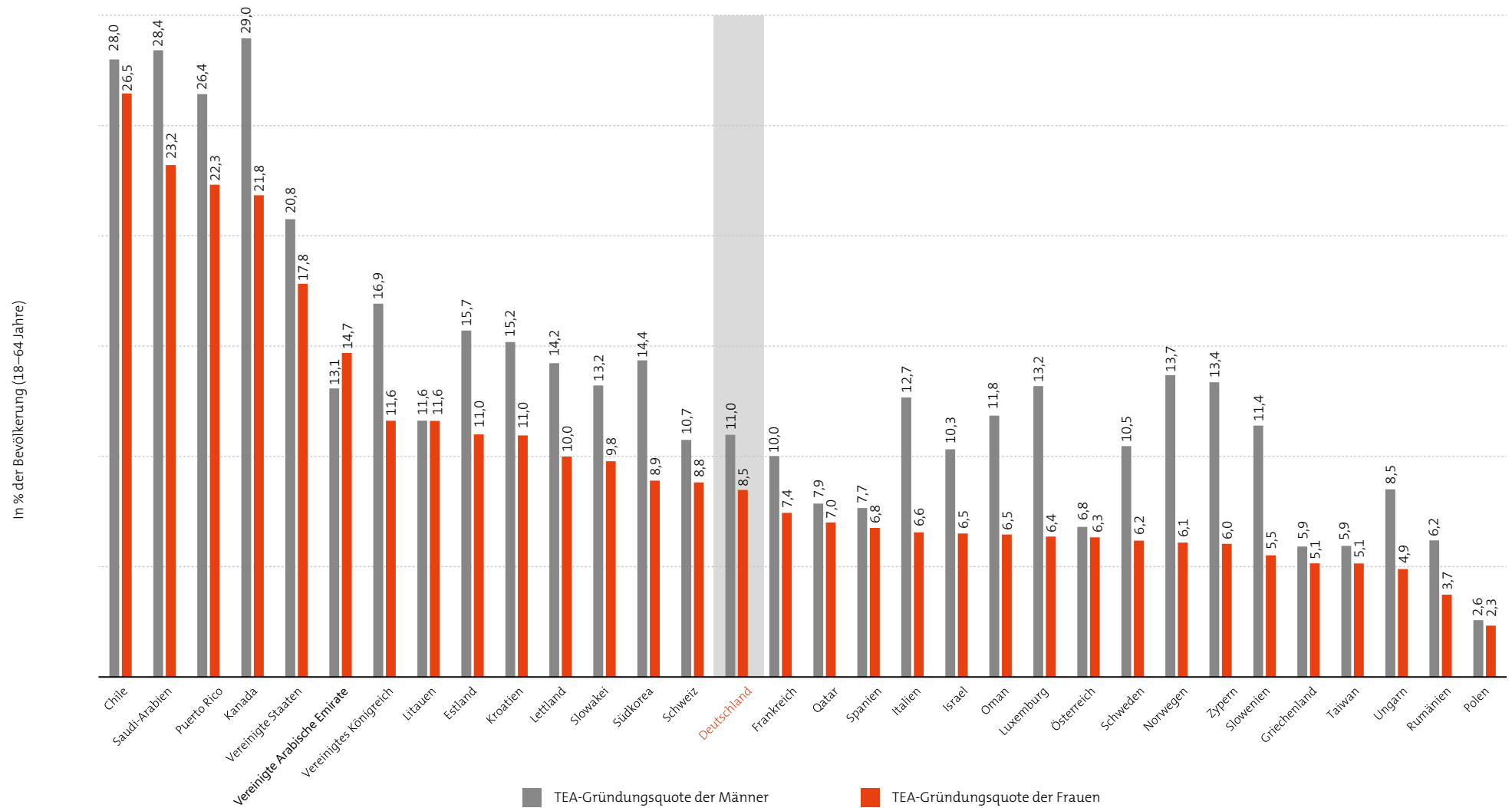
In Abbildung 1.3 sind die TEA-Gründungsquoten der Männer und Frauen für alle einkommensstarken 2024 am GEM teilnehmenden Nationen dargestellt. Einkommensstarke Nationen werden gemäß der Klassifikation der Weltbank für das Jahr 2025 als solche mit einem Bruttoinlandsprodukt von mehr als 14.005 US-Dollar definiert. Hier fällt auf, dass der Gendergap in den Gründungsquoten kein rein deutsches, sondern ein internationales Phänomen ist. In fast allen weiteren einkommensstarken Nationen gründeten oder planten 2024 mehr Männer ein Unternehmen als Frauen.

Gleichzeitig ist der Gendergap in Deutschland noch vergleichsweise moderat ausgeprägt. In einigen einkommensstarken Nationen, wie beispielsweise Norwegen, dem Vereinigten Königreich oder Kanada sind die Geschlechterunterschiede deutlich stärker ausgeprägt. In Norwegen beispielsweise waren 6,1 % der weiblichen Bevölkerung 2024 gerade dabei zu gründen oder haben in den letzten dreieinhalb Jahren gegründet. Unter Männern waren es in Norwegen mit einer Gründungsquote von 13,7 % mehr als doppelt so viele. In Deutschland gründeten oder planten 2024 8,5 % der Frauen ein neues Unternehmen, unter Männern waren es 11 %. Mit diesem Gendergap von 2,5 Prozentpunkten bewegt sich Deutschland im vorderen Drittel, 20 der 31 Vergleichsländer haben größere Geschlechterunterschiede in den Gründungsquoten. In manchen Nationen wiederum ist der Gendergap nicht vorhanden

(Litauen, Gendergap Prozentpunkte 0) bzw. sehr klein, wie beispielsweise in Polen (Prozentpunkte 0,3) oder Österreich (Prozentpunkte 0,5).

Warum gründen Frauen weniger als Männer? Die wissenschaftliche Literatur im Bereich der Gründungsforschung bietet eine Vielzahl von Erklärungen für den Gendergap zwischen Männern und Frauen bezüglich der Häufigkeit von Gründungsaktivitäten. Zu den wichtigsten Erklärungen für die geringeren Gründungsaktivitäten der Frauen gehört der Aspekt der „gender inequality“, der besagt, dass Männer und Frauen in der Gesellschaft nicht als gleichberechtigt behandelt werden (vgl. Terrell & Troilo, 2010), die Ausprägung der nationalen Gründungs- und Wirtschaftspolitik (vgl. Coleman et al., 2019) und kulturell-gesellschaftliche Faktoren, wie Geschlechternormen und die Rolle von Frauen in der Familie (vgl. Feldmann, Lukes & Uhlaner, 2022). Darüber hinaus wirken sich die Problematik des „gender funding gap“ (vgl. Ewens & Townsen, 2020), die Übernahme eines größeren Anteils der Care-Arbeit für Kinder und Familie durch Frauen (vgl. Ekinsmyth, 2022) oder fehlende weibliche Rollenvorbilder insbesondere im MINT-Bereich (vgl. Tal et al., 2024) negativ auf die Anzahl der Gründungen durch Frauen aus. Außerdem unterscheiden sich Männer und Frauen hinsichtlich ihrer Präferenzen und Gründungseinstellungen (vgl. Croson & Gneezy, 2009) und Frauen sind tendenziell risikoaverser (vgl. Gimenez-Jimenez et al., 2022). Auf die Frage, wie sich die Gründungsmotive und -einstellungen von Frauen und Männern unterscheiden, wird im nächsten Kapitel eingegangen.

Abb. 1.3:
TEA-Gründungsquoten von Frauen und Männern, in einkommensstarken Ländern 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2024



Kernaussagen

Der Anteil der TEA-Gründerinnen, die zugestimmt haben, ein Unternehmen zu gründen, um die „Welt zu verändern“, an der Gesamtbevölkerung in Deutschland liegt mit 3,8 % im Mittelfeld im internationalen Vergleich.

Das Streben nach „großem Wohlstand und hohem Einkommen“ (4,9 %) sowie die „Bestreitung des Lebensunterhalts“ (4,8 %) sind die Gründungsmotive, bei denen der Anteil der Gründerinnen an der Gesamtbevölkerung in Deutschland, die diesen zustimmen am größten ist.

Eine vergleichsweise weniger wichtige Rolle spielt die „Fortführung einer Familientradition“ (2,6 %).

Verglichen mit Männern sehen Frauen seltener gute „Gründungschancen“ und glauben seltener, die erforderlichen „Gründungsfähigkeiten“ zu besitzen. Dies betrifft nicht nur Deutschland, sondern auch die anderen analysierten GEM-Länder mit hohem Einkommen.

Bei der Einschätzung der „Angst vor dem Scheitern“ bestehen im Jahr 2024 ebenfalls Unterschiede zwischen beiden Geschlechtern. Nur in Südkorea gibt es weniger Frauen als Männer, die aufgrund der Angst vor dem Scheitern von einer Gründung absehen würden.

Dr. Natalia Gorynia Pfeffer

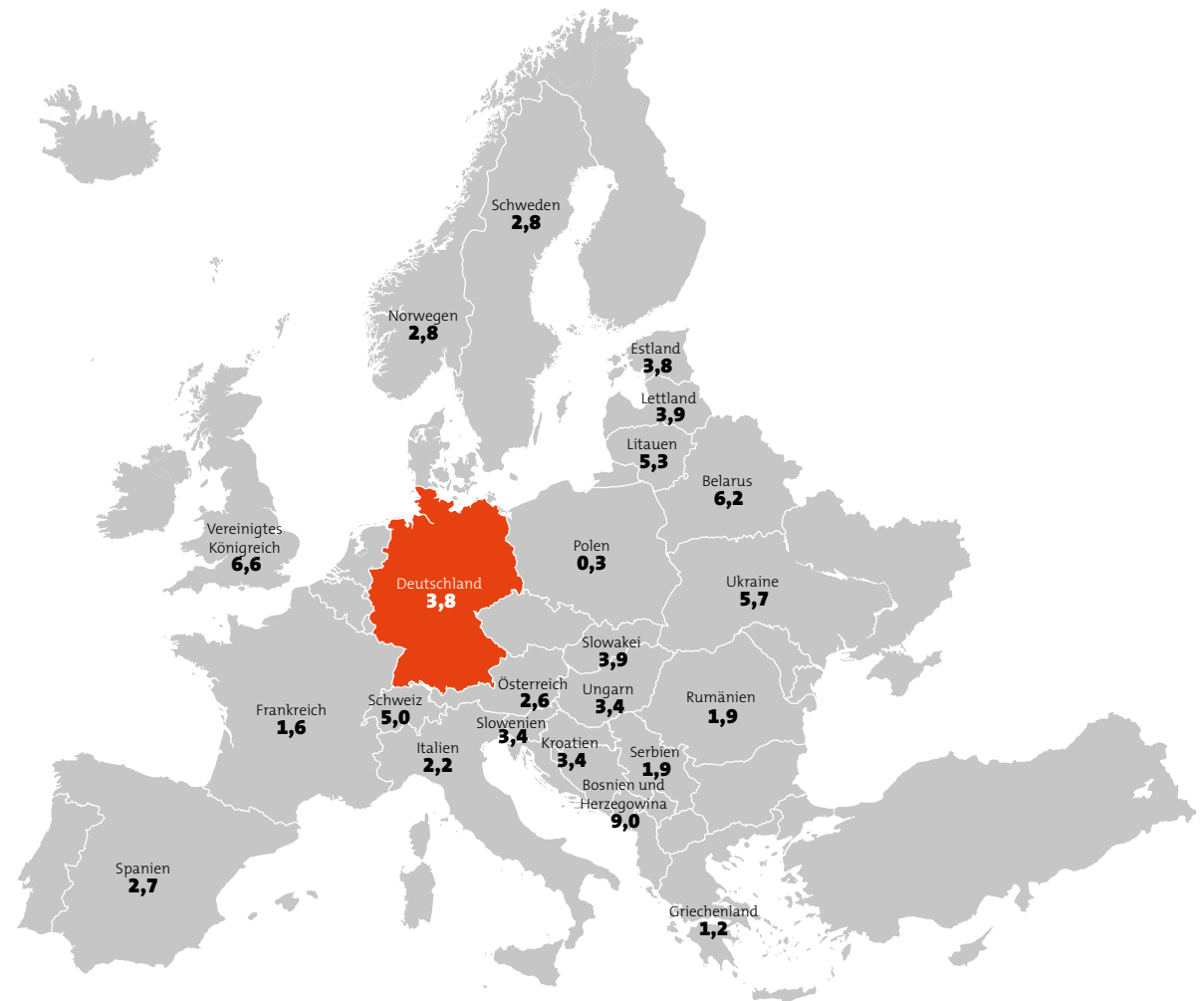
2.1 Gründungsmotive nach Geschlecht in Deutschland und im internationalen Vergleich

Im Rahmen des GEM werden vier Gründungsmotive untersucht: „Um die Welt zu verändern“, „Um großen Wohlstand oder sehr hohes Einkommen zu erreichen“, „Um eine Familientradition fortzuführen“ und „Um den Lebensunterhalt zu verdienen, weil Arbeitsplätze rar sind“. Nachfolgend wird der Anteil der Frauen und Männer, die einem Gründungsmotiv zustimmen, an der Gesamtbevölkerung ausgewiesen. Die Zustimmung wurde anhand einer 5er-Likert-Skala durch die beiden positiven Antwortoptionen „Stimme voll zu“ (5) und „Stimme zu“ (4) erfasst. Es waren Mehrfachnennungen möglich, was bedeutet, dass die befragten TEA-Gründerinnen und -Gründer alle Gründungsmotive bewerten konnten.

In Abbildung 2.1 ist der Anteil der TEA-Gründerinnen, die zugestimmt haben, ein Unternehmen zu gründen, um die Welt zu verändern, an der Gesamtbevölkerung abgebildet. Somit befindet sich Deutschland im Vergleich europäischer GEM-Länder im oberen Mittelfeld und ist auf einem ähnlichen Niveau wie beispielsweise Estland. Im Vergleich zu anderen GEM-Ländern mit hohem Einkommen befindet sich Deutschland im

Abb. 2.1:

TEA-Gründerinnen mit dem Gründungsmotiv „Die Welt verändern“, im europäischen Vergleich 2024



Anteil der TEA-Gründerinnen, die gründen, um die Welt zu verändern, an der Gesamtbevölkerung in Prozent

Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2024

unteren Mittelfeld. Der Anteil der TEA-Gründerinnen mit dem Gründungsmotiv „Welt zu verändern“ an der Gesamtbevölkerung war beispielsweise in Ländern wie Kanada (14,2 %), Südkorea (11,9 %) und in den USA (11,3 %) viel höher als in Deutschland. Etwas zu bewirken und ein gemeinnütziges Ziel zu verfolgen, scheint für die Gründerinnen in Deutschland wichtig zu sein und kann mit hohen Werten in Bezug auf ökonomische Effekte bestätigt werden, die im Kapitel 5 ausführlicher dargestellt werden. Laut dem Social Entrepreneurship Monitor ist der Anteil von Gründerinnen im Impact-Bereich in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen (vgl. Kiefl et al., 2024). Auch der Green Startup Report 2025 zeigt, dass der Anteil an Start-ups, in denen Frauen laut Handelsregister in der Geschäftsführung sind, mit 22 % unter grünen Start-ups deutlich höher ist als in nichtgrünen Start-ups (17 %) (vgl. Fichter et al., 2025). Dieses Ergebnis bestätigt, dass nachhaltigkeitsorientierte Gründungen für Frauen besonders attraktiv sind.

Bei der Betrachtung der Gründungsmotive für beide Geschlechter in den ausgewählten GEM-Ländern fällt auf, dass sowohl die befragten TEA-Gründerinnen als auch TEA-Gründer am häufigsten monetäre Beweggründe haben – sei es, um hohes Einkommen zu erreichen oder um den Lebensunterhalt zu verdienen. Auffällig ist aber auch, dass der Anteil der TEA-Gründer mit diesem Gründungsmotiv an der Bevölkerung größer ist als der Anteil der TEA-Gründerinnen mit

diesem Gründungsmotiv an der Gesamtbevölkerung. Am häufigsten stimmen in Deutschland die TEA-Gründerinnen der Aussage zu, mit ihrem neuen Unternehmen „sehr hohes Einkommen und großen Wohlstand“ erreichen zu wollen (4,9 %). An der Spitze stehen hier die USA (12,1 %) und Kanada (15,1 %), bei denen der Anteil der Gründerinnen an der Gesamtbevölkerung, die aufgrund dieses Gründungsmotivs gegründet haben, größer ist als in Deutschland. Ähnlich häufig ist mit 4,8 % der Anteil der TEA-Gründerinnen an der Bevölkerung unternehmerisch aktiv, um den Lebensunterhalt zu verdienen, weil Arbeitsplätze rar sind. Die höchsten Zustimmungswerte werden auch in den USA (11,9 %) und Kanada (15,9 %) notiert. Dagegen sind die niedrigsten Zustimmungswerte hinsichtlich der Notgründungen durch Frauen in Schweden (2,0 %) bzw. in Norwegen (2,4 %). Sowohl hinsichtlich des Lebensunterhalts als auch in Bezug auf Gewinnstreben sind diese Ergebnisse mit der relativ gesellschaftlichen Orientierung im angelsächsischen Nordamerika gegenüber Skandinavien zu erklären.

Weniger wichtig hingegen ist die „Fortführung einer Familientradition“ nicht nur in Deutschland (Zustimmungswerte 2,6 % der TEA-Gründerinnen), sondern auch in anderen Ländern, wie z. B. in Schweden und Spanien (jeweils 1,1 %), Österreich (1,4 %) und der Schweiz (1,6 %).

2.2 Gründungseinstellungen nach Geschlecht in Deutschland und im internationalen Vergleich













Mögliche Ursachen für den Gendergap in den Gründungsquoten (Siehe Kapitel 1) sind Unterschiede bezüglich der Gründungseinstellungen zwischen Männern und Frauen. Die Ergebnisse der im GEM repräsentativ gemessenen Gründungseinstellungen der Gesamtbevölkerung werden im Folgenden dargestellt.

Das erste Merkmal, mit dem im GEM die Gründungseinstellungen gemessen werden, adressiert die Einschätzung der Gründungschancen in der Region, in der die Befragten leben, in den kommenden sechs Monaten. Auffällig ist, dass diese Gründungschancen von Männern positiver bewertet werden als von Frauen. Dies betrifft nicht nur Deutschland, sondern auch viele andere GEM-Länder mit hohem Einkommen. Im Jahr 2024 stimmten ca. 37 % der Frauen und knapp 48 % der Männer in Deutschland dem Statement „guter regionaler Gründungschancen“ zu oder stark zu. Auffällig ist, dass die Unterschiede zwischen Männern und Frauen am geringsten in Norwegen sind (1,3 Prozentpunkte) und am größten in Schweden (12,6 Prozentpunkte; vgl. Abbildung 2.2).

Das zweite Merkmal betrifft die Frage, wie Frauen und Männer ihr Wissen, ihre Fähigkeiten und ihre Erfahrungen einschätzen, die notwendig sind, um ein



Abb. 2.2:
Gründungseinstellungen von Frauen und Männern, im internationalen Vergleich 2024

		Spanien	Italien	Südkorea	Deutschland	Frankreich	Österreich	Schweiz	Vereinigtes Königreich	Kanada	USA	Schweden	Norwegen
													
In % der Bevölkerung (18-64 Jahre)	Einschätzung der Gründungschancen	♀ 25,8	♀ 31,6	♀ 37,2	♀ 37,2	♀ 40,1	♀ 43,1	♀ 44,5	♀ 45,2	♀ 56,2	♀ 57,2	♀ 59,3	♀ 61,2
		♂ 32,9	♂ 38,8	♂ 47,8	♂ 47,8	♂ 45,3	♂ 48,5	♂ 52,5	♂ 53,8	♂ 65,7	♂ 61,3	♂ 71,9	♂ 62,5
	Einschätzung der Gründungsfähigkeiten	♀ 45,0	♀ 50,4	♀ 37,2	♀ 31,3	♀ 38,3	♀ 46,8	♀ 35,0	♀ 46,3	♀ 50,4	♀ 48,4	♀ 36,1	♀ 39,3
		♂ 51,3	♂ 59,9	♂ 47,8	♂ 50,9	♂ 52,1	♂ 63,5	♂ 54,1	♂ 63,0	♂ 67,3	♂ 63,0	♂ 56,1	♂ 59,8
	Einschätzung der Angst vor dem Scheitern	♀ 54,7	♀ 56,5	♀ 34,2	♀ 54,6	♀ 58,0	♀ 47,6	♀ 51,6	♀ 59,8	♀ 55,1	♀ 52,9	♀ 48,2	♀ 39,6
		♂ 49,5	♂ 45,6	♂ 37,5	♂ 43,1	♂ 49,2	♂ 40,0	♂ 43,5	♂ 54,7	♂ 50,0	♂ 46,1	♂ 43,4	♂ 38,5

Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2024

Unternehmen zu gründen. Zum Zeitpunkt der Befragung im Sommer 2024 stimmten ca. 31 % der Frauen und knapp 51 % der Männer in Deutschland dem entsprechenden Statement zu oder voll zu. Auffällig ist, dass die Zustimmungswerte von Männern in allen Ländern höher sind als die von den Frauen. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind groß und betragen beispielsweise in Schweden und in Norwegen ähnlich wie in Deutschland ca. 20 Prozentpunkte. Die geringsten Unterschiede sind in Spanien zu verzeichnen (6,3 Prozentpunkte).

Der geringere Anteil von Frauen in den MINT-Fachrichtungen in Deutschland kann ein Grund sein, warum Frauen seltener unter Gründerinnen bei Start-ups zu finden sind. Die Forschung zeigt, dass aufgrund von Geschlechterstereotypen Mädchen und Jungen unterschiedliche Vorstellungen über die eigenen Fähigkeiten sowie unterschiedliche Interessen entwickeln. Geschlechterstereotype, die bereits durch Eltern und Lehrerinnen und Lehrer weitergegeben werden, können schon früh Bildungspräferenzen beeinflussen (vgl. Viète, Metzger & Lo, 2022, S. 4). Weiterhin kann der hohe Anteil von Frauen bei Studienabschlüssen in Medizin, Rechtswissenschaften oder Literatur und Sprachwissenschaften zum Teil erklären, warum Frauen bei Gründungen in den freien Berufen so stark vertreten sind (vgl. a. a. O., S. 5).

Studien zeigen auch, dass mangelndes Selbstvertrauen ein Hindernis für Unternehmerinnen darstellt (vgl. Amrita et al., 2022; Farroñán et al., 2023). Frauen sind oft mit ausgeprägteren persönlichen Zweifeln konfrontiert und hinterfragen ihre eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen (vgl. Farroñán et al., 2023; Panda, 2018). Dies führt häufig dazu, dass Frauen sich gegen die Gründung eines Start-ups entscheiden, selbst wenn sie eine Idee haben, an die sie glauben, und über die notwendige Motivation und die erforderlichen Fähigkeiten für eine Gründung verfügen. Die Studie von Brush et al. (2017) zeigt, dass wenn Männer und Frauen gleichermaßen in ihre unternehmerischen Fähigkeiten vertrauen, die Wahrscheinlichkeit für eine Unternehmensgründung gleich groß ist, insbesondere auch im Hinblick auf Chancengründungen. Deswegen ist die Selbstwahrnehmung von Frauen hinsichtlich ihrer Human- und Sozialkapitalressourcen von großer Bedeutung. Es ist nicht hinreichend, mehr Frauen gründungsfördernde Kompetenzen zu vermitteln, sondern vor allem ihre Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit in Bezug auf Entrepreneurship zu stärken.

Ein drittes Merkmal, mit dem im GEM die Gründungseinstellungen gemessen werden, ist die Frage, ob die Angst zu scheitern die Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer davon abhalten würde, ein Unternehmen zu gründen. Auch hier zeigen die Ergebnisse, dass die

Angst vor dem Scheitern mehr Frauen als Männer davon abhalten würde, zu gründen – wenn sie es denn in Erwägung zögen. Auffällig ist, dass es nur in Südkorea weniger Frauen als Männer gibt, die aufgrund der Angst vor dem Scheitern von einer Gründung absehen würden. Zu erwähnen ist auch, dass generell in Südkorea sowohl Männer als auch Frauen geringere Zustimmungswerte haben im Vergleich zu den anderen analysierten Ländern mit hohem Einkommen. Die größten Unterschiede zwischen den Männern und Frauen sind in Deutschland (11,5 Prozentpunkte) und die kleinsten in Norwegen (1,1 Prozentpunkte) zu verzeichnen.

Der Unterschied zwischen Männern und Frauen überrascht nicht, denn viele wissenschaftliche Studien zeigen, dass Geschlechterunterschiede in den Risikopräferenzen bestehen. Generell schätzen sich Männer im Durchschnitt risikofreudiger ein als Frauen (vgl. Viète, Metzger & Lo, 2022, S. 4). Die risikoaverse Erziehung kann das Selbstvertrauen und die Bildungswege von Mädchen negativ beeinflussen. Frauen schätzen sich tendenziell als weniger risikoavers ein – häufig durch frühkindliche Sozialisierung bedingt. Um dem entgegenzuwirken, sind langfristige Maßnahmen wie die Sensibilisierung von Eltern und Lehrkräften, die Schaffung positiver weiblicher Vorbilder sowie die Integration von Entrepreneurship Education in die Lehrpläne notwendig (vgl. a. a. O.).



3 }

Was zeichnet
TEA-Gründerinnen aus?



Kernaussagen

Der Anteil der Personen in der Altersgruppe von 18 bis 24 Jahren beträgt bei den TEA-Gründern 19,8 %, bei den TEA-Gründerinnen sind es nur 9,5 %.

Insbesondere bei Frauen hängt der Karriereweg der Gründung überproportional stark mit der Abstammung aus einem unternehmerischen Elternhaus zusammen.

TEA-Gründerinnen haben häufiger einen akademischen Abschluss (51,9 %) als TEA-Gründer (40,9 %).

Unter den TEA-Gründern ist der Anteil derer, die Kontakte zu fünf oder mehr anderen Gründungspersonen haben, mit 16,4 % höher als bei den TEA-Gründerinnen, bei denen es nur 10,3 % sind.

Armin Baharian

3.1 TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Alter und nach Bildungsabschluss in Deutschland und im internationalen Vergleich

Bei Betrachtung der TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Altersgruppen wird sichtbar, dass in Deutschland in 2024 in beiden Geschlechtern jeweils die Anteile in den jüngeren Altersgruppen zwischen 18 und 44 Jahren mit Werten zwischen 20 % bis 35 % höher sind, als in den älteren Altersgruppen zwischen 45 und 64 Jahren, mit Werten jeweils um die 10 %. Die TEA-Gründerinnen sind mit einem Altersdurchschnitt von 38,7 Jahren gut drei Jahre älter als die TEA-Gründer, bei denen der Durchschnitt 35,6 Jahre beträgt. Ein großer Unterschied wird in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen sichtbar. Der Anteil an Personen in dieser jüngsten im GEM betrachteten Altersgruppe beträgt bei den TEA-Gründern 19,8 %, innerhalb der Gruppe der TEA-Gründerinnen ist er dagegen nur 9,5 %.

Bei den TEA-Gründerinnen ist dahingegen im Vergleich zu den TEA-Gründern der Anteil in der mittleren Altersgruppe der 35-44-Jährigen mit einer Differenz von 6,5 Prozentpunkten (29,9 % bei den Frauen und 23,4 % bei den Männern) höher. In den anderen Altersgruppen

bestehen in Deutschland zwischen den TEA-Gründerinnen und den TEA-Gründern keine bzw. nur geringe Unterschiede. Der internationale Vergleich in Abbildung 3.1 zeigt anhand der negativen Werte für Österreich, Italien, Südkorea und Spanien, dass im Gegensatz zu Deutschland der Anteil der TEA-Gründerinnen in der Altersgruppe von 18-24 Jahren höher ist als bei den TEA-Gründern. Dies hat unterschiedliche Gründe. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass in Österreich an Schulen die Vermittlung von Wirtschaftswissen und das eigene Entwickeln von unternehmerischen Ideen (in den Sekundarstufen I und II) durch einen „nationalen Aktionsplan Entrepreneurship Education“, der von verschiedenen Ministerien, dem Bundeskanzleramt und Stakeholdern im Bereich Wirtschaft/Schule vorangetrieben und hinterlegt mit Zielen systematisch ausgeweitet wird (vgl. Bundesministerium für Bildung, 2025). Schülerinnen – und auch Schüler – kommen somit in Kontakt mit dem Thema Unternehmertum. Auch in Deutschland bestehen in Bezug auf junge Menschen an Schulen Aktivitäten im Bereich Entrepreneurship Education, in denen Schülerinnen (und Schüler) erste Erfahrung mit unternehmerischem Handeln und Denken machen können, diese sind im Initiativkreis „Gründung in school“ gebündelt (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft Energie, 2025). Eine Analyse auf Ebene der Bundesländer in Deutschland

zeigt, dass verpflichtender Wirtschaftsunterricht an Gymnasien dann eine gründungssteigernde Wirkung – es wurde eine Steigerung von 4 Prozentpunkten bezüglich der unternehmerischen Aktivität gemessen – im späteren Leben der Schülerinnen und Schüler erzeugt, wenn der Unterricht individuelle Initiative, Eigenverantwortung und wirtschaftliche Lebensführung betont. In Bundesländern, in denen der Lehrplan im Fach Wirtschaft hauptsächlich ökonomische Theorien, Preisbildungsmechanismen oder makroökonomische Zusammenhänge behandelt, lässt sich kein gründungssteigernder Effekt eines solchen Unterrichts im späteren Leben messen (vgl. Tumasjan et al., 2025).













Sowohl bei den TEA-Gründerinnen als auch den TEA-Gründern in Deutschland im Jahr 2024 ist ein Studium (Hochschul- oder Fachhochschulabschluss) die häufigste Abschlussart. Dabei ist der Anteil der akademischen Abschlüsse mit 51,9 % in der Gruppe der Frauen höher als bei den Männern, bei denen er 40,9 % beträgt (Abbildung 3.2). In der Bevölkerung in Deutschland (ab 15 Jahren, Daten aus dem Zensus 2022) haben 20 % einen Studienabschluss (vgl. Statistisches Bundesamt, 2024a). Bei den Studienabschlüssen, die im Jahr 2023 in Deutschland gemacht wurden, betrug der Anteil der Absolventinnen 53 % (vgl. Statistisches Bundesamt, 2025).



Abb. 3.1:

Unterschiede in der Altersverteilung bei TEA-Gründerinnen und -Gründern, im internationalen Vergleich 2024

Differenz in Prozentpunkten zwischen
den Prozentwerten der TEA-Gründer und der
TEA-Gründerinnen je Alterskategorie

	Österreich	Italien	Südkorea	Spanien	Vereinigtes Königreich	Schweiz	Schweden	USA	Norwegen	Frankreich	Kanada	Deutschland
												
18–24 Jahre	-7,7	-6,0	-5,8	-4,2	0,7	1,1	1,8	3,2	3,6	5,0	9,1	10,4
25–34 Jahre	4,3	-5,7	2,0	-8,8	-2,5	-4,9	3,7	2,8	-10,2	-9,7	1,5	-1,3
35–44 Jahre	-1,5	8,4	8,3	2,6	-1,2	-7,8	-0,6	-5,7	-2,5	5,4	-7,4	-6,5
45–54 Jahre	-4,4	-0,3	-8,0	7,7	-0,6	6,5	-9,9	-1,1	10,4	-0,5	-1,0	0
55–64 Jahre	9,4	3,4	3,5	2,7	3,7	5,0	5,0	0,8	-1,5	-0,2	-2,3	-2,4

Lesehilfe: In Deutschland ist der Anteil der 18–24-Jährigen Männer unter allen TEA-Gründern um 10,4 Prozentpunkte höher als der Anteil der 18–24-Jährigen Frauen unter allen TEA-Gründerinnen.

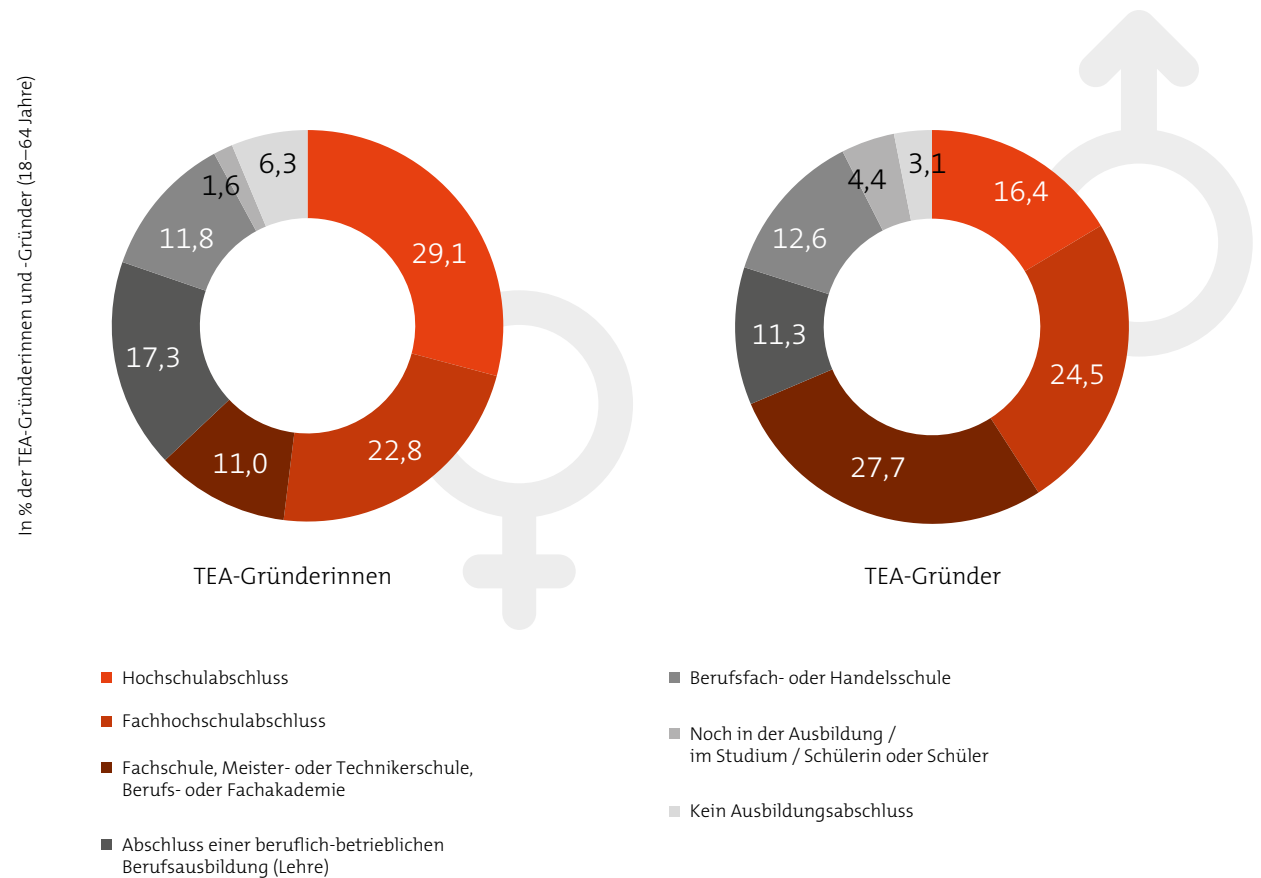
Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2024

Bei den TEA-Gründerinnen ist der Anteil an Personen, die eine beruflich-betriebliche Ausbildung (Lehre) als höchste Abschlussart haben, mit 17,3 % höher als bei den TEA-Gründern mit 11,3 %. In der Bevölkerung in Deutschland (Personen von 15 bis unter 65 Jahre) beträgt der Anteil der Frauen mit einer Lehre/Berufsausbildung als höchsten beruflichen Bildungsabschluss (Werte aus 2021) 44,1 %, bei den Männern sind es 44,6 % (vgl. WSI, 2023). Auch bei den Personen, die keinen Ausbildungsabschluss haben, ist der Anteil bei den TEA-Gründerinnen höher, er ist mit 6,3 % etwas mehr als doppelt so hoch wie in der Gruppe der TEA-Gründer (3,1 %). In der Gesamtbevölkerung in Deutschland (Werte aus 2021, Personen von 15 bis unter 65 Jahre) ist der Anteil an Männern (20,4 %) und Frauen (20,2 %) ohne beruflichen Bildungsabschluss nahezu gleich (vgl. WSI, 2023).

Im zulassungspflichtigen Handwerk ist die Meisterprüfung grundsätzlich Voraussetzung für die Gründung eines Betriebes. Die Abschlusskategorie, zu der die Meisterprüfung zählt – Abschluss einer Fachschule, Meister- oder Technikerschule, Berufs- oder Fachakademie – kommt bei TEA-Gründern mit 27,7 % deutlich häufiger vor als bei TEA-Gründerinnen mit 11 %. Analog zu den höheren Werten in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen ist bei den TEA-Gründern der Anteil an Personen, die in der Ausbildung, im Studium oder noch in der Schule sind, mit 4,4 % deutlich höher als bei den TEA-Gründerinnen mit 1,6 %.

Abb. 3.2:

TEA-Gründerinnen und -Gründer nach höchstem Ausbildungsabschluss, in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

3.2 TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Selbstständigkeit der Eltern in Deutschland

Personen, die aus unternehmerischen Familien stammen, gehen überdurchschnittlich häufig den Karriereweg der Gründung. In Deutschland ist im Jahr 2024 bei TEA-Gründerinnen und -Gründern der Anteil der Personen, bei denen mindestens ein Elternteil selbstständig ist oder war, vergleichsweise hoch. Bei den TEA-Gründerinnen beträgt der Wert 40,9 %, bei den TEA-Gründern sind es 35,1 %. Sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen in der Bevölkerung in Deutschland, die keine TEA-Gründungspersonen sind, sind die diesbezüglichen Anteile deutlich geringer – bei den Frauen sind es 25,3 % und bei den Männern 26,6 %. Das Ergebnis zeigt, dass insbesondere bei Frauen der Karriereweg der Gründung überproportional stark mit einem unternehmerischen Elternhaus zusammenhängt. In unternehmerischen Familien ist ein entsprechendes Rollenvorbild vorhanden, findet oft eine Weitergabe von ökonomischem Wissen statt und sind häufig die Zugangsmöglichkeiten zu Kapital gut ausgeprägt. Rollenvorbilder, Entrepreneurship Education und Gründungsfinanzierung sind somit neben anderen Aspekten Ansatzpunkte, die dazu beitragen können, dass künftig mehr Frauen aus Haushalten, in denen die Eltern nicht unternehmerisch aktiv sind, ebenfalls den Karriereweg der Gründerin einschlagen (vgl. Hirschfeld et al., 2024, S. 18; Sternberg et al., 2024, S. 77). Nimmt man die Unternehmerinnen und Unternehmer als Vergleichsgruppe für die TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer, zeigen

sich auch hier hohe Werte bezüglich der unternehmerischen Aktivität der Eltern, auch hier ist der Anteil bei den Frauen (53,6 %) etwas höher ist als bei den Männern (47,3 %).

3.3 TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Anzahl der Kontakte zu Gründungspersonen (Gründungsnetzwerk) in Deutschland

Generell haben TEA-Gründerinnen und -Gründer häufiger ein ausgeprägteres persönliches Kontaktenetzwerk mit anderen Gründerinnen und Gründern als Personen, die kein Unternehmen gründen. Ein sehr ausgeprägtes persönliches Kontaktenetzwerk mit anderen Gründerinnen und Gründern wird im GEM als Vernetzung mit fünf oder mehr entsprechenden Personen gemessen. Unter den TEA-Gründern fallen 16,4 % in diese Kategorie, bei den TEA-Gründerinnen sind es dagegen nur 10,3 %. Das Thema der Kontaktnetzwerke spielt für beide Geschlechter eine wichtige Rolle. Bei der Frage nach den sie interessierenden Themen und Informationswünschen im Bereich Gründung bejaht jede zweite TEA-Gründerin (50,2 %, Mehrfachantworten möglich) das Thema Gründungsnetzwerke, bei den TEA-Gründern (47,9 %) spielen Informationen zu Gründungsnetzwerken eine nahezu ebenso große Rolle (vgl. Gorynia-Pfeffer & Baharian, 2025, S. 2). Bei den Personen in der allgemeinen Bevölkerung in Deutschland, die keine TEA-Gründerinnen oder TEA-Gründer sind, zeigt die Analyse, dass Frauen insgesamt einen etwas geringeren Kontakt zu Gründungspersonen haben als

Männer. So sind es hier bei den Männern 60,5 %, die gar keinen Kontakt zu Gründungspersonen haben, bei den Frauen sind es 6,2 Prozentpunkte mehr (66,7 %). Eine gezielte Ansprache und Information von Frauen zum Thema Gründung und zu Gründungsnetzwerken ist eine der Möglichkeiten, damit künftig mehr Frauen die Gründung als möglichen Karriereweg für sich wahrnehmen (vgl. Gorynia-Pfeffer & Baharian, 2025, S. 1–2).

3.4 Angehende Gründerinnen und angehende Gründer nach derzeitiger beruflicher Situation in Deutschland

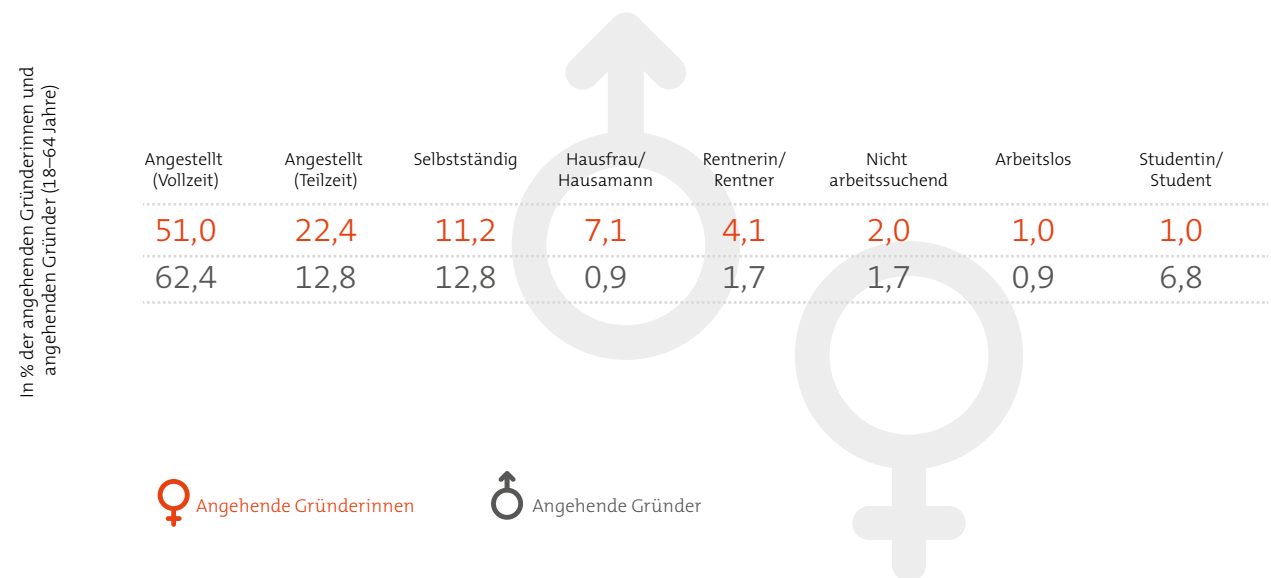
Die Analyse der derzeitigen beruflichen Situation angehender Gründerinnen und angehender Gründer zeigt teils größere Unterschiede zwischen Frauen und Männern. So beträgt der Anteil der Studenten, die aktiv Schritte hin zu einer Gründung unternehmen, unter allen Männern, die eine Gründung vorbereiten und anstreben, 6,8 %, in der Gruppe der Frauen beträgt dieser Anteil bezogen auf Studentinnen dagegen nur 1 %. Eine Studie kommt zu dem Ergebnis, dass bei den Start-up-Gründerinnen Frauen seltener schon in der Jugend oder im Studium den Wunsch entwickeln (auf 43 % der Start-up-Gründerinnen trifft dies zu), eine unternehmerische Karriere einzuschlagen, als es bei Start-up-Gründern der Fall ist (bei denen dies auf 65 % zutrifft) (vgl. Hirschfeld et al., 2005, S. 6).

Umgekehrt ist auffällig, dass der Anteil der Rentnerinnen unter den angehenden Gründerinnen mit 4,1 % etwas mehr als doppelt so hoch ist als der Anteil der Rentner

unter den angehenden Gründern, der nur 1,7 % beträgt. Deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern liegen auch bezogen auf das Angestelltenverhältnis vor. Bei den angehenden Gründerinnen ist der Anteil derer, die in Teilzeit arbeiten, nahezu doppelt so hoch wie bei den angehenden Gründern. Umgekehrt ist der Anteil der angehenden Gründer, die in Vollzeitbeschäftigung angestellt sind, höher als bei den angehenden Gründerinnen. Der Anteil der Personen, die arbeitslos sind, ist dagegen sowohl bei den angehenden Gründerinnen als auch den angehenden Gründern sehr gering. Beim Anteil der Personen, die bereits selbstständig sind und parallel dazu Schritte hin zu einer weiteren Gründung unternehmen, besteht ebenso kein Geschlechterunterschied. Sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern sind rund ein Zehntel potenzielle Seriengründerinnen oder Seriengründer. Der Ergebnisse sind in Abbildung 3.3 dargestellt.

Abb. 3.3:

Angehende Gründerinnen und angehende Gründer nach beruflicher Situation, in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

A hand is shown holding a glowing, translucent globe. The globe is covered in a network of white lines and dots, resembling a digital or global communication network. The background is a deep blue with more network patterns and glowing points of light. A bright light source is visible at the bottom of the globe, creating a lens flare effect.

4 }

Was zeichnet
Unternehmen aus,
die von Frauen gegründet
worden sind?

Kernaussagen

TEA-Gründer weisen im Vergleich zu TEA-Gründerinnen eine stärkere Wachstumsorientierung auf. Knapp 15 % der Gründer erwarten ein besonders hohes Beschäftigtenwachstum. Bei Frauen ist der Anteil mit 10,9 % etwas niedriger.

Eine hohe Exportintensität haben oder erwarten 19,7 % der TEA-Gründerinnen, bei den TEA-Gründern sind es nur 13,7 %.

Der Anteil der TEA-Gründer, die nach der OECD-Klassifikation in Branchen mit mittlerer oder hoher Technologieintensität tätig sind bzw. tätig sein werden, ist nahezu dreimal so hoch (14,9 %) wie bei den TEA-Gründerinnen (5,5 %).

Bei den TEA-Gründerinnen ist der Anteil derer, die Künstliche Intelligenz für ihr Geschäftsmodell und die Geschäftsstrategie als sehr wichtig einschätzen, mit 27,5 % deutlich geringer als bei den TEA-Gründern, bei denen es 40,4 % sind.

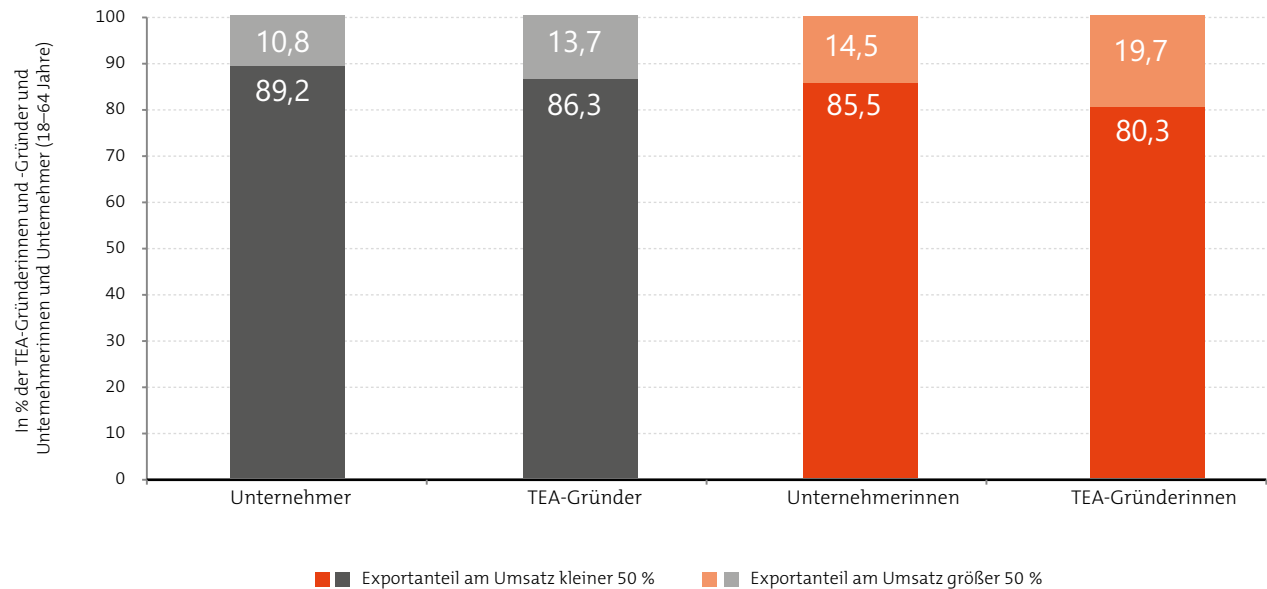
4.1 Beschäftigungseffekte und Exportintensität der Gründungen in Deutschland

Im vorliegenden Absatz stehen Beschäftigungseffekte durch Gründerinnen und Gründer im Mittelpunkt der Betrachtung. Dabei geht es sowohl um Mitarbeitende des neu gegründeten Unternehmens als auch um Aufträge an Subunternehmen (die ausschließlich für die Gründenden arbeiten). Hieraus kann dann je Gründenden ein Durchschnittswert berechnet werden. Dieser liegt für Gründer bei 29 Personen und für Gründerinnen bei 21 Personen. Die Angaben lassen jedoch keine Rückschlüsse auf den Umfang der Beschäftigung und die tatsächlich geschaffenen Arbeitsplätze zu. Die Werte beziehen sich auf den Befragungszeitpunkt im Sommer 2024 und den Schätzungen der Gründerinnen und Gründer.

Der KfW-Gründungsmonitor kommt zu dem Ergebnis, dass Gründerinnen und Gründer in Deutschland gerne noch mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt hätten, dies trifft in 2024 auf knapp die Hälfte der Neugründungen mit Beschäftigten und jede zehnte Neugründung ohne Beschäftigte zu. Geschuldet ist dies dem Fehlen entsprechend geeigneter Personen im Arbeitsmarkt (vgl. Metzger 2025, S. 7). Dies deutet darauf hin, dass bezogen auf die Anzahl der Arbeitsplätze, die Gründerinnen und Gründer geschaffen haben, ein noch höheres Maß erreichbar wäre.

Abb. 4.1:

TEA-Gründerinnen und -Gründer sowie Unternehmerinnen und Unternehmer mit mehr als 50 % Exportanteil am Umsatz, in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

Die Betrachtung des nachfolgend beschriebenen erwarteten Arbeitskräftewachstums erfolgt aus Sicht der TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer. Ein hohes zukünftiges Arbeitskräftewachstum, das ein Erfolgsmerkmal für ein neu gegründetes oder geplantes neues Unternehmen sein kann, wird im GEM gemessen, indem die TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer befragt werden, ob sie planen, mindestens zehn oder mehr zusätzliche Personen in den nächsten fünf Jahren zu beschäftigen und die Anzahl ihrer Beschäftigten hierdurch um mindestens 50 % oder mehr gesteigert würde. Der Anteil der TEA-Gründerinnen, die solch ein hohes Beschäftigtenwachstum erwarten, ist mit 10,9 % etwas niedriger als der bei den TEA-Gründern, bei denen es 14,9 % sind. Ein Faktor kann hierbei sein, dass Frauen seltener im Vollerwerb gründen als Männer (vgl. Gorynia-Pfeffer et al., 2024a, S. 5).

Für die deutsche Wirtschaft sind Exporte ein weiterer wichtiger Wohlfandsfaktor. Eine hohe Exportintensität wird im GEM so definiert, dass der Exportanteil mehr als 50 % am gesamten Umsatz des Unternehmens beträgt. Von den TEA-Gründerinnen haben oder erwarten 19,7 % einen solchen hohen Exportanteil, bei den TEA-Gründern liegt der Wert mit 13,7 % um 6 Prozentpunkte niedriger. Betrachtet man die Unternehmerinnen und Unternehmer als Vergleichsgruppe, zeigt sich auch hier das gleiche Bild zwischen den Geschlechtern: Bei den Frauen

beträgt der Anteil an Personen, die mit ihren Unternehmen einen hohen Exportanteil haben 14,5 %, bei Männern beträgt dieser Anteil 10,8 % (Abbildung 4.1).

4.2 TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer nach Technologieintensität der Branche und Innovativität in Deutschland und im internationalen Vergleich

Im GEM wird der Anteil der TEA-Gründerinnen und -Gründer, die nach der OECD-Klassifikation in Branchen mit mittlerer oder hoher Technologieintensität tätig sind bzw. tätig sein werden, an allen TEA-Gründerinnen und -Gründern gemessen. Eine Studie des Stifterverbandes zu F&E-Aufwendungen in der Wirtschaft sowie der öffentlichen Hand als Anteil am BIP, kommt zu folgenden Ergebnissen (Daten für das Jahr 2023): Die Bundesrepublik (3,1 %) liegt im Vergleich der 27 EU-Mitgliedsstaaten auf Platz 4 – hinter Schweden (3,6 %), Belgien (3,3 %) und Österreich (3,3 %) und vor direkten Nachbarn wie z. B. Frankreich (2,2 %) oder den Niederlanden (2,1 %). In Deutschland werden dabei u. a. hohe F&E-Gelder in Branchen wie dem Maschinen- und Automobilbau, der Elektrobranche und der Pharmaindustrie aufgewendet, die für die Stärke der Wirtschaft in Deutschland prägend sind (vgl. Stifterverband 2023, S. 6–13). Die gute Aufstellung bezüglich F&E zeigt sich auch in den GEM-Daten für 2024 bezogen auf TEA-Gründerinnen in Deutschland – im internationalen Vergleich

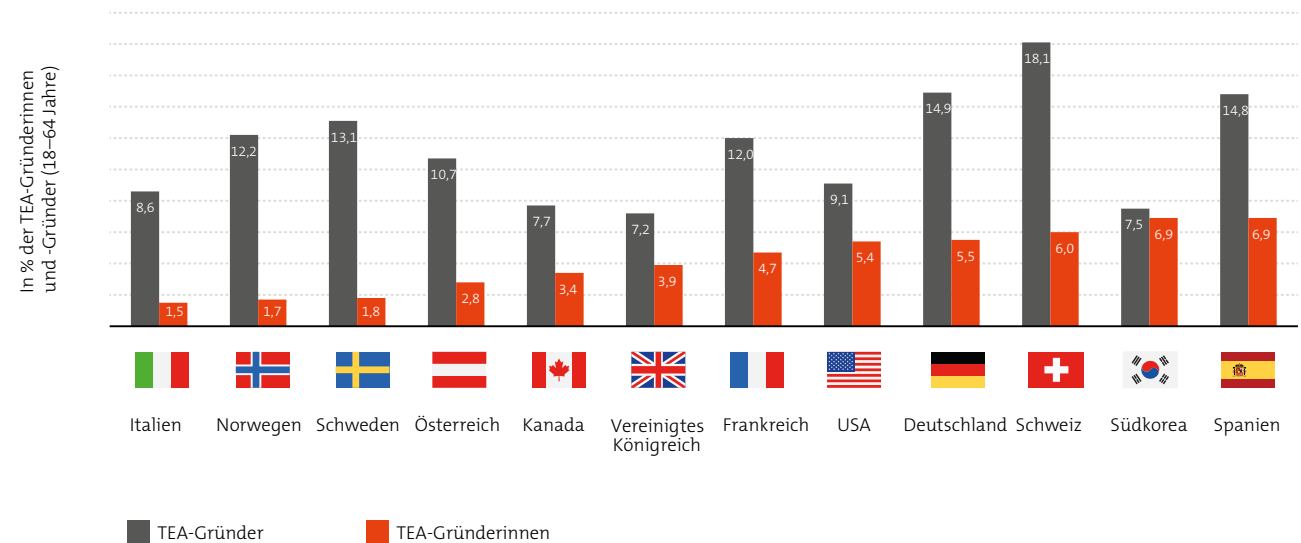
der Gründungen in Branchen mit mittlerer oder hoher Technologieintensität (OECD-Klassifikation). Die Zuordnung einzelner Branchen zu den Kategorien (hohe – mittlere – niedrige Technologieintensität) erfolgt durch Einstufung der F&E-Intensität je Branche, die von der OECD berechnet wird (dabei werden die F&E-Ausgaben mit der Bruttowertschöpfung bzw. Bruttoproduktion ins Verhältnis gesetzt; vgl. Galindo-Rueda & Verger, 2016, S. 6–7). Die deutschen TEA-Gründerinnen schneiden im internationalen Vergleich diesbezüglich relativ gut ab und liegen gleichauf mit den USA (der Vorsprung beträgt 0,1 Prozentpunkte; siehe Abbildung 4.2).

In 2024 ist in Deutschland, dies zeigt der Geschlechtervergleich, der Anteil von TEA-Gründern in Branchen mit mittlerer oder hoher Technologieintensität jedoch nahezu dreimal so hoch wie der diesbezügliche Anteil bei den TEA-Gründerinnen – der Wert bei den Männern beträgt 14,9 %, bei den Frauen 5,5 %. Der internationale GEM-Vergleich zeigt, dass für 2024 in nahezu allen in Abbildung 4.2 betrachteten Ländern in diesem Aspekt ein (oft erheblicher) Gendergap zwischen Frauen und Männern besteht. Eine Ausnahme stellt jedoch Südkorea dar. Ein Grund hierfür kann u. a. sein, dass in Südkorea, das durch eine alternde Bevölkerung gekennzeichnet ist, die Regierung einen starken Fokus auf die Erwerbsbeteiligung von Frauen legt. Sie verfolgt die mittel- und langfristige Strategie, das Potenzial von

Frauen in Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen und Mathematik zu fördern und vollständig zur Entfaltung zu bringen (vgl. Korea Foundation for Women in Science, 2025). In Deutschland bestehen ebenfalls Ansätze der Politik, um die Anzahl der technologie- und wissensintensiven Gründungen durch Frauen zu steigern. Hierzu zählen, neben anderen, Ansätze des Aktionsplans „Mehr Unternehmerinnen für den Mittelstand“ oder die Förderlinie „exist Women“, die Veranstaltungs-, Beratungs- und Betreuungsangebote sowie einen finanziellen Zuschuss für gründungsinteressierte Frauen an Hochschulen und in Forschungseinrichtungen ermöglicht (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, 2023; Bundesministerium für Wirtschaft und Energie & Forschungszentrum Jülich GmbH, 2025). Eine grundlegend positive Nachricht für Deutschland ist, dass laut einer Bildungsstudie der OECD in der Bundesrepublik 35 % aller Personen, die ein Bachelorstudium bzw. damit gleichwertiges Bildungsprogramm abschließen, dies in einem MINT-Fach machen. Deutschland liegt damit deutlich über dem Durchschnitt der OECD-Länder, der bei 23 % liegt (vgl. OECD, 2025).

Abb. 4.2:

Anteil der TEA-Gründerinnen und -Gründer in Branchen mit mittlerer und hoher Technologieintensität, im internationalen Vergleich 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2024















Auch von Innovationen gehen positive Wohlfahrts-
effekte aus. Im GEM wird im Themengebiet u. a. gemessen, inwiefern TEA-Gründerinnen und -Gründer innovative Produkte und Dienstleistungen anbieten oder anzubieten planen. In Abbildung 4.3. ist für Deutschland und internationale Vergleichsländer der Unterschied zwischen den Werten für Männer und Frauen in Prozentpunkten je Innovationskategorie dargestellt. In

Deutschland bieten in 2024 geringfügig mehr TEA-Gründer als TEA-Gründerinnen innovative Produkte oder Dienstleistungen an, die für den Weltmarkt neu sind. So ist der Anteil bei den Männern in der Kategorie „neu für die Welt“ 5,7 % und bei den Frauen sind es 4,8 % (ein Unterschied von 0,9 Prozentpunkten). In der Kategorie „neu für Deutschland“ besteht ein deutlicher Unterschied (von 12,6 Prozentpunkten) mit 18,2 % bei den

Männern und 5,6 % bei den Frauen. In der Antwortkategorie „neu für die Region“ ist dagegen der Wert bei den Frauen mit 29 % deutlich höher als der Anteil bei den Männern mit 15,1 %. Der Anteil der TEA-Gründerinnen, die, bezogen auf Produkte und Dienstleistungen, keine Innovation anbieten oder planen, beträgt 60,5 %, bei den Männern ist der Anteil mit 61 % nur marginal höher.

Abb. 4.3:

Produkt- und Dienstleistungsinnovationen der TEA-Gründer und TEA-Gründerinnen (Differenz je Innovationskategorie), im internationalen Vergleich 2024

	Südkorea	Deutschland	Frankreich	Schweden	Spanien	Italien	Vereinigtes Königreich	USA	Kanada	Österreich	Schweiz	Norwegen
												
Differenz in Prozentpunkten zwischen den Prozentwerten der TEA-Gründer und der TEA-Gründerinnen je Innovationskategorie												
Innovation für den Weltmarkt	-0,4	0,9	1,4	1,6	2,2	2,6	2,6	2,7	3,5	3,9	7,5	12,8
Innovation für das Land	-4,0	12,6	5,4	0,3	0,3	-8,1	1,7	2,3	4,9	2,2	-5,2	3,2
Innovation für die Region	-5,8	-13,9	6,1	-4,5	-1,3	-4,0	-8,6	2,1	-6,0	-6,6	-10,1	-4,9
keine Innovation	10,3	0,5	-12,9	2,6	-1,2	-9,6	4,3	-7,2	-2,4	0,5	7,6	-11,1

Lesehilfe: In Deutschland ist im Jahr 2024 der Anteil der Personen die eine Produkt- und/oder Dienstleistungsinnovation anbieten, die neu für den Weltmarkt ist, bei den TEA-Gründern um 0,9 Prozentpunkte höher als bei den TEA-Gründerinnen.

Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2024

Der internationale Kontext zeigt, dass in Deutschland im Vergleich zu vielen der anderen Länder in 2024 bei den Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die eine Neuheit für den Weltmarkt darstellen, der Unterschied zwischen TEA-Gründerinnen und TEA-Gründern sehr gering ist (siehe Abbildung 4.3). Grundlegend schneiden die deutschen TEA-Gründerinnen gut ab – mit 4,8 % liegen sie auf nahezu gleichem Niveau wie die TEA-Gründerinnen in den USA (4,9 %). Unter den zwölf betrachteten Ländern liegen TEA-Gründerinnen in Deutschland auf dem fünften Platz.

4.3 Der Einfluss Künstlicher Intelligenz auf die unternehmerische Tätigkeit von TEA-Gründerinnen und TEA-Gründern in Deutschland

Die Technologie der Künstlichen Intelligenz ist ein wichtiges Zukunftsfeld. In der Gruppe der TEA-Gründerinnen und der TEA-Gründer in der Kategorie „sehr wichtig“ bestand ein relativ großer Unterschied: Während 45,3 % der TEA-Gründer die Künstliche Intelligenz für die Umsetzung ihres Geschäftsmodells und ihrer Geschäftsstrategie als „sehr wichtig“ ansehen, sind es bei den

TEA-Gründerinnen lediglich 32,1 %. Die Werte der TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer sind nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes als hoch zu bewerten, da nach den Daten des Amtes in 2024 nur 20 % der Unternehmen in Deutschland (Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten) Künstliche Intelligenz nutzten (hierbei ist generell die Nutzung von Künstlicher Intelligenz erfasst, nicht spezifisch bezogen auf die Umsetzung des Geschäftsmodells und der Geschäftsstrategie). Die allgemeine Nutzung von Künstlicher Intelligenz ist niedrigschwelliger umsetzbar als eine Rolle der Technologie in Bezug auf das Geschäftsmodell und die Geschäftsstrategie (vgl. Statistisches Bundesamt 2024b).

Kein großer Unterschied zwischen beiden Geschlechtern besteht in dem Anteil der Personen, die Künstliche Intelligenz im genannten Kontext für nicht wichtig halten – dieser Anteil beträgt jeweils bei den TEA-Gründerinnen und den TEA-Gründern rund 25 %. Der Vergleich der TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer mit den Unternehmerinnen und Unternehmern deckt auf, dass hier tendenziell zwischen Männern und Frauen ein ähnliches Antwortverhalten vorliegt, jedoch sind die Werte

bezüglich des Anteils der Personen, die Künstliche Intelligenz für die Umsetzung ihres Geschäftsmodells und ihrer Geschäftsstrategie als sehr wichtig einschätzen, bei den Unternehmerinnen mit 20,2 % (und Unternehmern mit 27,2 %) deutlich niedriger als bei den TEA-Gründerinnen. Das Ergebnis zeigt, dass die Zukunftstechnologie der Künstlichen Intelligenz bezogen auf die Umsetzung ihres Geschäftsmodells und ihrer Geschäftsstrategie bei mehr TEA-Gründerinnen im Vergleich zur Gruppe der Unternehmerinnen eine wichtige Rolle spielt.

Gleiches gilt auch für die Frage, wie die TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer die Einführung von Künstlicher Intelligenz in ihren Unternehmen in Bezug auf einen positiven Nutzen für die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen einschätzen. Bei den TEA-Gründerinnen schätzen 40,5 % die Auswirkung darauf als hoch ein, bei den TEA-Gründern ist der Wert mit 38,4 % nahezu gleich hoch. Bei den Unternehmerinnen sind es dagegen nur 29,5 % die diesbezüglich von einem hohen Effekt ausgehen, bei den TEA-Gründern sind es 27,1 %.



5 }

Welche Rolle spielen
soziale und ökologische
Nachhaltigkeitsaspekte?

Kernaussagen

Generell agieren sowohl TEA-Gründerinnen als auch -Gründer in Deutschland, aber auch in anderen GEM-Vergleichsländern mit hohem Einkommen umweltbewusst, wenn auch die Werte bei TEA-Gründerinnen oft etwas höher sind als bei TEA-Gründern.

In Deutschland erzielen Gründerinnen häufiger als Gründer positive ökonomische Effekte, wenn sie Umweltauswirkungen in ihrer unternehmerischen Tätigkeit berücksichtigen.

Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer

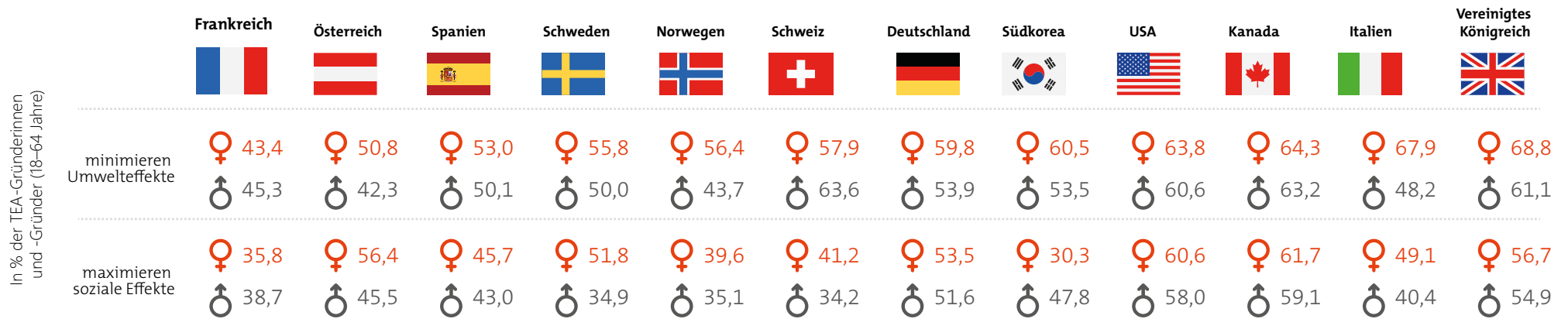
5.1 Umsetzung von ökologischen und sozialen Aspekten

Seit dem Jahr 2021 wird in der Bevölkerungsbefragung des GEM erhoben, inwiefern TEA-Gründerinnen und -Gründer Nachhaltigkeitsziele in ihrem Gründungsprozess bzw. ihrem (geplanten) Unternehmen berücksichtigen. Zu den sozialen Aspekten in der GEM-Befragung gehören beispielsweise der Zugang zu Bildung, Gesundheit oder die Qualität der Arbeitsbedingungen. Die Umweltaspekte umfassen beispielsweise Themen wie die Reduzierung von Emissionen, Schadstoffen und giftigen Gasen sowie den Aspekt des sparsamen Umgangs mit Wasser, Elektrizität und Kraftstoffen.

In Abbildung 5.1 fällt auf, dass generell sowohl TEA-Gründerinnen als auch -Gründer in Deutschland, aber auch in anderen GEM-Vergleichsländern mit hohem Einkommen umweltbewusst agieren, wenn auch die Werte bei TEA-Gründerinnen oft etwas höher sind als bei TEA-Gründern. Bezüglich der Frage, ob im vergangenen Jahr (vor Befragungszeitpunkt im Sommer 2024) Maßnahmen ergriffen wurden, um die Umweltauswirkungen des Unternehmens zu minimieren, zeigt sich in Deutschland, dass knapp 60 % der gründenden Frauen diese Frage mit „ja“ beantworten, der Wert bei gründenden Männern ist hingegen rund 6 Prozentpunkte niedriger (53,9 %). Im internationalen Vergleich sind TEA-Gründerinnen in Deutschland im Mittelfeld. Etwas höhere Werte sind bei Gründerinnen im Vereinigten Königreich (68,8 %), in Italien (67,9 %), Kanada (64,3 %), den USA (63,8 %) und in Südkorea (60,5 %) zu verzeichnen.

Die erhobenen sozialen Aspekte fallen bei TEA-Gründerinnen und -Gründern relativ ähnlich aus. Konkrete Schritte, um die soziale Wirkung ihrer Gründung zu maximieren, haben 53,5 % der TEA-Gründerinnen und 51,6 % der TEA-Gründer im Jahr 2024 in Deutschland bereits unternommen. Zu den Spitzenreitern gehören hier insbesondere die Gründerinnen aus Kanada (61,7 %), den USA (60,6 %) und dem Vereinigten Königreich (56,7 %) sowie Österreich (56,4 %) (siehe Abbildung 5.1).

Abb. 5.1:
Umsetzung sozialer und ökologischer Maßnahmen nach Geschlecht, im internationalen Vergleich 2024



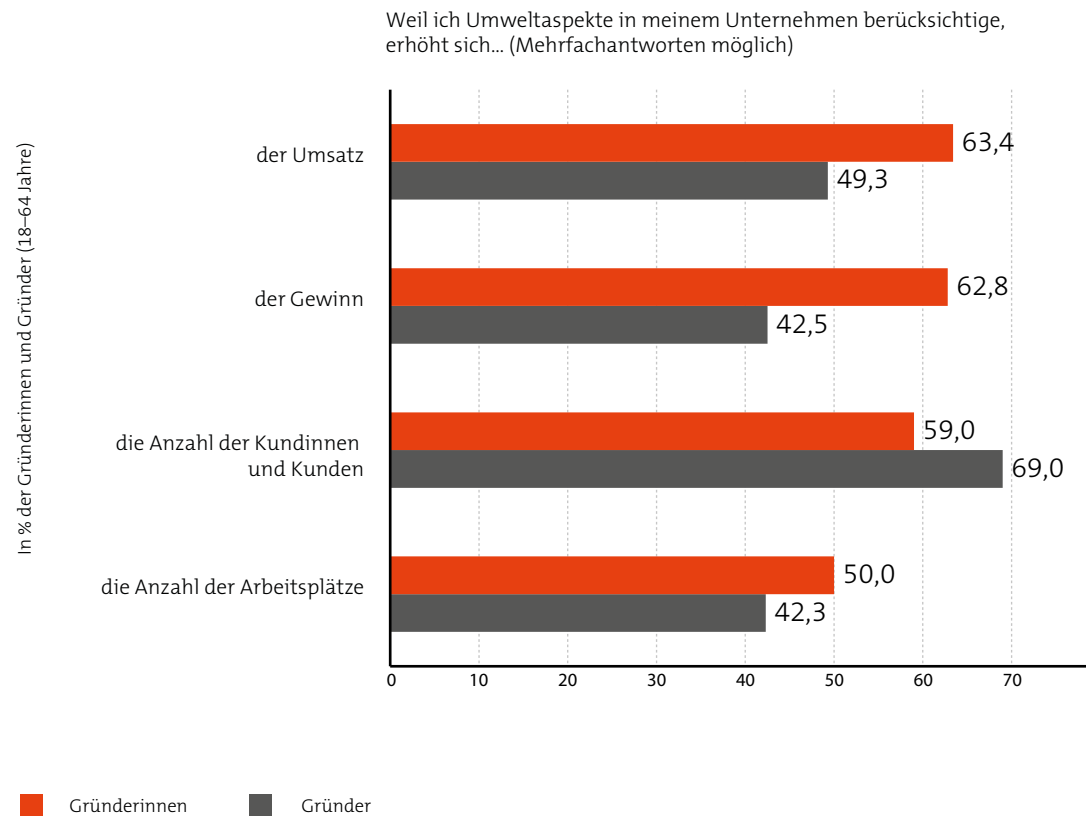
Lesebeispiel: Anteil derjenigen TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer, die der Aussage zustimmen, in ihrem neuen Unternehmen Umwelteffekte minimieren, bzw. soziale Effekte maximieren zu wollen, in Prozent an allen TEA-Gründerinnen und TEA-Gründer.

5.2 Ökonomische Auswirkungen der Berücksichtigung von Umweltaspekten

Im GEM wird für Deutschland auch gefragt, ob die Berücksichtigung von Umweltauswirkungen positive ökonomische Effekte erzielt – siehe Abbildung 5.2. Die einzelnen Aussagen in dieser Abbildung beziehen sich nur auf Gründerinnen und Gründer, also Personen, die in den letzten dreieinhalb Jahren tatsächlich ein Unternehmen gegründet haben. Personen, die zum Befragungszeitpunkt vorbereitende Schritte für eine Gründung vornehmen, werden in dieser Betrachtung nicht berücksichtigt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Gründerinnen häufiger als Gründer positive ökonomische Effekte erzielen, wenn sie Umweltauswirkungen in ihrer unternehmerischen Tätigkeit berücksichtigen. Dies betrifft fast jede abgefragte Kategorie, außer der gesteigerten Anzahl an Kundinnen und Kunden. Hier stimmen 69 % der Gründer und 59 % der Gründerinnen zu, dass sich die Anzahl ihrer Kundinnen und Kunden erhöht, weil sie Umweltaspekte in ihrem Unternehmen berücksichtigen. Insbesondere der Aussage, dass sich der Gewinn erhöht, stimmen knapp 63 % der Gründerinnen und lediglich 42,5 % der Gründer zu. Ein weiterer Unterschied zwischen den befragten Zielgruppen bezieht sich auf die Aussage einer erhöhten Anzahl an Arbeitsplätzen, die aus einer Berücksichtigung von Umwelteffekten resultiert: Hier stimmen 50 % der Gründerinnen sowie 42,3 % der Gründer zu. Diese Beobachtungen können damit zusammenhängen, dass Gründerinnen grundsätzlich stärker am Thema Nachhaltigkeit interessiert sind und dieses besser in ihre Geschäftsmodelle integrieren (vgl. Kapitel 2).

Abb. 5.2:
Umweltaspekte nach Geschlecht, in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024



6}

Rahmenbedingungen
für Gründungen durch
Frauen – in welchem
Kontext gründen Frauen?

Kernaussagen

Die Rahmenbedingungen für Gründerinnen in Deutschland werden von Expertinnen und Experten 2024 insgesamt mittelmäßig bewertet.

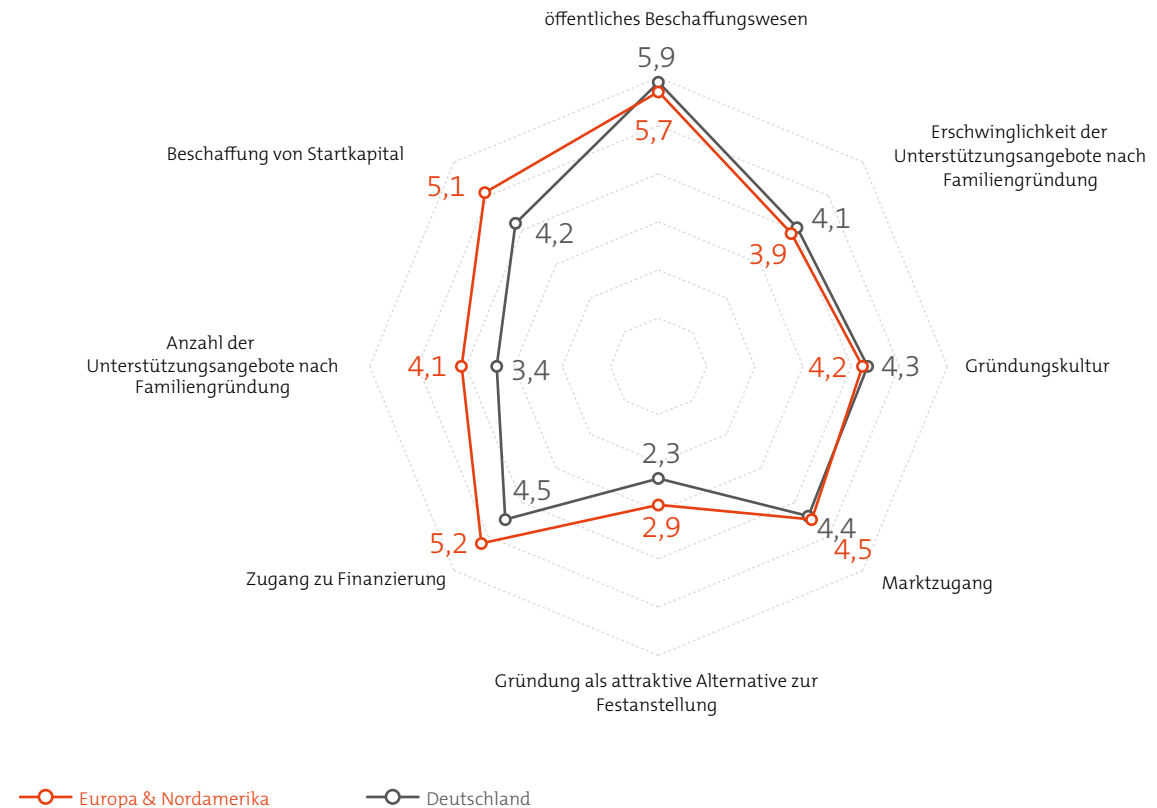
Vergleichsweise gut fällt die Bewertung für das öffentliche Beschaffungswesen für Gründerinnen aus. Verbesserungspotenzial liegt u. a. bei der Zugänglichkeit zu Startkapital und Finanzierung allgemein und den Unterstützungsangeboten für Gründerinnen nach Familiengründung. Hier liegen die Expertinnen- und Expertenbewertungen unterhalb des europäischen und nordamerikanischen Durchschnitts.

Julia Schauer

Der Global Entrepreneurship Monitor besteht nicht nur aus einer jährlichen Bevölkerungsbefragung, sondern auch aus einer jährlichen Expertinnen- und Expertenbefragung. Hier werden Gründungsexpertinnen und -experten aus u. a. Universitäten und Hochschulen, Gründungszentren und Kammern zur Einschätzung der Rahmenbedingungen in Deutschland befragt. Die Expertinnen und Experten schätzen auf einer Skala von 0 („trifft gar nicht zu“) bis 10 („trifft vollkommen zu“) unterschiedliche Aussagen zu gründungsbezogenen Rahmenbedingungen ein. Je näher sich der Wert der Zahl 10 nähert, desto positiver wird der jeweilige Faktor aus Expertinnen- und Expertensicht bewertet. Die Rahmenbedingungen für Gründerinnen in Deutschland insgesamt wurden in den letzten Jahren durchschnittlich bewertet. In den Jahren 2018, 2020 und 2022 erhielten die Rahmenbedingungen für Gründungen durch Frauen eine Expertinnen- und Expertenbewertung von ungefähr 5, was auf mittelmäßig ausgeprägte Rahmenbedingungen hindeutet. Im Jahr 2024 erhielt dieser Faktor eine Bewertung von 4,4, die Rahmenbedingung wurde also etwas schlechter eingeschätzt. Im Vergleich mit den im GEM untersuchten Kontextfaktoren, wie beispielsweise öffentliche Förderprogramme (5,9), physische Infrastruktur (5,6) oder Marktdynamik und Marktzugang (5,3), erhält die Rahmenbedingung für Frauen eine vergleichsweise schlechte Bewertung.

Abb. 6.1:

Rahmenbedingungen für Gründerinnen in Deutschland im Vergleich zu Europa & Nordamerika, 2024



Lesehilfe: Das öffentliche Beschaffungswesen wurde 2024 als Rahmenbedingung für Gründerinnen in Deutschland am positivsten (5,9 von 10) bewertet. Die Mehrheit der Expertinnen und Experten denkt, dass das Beschaffungswesen für Unternehmerinnen und Unternehmer gleichermaßen zugänglich ist.

Die Werte beziehen sich auf die Expertinnen- und Expertenbewertung von Aussagen auf einer Skala von 0 (=vollkommen falsch) bis 10 (vollkommen wahr). Je näher der Wert an der 10 liegt, desto positiver wird der Aspekt eingeschätzt.

Datenquelle: GEM-Expertinnen- und Expertenbefragungen 2024

In Abbildung 6.1 sind die Bewertungen von einzelnen Kontextfaktoren für Gründerinnen für Deutschland im Vergleich zur durchschnittlichen Bewertung aller am NES teilnehmenden Länder in Europa und Nordamerika (geographische Abgrenzung) dargestellt. In Abbildung 6.2 sind ergänzend hierzu einzelne Aussagen, die von den Expertinnen und Experten in Deutschland beurteilt wurden, dargestellt. Insgesamt wird deutlich, dass in diesem Vergleich lediglich die öffentliche Beschaffung sowie Erschwinglichkeit der Unterstützung für Familien minimal besser als in den internationalen Vergleichsländern ausgeprägt sind. Alle anderen Rahmenbedingungen werden maximal gleich gut bzw. mehrheitlich sogar schlechter eingeschätzt.

Am positivsten wurde in Deutschland der Faktor „öffentliches Beschaffungswesen“ mit 5,9 bewertet. Hier liegt Deutschland auch etwas über dem europäischen und nordamerikanischen Durchschnitt. Etwa ein Drittel der Gründungsexpertinnen und -experten stimmen der Aussage zu, dass das öffentliche Beschaffungswesen für Unternehmer in der Regel leichter zugänglich ist als für Unternehmerinnen. Weitere Rahmenbedingungen, bei denen sich Deutschland ungefähr im europäischen

und nordamerikanischen Durchschnitt bewegt, sind die „Erschwinglichkeit der Unterstützungsangebote nach Familiengründung“, die „Gründungskultur“ und der „Marktzugang“ für Gründerinnen. Diese Faktoren bewerteten die Expertinnen und Experten mit ungefähr 4, was darauf hindeutet, dass hier Verbesserungspotenzial besteht.

Bei vier Rahmenbedingungen liegt die Bewertung für Deutschland unterhalb des europäischen und nordamerikanischen Durchschnitts. Diese sind der „Zugang zu Finanzierung“, die „Anzahl der Unterstützungsangebote nach Familiengründung“, die „Beschaffung von Startkapital“ und die „Gründung als attraktive Alternative zur Festanstellung“. Die Mehrheit der Expertinnen und Experten in Deutschland (54,5 %) stimmt der Aussage zu, dass der Zugang zu Finanzierung (jeglicher Art von Finanzierungsquelle) für Unternehmer in der Regel leichter ist als für Unternehmerinnen. Außerdem hält nur knapp ein Viertel der Expertinnen und Experten die Unterstützungsangebote, mithilfe derer Frauen ihr Unternehmen auch nach der Gründung einer Familie weiterführen können, für ausreichend. Die Mehrheit (62,5 %) denkt darüber hinaus, dass die Beschaffung von

Startkapital (aus jeglicher Art von Finanzierungsquelle) vor der Gründung für Männer in der Regel einfacher als für Frauen ist. Sehr kritisch sind Expertinnen und Experten auch bei der Frage, ob die Rahmenbedingungen für Gründerinnen und Gründer so günstig sind, dass Frauen es vorziehen, Unternehmerin statt Arbeitnehmerin zu werden. Hier sind die meisten (85,7 %) Expertinnen und Experten der Meinung, dass die Rahmenbedingungen für Arbeitnehmerinnen günstiger sind. Es ist bekannt, dass in Deutschland das Angestelltenverhältnis gegenüber der Selbstständigkeit oftmals als attraktiver gilt – und dieser Befund betrifft nicht nur Gründerinnen, sondern gilt für die Gesamtheit potenzieller Gründerinnen und Gründer, zumindest in Zeiten einer guten konjunkturellen Lage. So zeigen beispielsweise Untersuchungen der Bertelsmann Stiftung, dass der Faktor „Unsicherheit“ das größte Gründungshemmnis für junge Menschen darstellt. Fast ein Viertel der 18- bis 24-jährigen Befragten sind der Meinung, dass Unsicherheit der Selbstständigkeit sie abschrecke und dass sie ein sicheres Arbeitsverhältnis bevorzugten (vgl. Bürger et al., 2024).

Abb. 6.2:

Expertinnen- und Expertenmeinungen zu Rahmenbedingungen für Gründerinnen, in Deutschland 2024

„In Deutschland ...“

„... ist die Beschaffung von Startkapital (aus jeglicher Art von Finanzierungsquelle) vor der Gründung für Männer in der Regel einfacher als für Frauen.“

„... ist der Zugang zu Finanzierung (jeglicher Art von Finanzierungsquelle) für Unternehmer in der Regel leichter zugänglich als für Unternehmerinnen.“

„... sind Märkte für Unternehmer in der Regel leichter zugänglich als für Unternehmerinnen.“

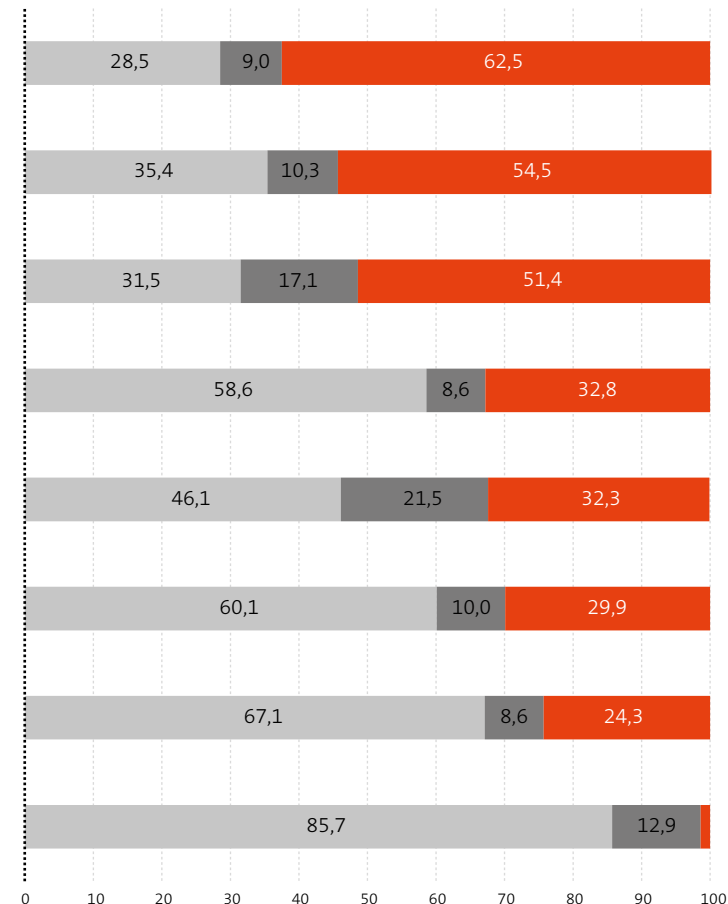
„... ermutigt die Gründungskultur Frauen ebenso wie Männer, sich selbstständig zu machen oder ein neues Unternehmen zu gründen.“

„... ist das öffentliche Beschaffungswesen für Unternehmer in der Regel leichter zugänglich als für Unternehmerinnen.“

„... sind diese Unterstützungsangebote erschwinglich, so dass sie ihr Unternehmen auch nach einer Familiengründung weiterführen können.“

„... gibt es ausreichend Unterstützungsangebote, damit Frauen ihr Unternehmen auch nach der Gründung einer Familie weiterführen können.“

„... sind Rahmenbedingungen für Gründende so günstig, dass Frauen es vorziehen, Unternehmerin statt Arbeitnehmerin zu werden.“



stimme nicht zu / stimme eher nicht zu
 teils-teils
 stimme zu / stimme eher zu

Die Werte beziehen sich auf die Expertinnen- und Expertenbewertung von Aussagen auf einer Skala von 0 (=vollkommen falsch) bis 10 (vollkommen wahr).

Datenquelle: GEM-Expertinnen- und Expertenbefragung 2024



7 }

Finanzierung nach
Geschlecht – Inwiefern
tätigen Männer und Frauen
informelle Investitionen
in Gründungen?

Kernaussagen

Die Quote der informellen Investorinnen und Investoren ist im Jahr 2024 für beide Geschlechter im Vergleich zu den Vorjahren leicht gestiegen. Im Jahr 2024 stellten in Deutschland 8,7 % der Männer und 5,1 % der Frauen Gelder für Gründungen zur Verfügung.

Die meisten informellen Investitionen gingen an enge Familienmitglieder, Freunde oder Nachbarn.

Frauen investierten zu 57,7 % in andere Frauen, Männer gaben ihre informellen Investitionen mehrheitlich (64,1 %) an Männer.

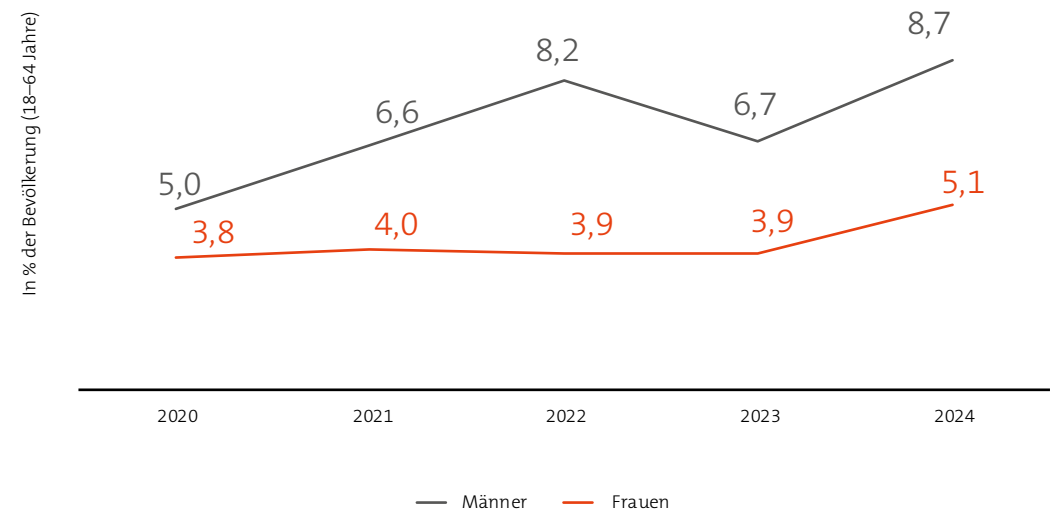
Als informelle Investorinnen und Investoren werden diejenigen bezeichnet, die während der letzten drei Jahre (vor Befragungszeitpunkt) Gelder zur Verfügung gestellt haben, um von anderen Personen gegründete Unternehmen in der Anfangsphase zu unterstützen (Kauf von Aktien ausgeschlossen). In Abbildung 7.1 ist der Anteil an informellen Investorinnen und Investoren an der 18- bis 64-jährigen Gesamtbevölkerung Deutschlands von 2020 bis 2024 nach Geschlecht dargestellt.

Sowohl unter Männern als auch unter Frauen ist der Anteil der informellen Investorinnen und Investoren an der männlichen bzw. weiblichen Gesamtbevölkerung im Jahr 2024 angestiegen. 5,1 % der Frauen haben informelle Investitionen in neue Unternehmen getätigt. In den Jahren 2020 bis 2023 lag dieser Anteil bei maximal 4 %. Gleichzeitig waren 2024 8,7 % der Männer als informelle Investoren tätig, in den Vorjahren waren es zwischen 5 und 8,2 %. Trotz dieses Anstiegs tätigten in allen betrachteten Jahren Frauen seltener informelle Investitionen als Männer.

Empfängerinnen und Empfänger von informellen Investitionen sind sowohl bei Investorinnen und Investoren enge Familienmitglieder, wie im Balkendiagramm in Abbildung 7.2 deutlich wird.

Im Jahr 2024 gaben 38,9 % der Investoren und 36,8 % der Investorinnen ihr Geld an enge Familienmitglieder, die ein neues Unternehmen aufbauen wollten. Unter Männern gingen darüber hinaus fast 20 % an Freunde oder Nachbarn, Frauen investierten nur zu 11,8 % in Freunde oder Nachbarn. Der restliche Teil der Geldempfängerinnen und -empfänger (41,7 % bei Männern und 51,4 % bei Frauen) setzt sich aus Fremden mit guter Business-Idee, Arbeitskolleginnen und -kollegen, anderen Verwandten und Sonstigen zusammen. Frauen sind also etwas offener für Investitionen in andere Gründende abseits des „Friend and Family“-Kreises.

Abb. 7.1:
Informelle Investorinnen und Investoren, in Deutschland 2020–2024

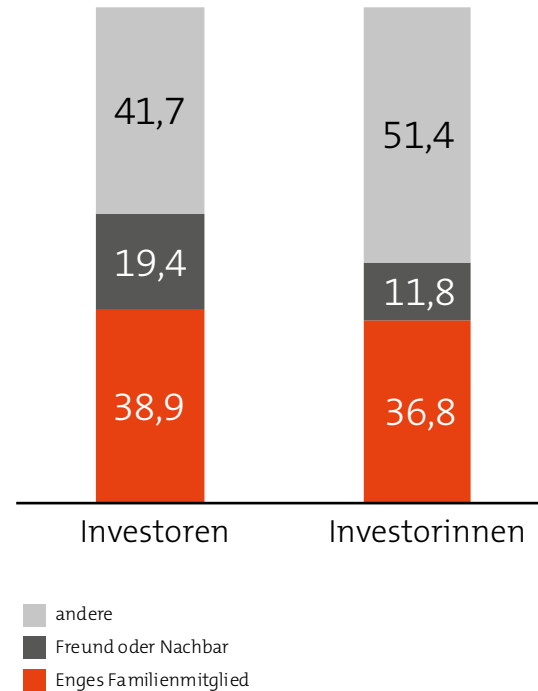


Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2020–2024

Die beiden Kreisdiagramme in Abbildung 7.3 zeigen die Verteilung der Empfängerinnen und Empfänger von informellen Investitionen nach Geschlecht.

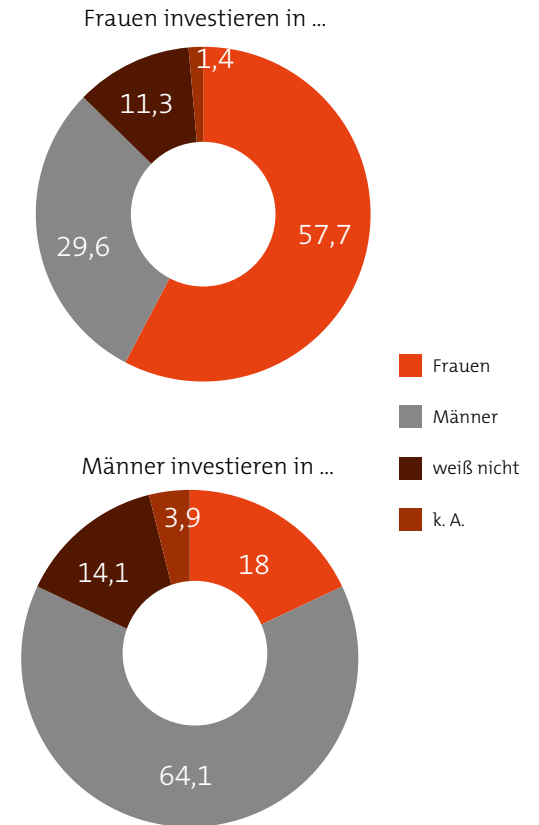
Direkt wird deutlich, dass Frauen mehrheitlich in Frauen investieren und Männer mehrheitlich in Männer. Im Jahr 2024 haben informelle Investorinnen zu 57,7 % in andere Frauen investiert, nicht einmal ein Drittel der informellen Investitionen durch Frauen unterstützte Männer (29,6 %). Männer investierten zu 64,1 % in andere Männer, während nur 18 % der Investitionen durch Männer an Frauen gingen. Ein möglicher Erklärungsansatz für dieses Verhalten ist das Konzept der Homophilie, das besagt, dass Menschen dazu neigen, Personen zu unterstützen, die ihnen selbst ähnlich sind – etwa in Bezug auf Geschlecht, Werte oder Erfahrungen. Diese Ähnlichkeit erleichtert Identifikation und Vertrauen, wodurch weibliche Investorinnen häufiger Gründerinnen fördern (vgl. Wang & Prokop, 2024). Außerdem wird deutlich, dass Frauen öfter informell in das andere Geschlecht investieren als Männer, was auf eine gewisse Offenheit von weiblichen Investorinnen hindeuten kann.

Abb. 7.2:
Empfängerinnen und Empfänger von
informellen Investitionen, in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

Abb. 7.3:
Finanzielle Unterstützung zur Neugründung nach
Geschlecht, in Deutschland 2024



Informelle Investorinnen und Investoren: Diejenigen, die während der letzten drei Jahre (vor Befragungszeitpunkt) Gelder zur Verfügung gestellt zu haben, um von anderen gegründete Unternehmen in der Anfangsphase zu unterstützen (Kauf von Aktien und Investmentfonds ausgeschlossen).

Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

81

Gründerinnen in
ländlichen Regionen in
Deutschland



Kernaussagen

Die Wirtschaftsstruktur in ländlichen Räumen wirkt sich teilweise negativ auf die Ausbildungs- und Arbeitsmarktchancen von Frauen aus.

Gründungen von Frauen sind daher in ländlichen Regionen seltener als in städtischen Regionen.

Gründungen können eine Möglichkeit für Frauen in ländlichen Räumen darstellen, sich einen attraktiven Arbeitsplatz selbst zu schaffen.

Dr. Gesine Tuitjer und Dr. Christian Bergholz

8.1 Wie Frauen in ländlichen und städtischen Räumen gründen – Gründungsaktivitäten im Vergleich

Ländliche Regionen stellen einen besonderen Kontext für Erwerbsgründungen dar. Dies liegt einerseits an der Zusammensetzung der lokalen Bevölkerung, wobei Menschen mit gründungsförderlichen Eigenschaften, wie beispielsweise einer hohen formalen Bildung, eher in städtischen als in ländlichen Regionen leben (vgl. Fritsch et al., 2018). Zusätzlich stellen ländliche Regionen einen potenziell herausfordernden Kontext für die Erwerbsbeteiligung von Frauen allgemein und für Gründungen im Besonderen dar. Vor allem industriegeprägte, exportorientierte und wirtschaftlich starke ländliche Räume in Westdeutschland weisen hohe Anteile an ausschließlich geringfügig beschäftigten Frauen sowie überdurchschnittlich hohe Gender-Paygaps aus (vgl. Fuchs et al., 2019; Herzog-Stein, 2010; Busch & Holst, 2008). Dies liegt daran, dass die Wirtschaftsstruktur durch Branchen mit niedrigem Frauenanteil geprägt ist, beispielsweise im Fahrzeug- und Maschinenbau oder im Chemiesektor.

Zusätzlich trägt das Handwerk in ländlichen Räumen weitaus stärker zur Beschäftigung bei als in städtischen Räumen und ist gleichfalls durch einen geringen Frauenanteil geprägt (vgl. Runst et al., 2023; Runst & Haverkamp, 2018). Das statistische Bundesamt geht aktuell von 10 % weiblichen Beschäftigten im Handwerk aus, auch wenn einzelne Gewerke wie beispielsweise das Friseurhandwerk sehr viel höhere Frauenanteile verzeichnen (vgl. Destatis, 2025).

Nicht nur in Deutschland, sondern auch in Skandinavien (vgl. Rauhut & Littke, 2016; Bjarnason, 2014; Grimsrud, 2011; Horváth, 2008), Osteuropa (vgl. Fekete, 2016) und Spanien (vgl. Camarero & Sampedro, 2016) verlassen daher junge Frauen ländliche Regionen häufiger als junge Männer für ein Studium oder eine Berufsausbildung (vgl. Schumacher & Kunz, 2016; Johansson, 2016), oder weil sie bessere Erwerbs- und Einkommensmöglichkeiten in städtischen Regionen finden (vgl. Hirsch, König & Möller, 2013). Durch den Ausbau von Kinderbetreuungseinrichtungen sowie insbesondere veränderte Regelungen zur Frühverrentung ist die Erwerbsbeteiligung von Frauen gestiegen und im europäischen

Abb. 8.1:

TEA-Gründungsquoten von Frauen und Männern nach städtischen und ländlichen Regionen, in Deutschland 2015–2024 (gepoolte Daten)

	städtische Regionen	ländliche Regionen	prozentuale Differenz der ländlichen zur urbanen TEA-Quote
TEA-Quote	7,5 %	5,4 %	28,0 %
Frauen	5,4 %	4,3 %	20,4 %
Männer	9,5 %	6,5 %	31,6 %

Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2015–2024 (gepoolte Daten)

Vergleich eher hoch, wenngleich Teilzeitarbeit weit verbreitet ist. Innerhalb der letzten zehn Jahre sind vor allem die Erwerbsquoten von Frauen in den ländlichen Regionen Westdeutschlands überdurchschnittlich gestiegen, allerdings waren hier 2023 gut 20 % der erwerbsfähigen Frauen ausschließlich auf Minijobbasis beschäftigt, wohingegen es in Ostdeutschland nur ca. 10 % waren. Bundesweit sind hingegen nur 2,3 % aller erwerbstätigen Männer auf Minijobbasis beschäftigt.

Eingeschränkte Betreuungsmöglichkeiten bzw. generell eine geringere Ausstattung mit sozialer Infrastruktur, wie Pflegeheimplätze, Krippen- und Kindergärtenplätze, sind eine Hürde für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Arbeitnehmerinnen ebenso wie für Gründerinnen (vgl. Wendt & Faulde, 2024; Neuberger, Rüttenauer & Bujard, 2022). Die Daten des Global Entrepreneurship Monitors zeigen dementsprechend deutlich, dass Frauen in ländlichen Regionen seltener als Frauen in Städten gründen oder eine Gründung planen.

Wie Abbildung 8.1 zeigt, ist die TEA-Gründungsquote von Frauen in ländlichen Regionen am niedrigsten. Gleichzeitig sinkt die TEA-Gründungsquote von Frauen in ländlichen Regionen im Vergleich zu städtischen Regionen jedoch „nur“ um ca. 20 %, während die Differenz für Männer bei über 30 % liegt. Man kann dementsprechend vermuten, dass der ländliche – eher nicht förderliche – Kontext sich auf Frauen deutlich weniger negativ auswirkt als auf Männer. Andersherum kann geschlussfolgert werden, dass Frauen deutlich weniger als Männer von dem gründungsförderlichen Umfeld urbaner Regionen profitieren können.

Gleichzeitig gilt, dass ländliche Regionen vielfältig und die Chancen und Hindernisse, die sie Gründerinnen bieten bzw. ihnen entgegenstellen, folglich sehr unterschiedlich sind. Die Struktur der regionalen Wirtschaft sowie des Arbeitsmarktes beeinflusst das Gründungsverhalten, da sie beispielsweise Alternativen zur Selbstständigkeit und damit verbunden Opportunitätskosten abbildet.

8.2 Warum Frauen in ländlichen Räumen gründen – Gründungsmotive im Vergleich

Die folgende Abbildung 8.2 stellt die unterschiedlichen Gründungsmotive dar, auf die sich die im GEM befragten TEA-Gründerinnen und -Gründer berufen. Auf die Frage „Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Ihre Gründe zu, wegen der Sie versuchen ein Unternehmen zu gründen?“ stimmten durchschnittlich 45 % der Befragten (schwarze Linie) dem Item „um die Welt zu verbessern“ zu oder voll zu. TEA-Gründer in städtischen Regionen (gepunktete graue Linie) stimmten diesem Item sogar zu gut 50 % zu, während es bei den befragten TEA-Gründerinnen in ländlichen Regionen (braune Linie) nur ca. 30 % sind.

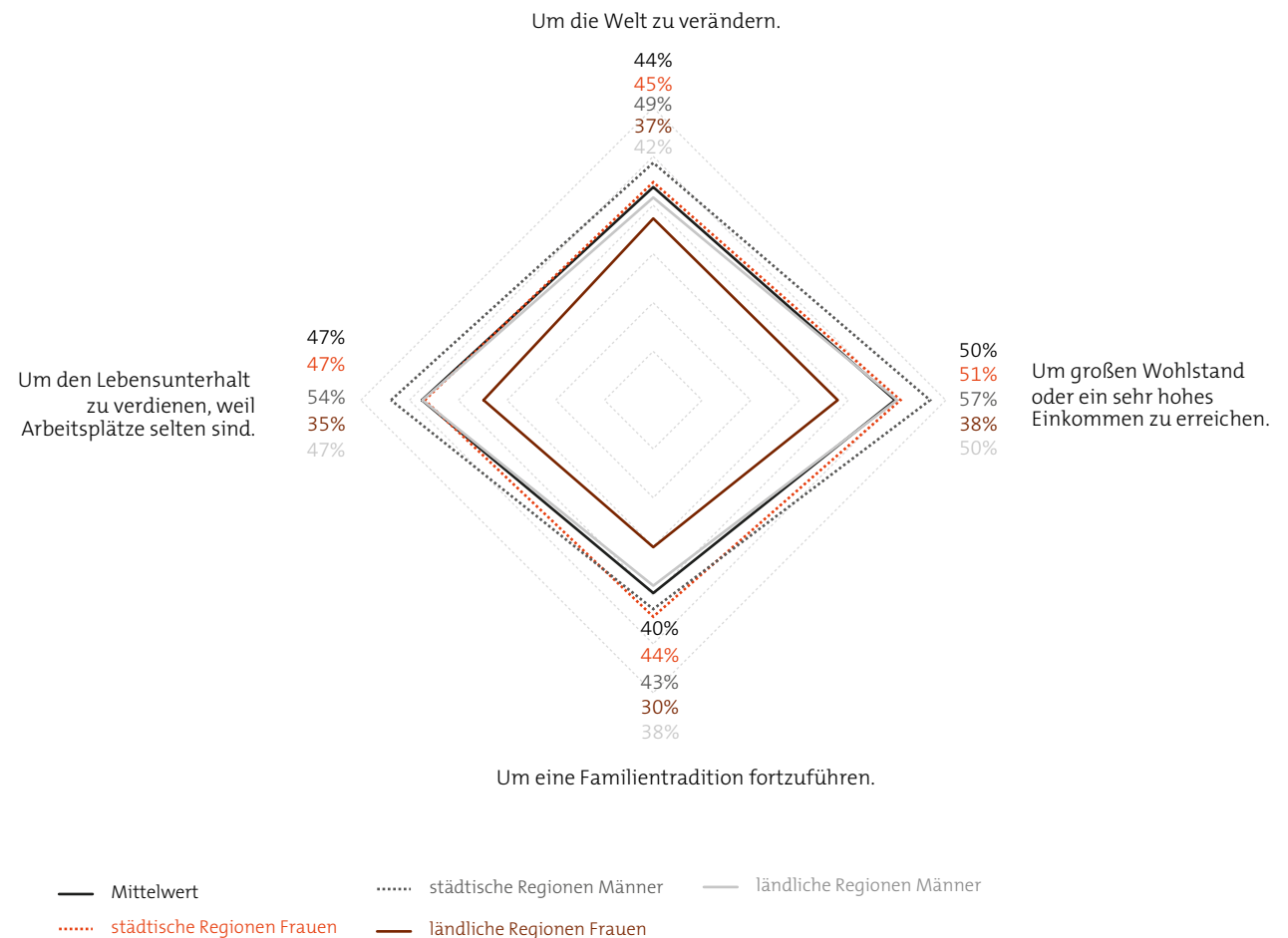
Für TEA-Gründerinnen in ländlichen Regionen spielen die Motive „um großen Wohlstand oder ein sehr hohes Einkommen“ sowie „um die Welt zu verändern“ eine ähnlich große Rolle. Beide Items wurden von ca. 40 % der

befragten Frauen mit „stimme (stark) zu“ bewertet. Nur ca. jeweils 30 % der befragten Frauen stimmten jedoch den Items „um den Lebensunterhalt zu verdienen, weil Arbeitsplätze selten sind“ und „um eine Familientradition fortzuführen“ stark zu. Vor den eingangs skizzierten Herausforderungen für Erwerbstätigkeit und Gründungsgeschehen in ländlichen Regionen überrascht dieses Antwortverhalten zunächst. Gleichzeitig wird deutlich, dass Frauen in ländlichen Regionen dieselben Motive priorisieren wie der Durchschnitt der Befragten, wenn auch auf niedrigerem Niveau.

Abbildung 8.2 verdeutlicht, dass sich die Wichtigkeit der unterschiedlichen Gründungsmotive zwischen Männern und Frauen in städtischen Regionen sowie Männern in ländlichen Regionen weniger stark voneinander unterscheiden als von Frauen in ländlichen Regionen, die sämtliche Items deutlich unterdurchschnittlich bewerten. Inwiefern diese Motive für das Gründungsverhalten von Frauen in ländlichen Regionen allerdings tatsächlich weniger wichtig bzw. weniger zutreffend sind, oder ob Frauen in ländlichen Regionen einfach ein weniger „euphorisches“ Antwortverhalten zeigen, kann nicht beantwortet werden.

Abb. 8.2:

Gründungsmotive der TEA-Gründerinnen und -Gründer nach städtischen und ländlichen Regionen, in Deutschland 2019–2024 (gepoolte Daten)



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2019–2024 (gepoolte Daten)

8.3 Welches Humankapital Frauen in ländlichen Räumen in die Gründung einbringen – Bildungsabschlüsse im Vergleich

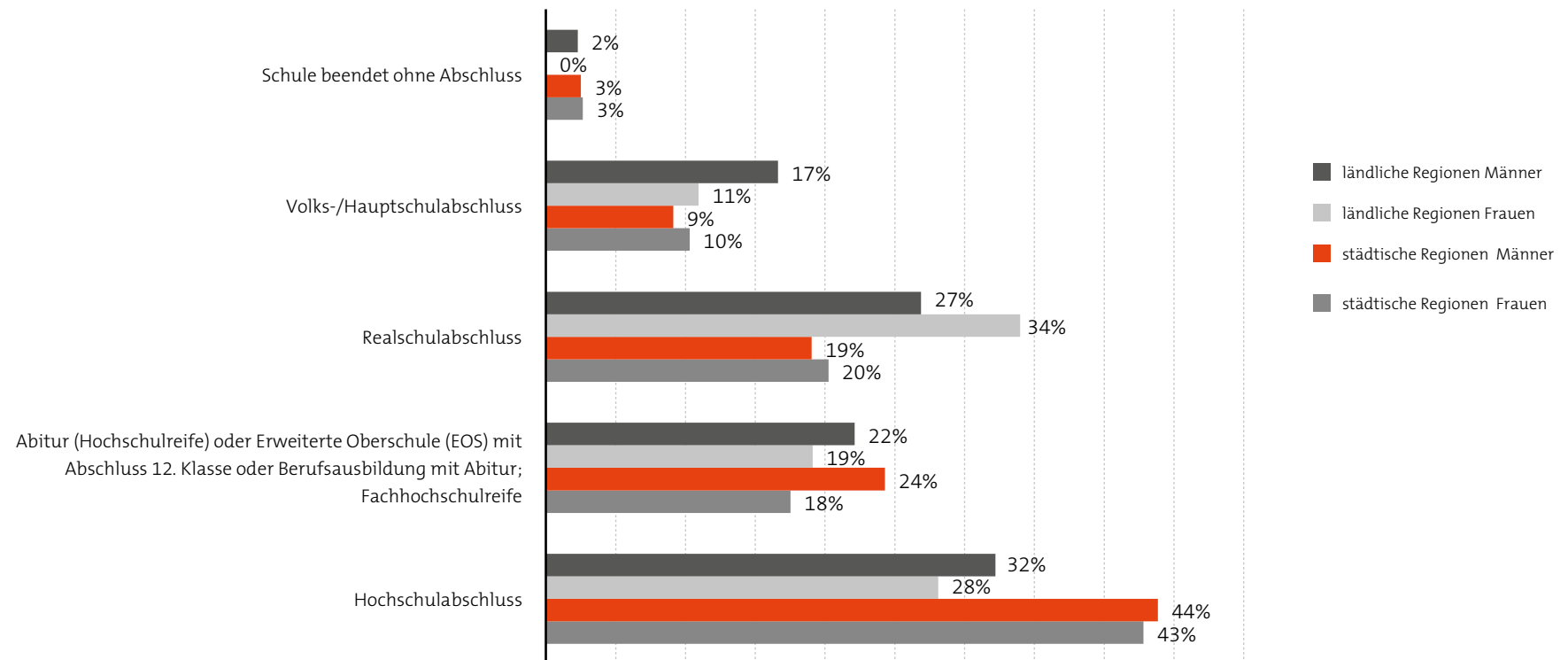
Die Abbildung 8.3 stellt die Bildungsabschlüsse der TEA-Gründerinnen und -Gründer dar. Der Anteil der TEA-Gründerinnen und -Gründer ohne abgeschlossene Schulausbildung ist sehr gering (zwischen 0 und 3 % der Befragten) – sowohl in städtischen wie auch in ländlichen Regionen. Der häufigste Abschluss der TEA-Gründerinnen in ländlichen Räumen ist mit 34 % der Realschulabschluss, während 32 % der TEA-Gründer in ländlichen Räumen einen Hochschulabschluss haben. Von den TEA-Gründerinnen in ländlichen Regionen haben 25 % einen Hochschulabschluss. TEA-Gründerinnen und -Gründer in städtischen Regionen haben mit 43 % bzw. 44 % häufiger einen Hochschulabschluss.

Sowohl in städtischen als auch in ländlichen Regionen liegt damit der Anteil der Personen mit Hochschulabschluss unter den TEA-Gründerinnen und -Gründern höher als in der Gesamtbevölkerung des jeweiligen Regionstyps. In ländlichen Regionen liegt der Anteil der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit Hochschulabschluss bei ca. 12 % in West- wie in Ostdeutschland, während er in städtischen Regionen Westdeutschlands bei ca. 29 % und in Ostdeutschland bei ca. 21,5 % liegt (vgl. INKAR, 2023). Dies ist auf die unterschiedlichen Anforderungsprofile im regionalen Arbeitsmarkt ebenso zurückzuführen wie darauf, dass Hochschulen und Universitäten primär in städtischen Regionen angesiedelt sind. TEA-Gründerinnen und -Gründer unterscheiden sich dementsprechend einerseits deutlich vom Bildungsdurchschnitt der regionalen Bevölkerung und unterscheiden sich andererseits in ihrer Bildungsausstattung stärker zwischen den Raumtypen als zwischen den Geschlechtern.

Zusammenfassend verdeutlichen die Befragungsdaten des GEM, dass TEA-Gründerinnen in ländlichen Regionen durchaus andere persönliche ebenso wie kontextuelle Voraussetzungen haben, sich ihre Motive jedoch nicht in der Rangfolge, sondern eher in der allgemeinen Wichtigkeit unterscheiden. Aufgrund der Heterogenität ländlicher Regionen ist es schwer per se vom Einfluss des „ländlichen“ Kontext auf das Gründungsverhalten von Frauen zu sprechen. Grundsätzlich bieten sich sowohl in strukturschwachen als auch in industriestarken, exportorientierten ländlichen Regionen Chancen für Gründerinnen. Beispielsweise könnten Frauen sich durch eine selbstständige Erwerbsarbeit eine berufliche Alternative in einem Arbeitsmarkt schaffen, der ihnen aufgrund der Branchenstruktur nur wenig attraktive Arbeitsplätze bietet. Gleichzeitig bieten eher strukturschwache ländliche Regionen – aufgrund der niedrigeren Konkurrenz und geringerer „Einstiegskosten“ wie beispielsweise Mieten und Löhne – Chancen für Gründerinnen.

Abb. 8.3:

Bildungsabschlüsse der TEA-Gründerinnen und -Gründer nach städtischen und ländlichen Regionen, in Deutschland 2018–2024 (gepoolte Daten)



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragungen 2018–2024 (gepoolte Daten)



9}

Wie können Frauen zum Thema
Gründung angesprochen werden?

Kernaussagen

TEA-Gründerinnen wünschen sich – mit 64,5 % – am häufigsten Informationen zum Thema Recht und Steuern sowie Buchführung, gefolgt vom Thema Gründungen im Nebenerwerb (61,5 %).

Bezüglich der Informationskanäle wünschen sich die Frauen mit 80,7 % Webseiten, dicht gefolgt vom persönlichen Kontakt und persönlichen Gesprächen mit Gründungsunterstützungsorganisationen (80,2 %) sowie Social-Media-Kanälen (75,7 %).

Dr. Natalia Gorynia-Pfeffer

In Deutschland bestehen vielfältige Beratungs- und Unterstützungsangebote für Frauen, die sich selbstständig machen möchten oder bereits selbstständig gemacht haben (vgl. OECD 2025). 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. Weiterhin können geschlechtsspezifische Sprachstrukturen die Geschlechterstereotype verstärken und Frauen vom Einstieg in die Selbstständigkeit abhalten (vgl. Hecharria et al., 2017).

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 mittels leitfadengestützter Fokusgruppeninterviews mit 45 Expertinnen und Experten sowohl aus dem Netzwerk des vom Bundesministerium

für Wirtschaft und Energie und anderen Ministerien initiierten Aktionsplans „Mehr Unternehmerinnen für den Mittelstand“ als auch aus der Gründungsunterstützungslandschaft durchgeführt – aus der abgeleitete Fragen in die Bevölkerungsbefragung des GEM aufgenommen wurden. Die Ergebnisse wurden im RKW-Leitfaden „Frauen für das Thema Gründung gewinnen und (potenzielle) Gründerinnen zielgerichtet ansprechen – 14 Ideen für eine erfolgreiche Kommunikation“ veröffentlicht (vgl. Gorynia-Pfeffer et al., 2024b).

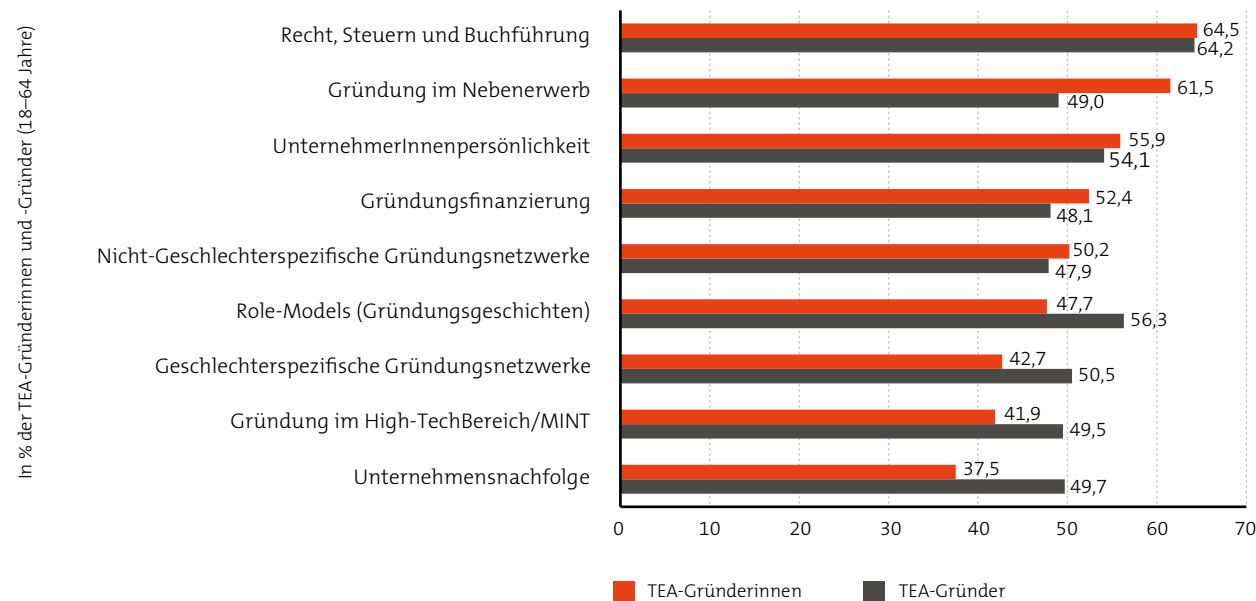
Darüber hinaus wurden im Rahmen der GEM-Befragung 2024 auch die TEA-Gründerinnen und -Gründer gefragt, welche Themen und Kommunikationskanäle für die erfolgreiche Ansprache von Frauen zum Thema Gründung von Bedeutung sind.

Die Mehrheit der TEA-Gründerinnen (84,2 %) ist der Meinung, dass eine spezifische Ansprache von Frauen eine bedeutende Rolle spielt. Diese Meinung äußern auch ungefähr drei Viertel der befragten TEA-Gründer (75,2 %) und GEM-Expertinnen und -Experten (75,7 %). Gleichzeitig sind 81 % der TEA-Gründerinnen und knapp 60 % der TEA-Gründer der Meinung, dass in Deutschland in den Medien zu selten über das Thema Unternehmensgründung durch Frauen berichtet wird. Von

den befragten GEM-Expertinnen und -Experten stimmen dieser Aussage ebenfalls 63,5 % zu oder eher zu. Studien bestätigen, dass Role Models weiterhin eine Schlüsselrolle einnehmen, um den Anteil der Gründerinnen zu erhöhen. Die Studie von Cantú Cavada et al. (2018) zeigt, dass wenn das gesellschaftliche Bewusstsein für und die Akzeptanz von Unternehmerinnen steigen, fördert dies weibliches Unternehmertum künftiger Generationen. Deswegen ist es wichtig, die Sichtbarkeit von Unternehmerinnen als Vorbilder für künftige Unternehmerinnengenerationen zu fördern, weil im Prozess der Entwicklung von Gründungsneigung die Sichtbarkeit von Rollenvorbildern, die eine Identifikationsmöglichkeit bieten, als bedeutsam erachtet wird (vgl. Halabisky, 2017). Laut dem Female Founders Monitor 2025 wünschen sich 74 % der Gründerinnen „Vorbilder und Sichtbarkeit von Gründerinnen stärken“ als zentrale Mittel, um die Motivation und den Mut zur Gründung zu fördern (vgl. Hirschfeld et al., 2025). Auch die GEM-Befragung weist darauf hin, dass sowohl bei den TEA-Gründerinnen (47,7 %) als auch bei den TEA-Gründern (56,3 %) ein Informationsbedarf nach Role Models besteht (Abbildung 9.1). Somit wäre dies ein möglicher Ansatzpunkt, damit mehr Frauen als bisher die vorhandenen Gründungsunterstützungsangebote nutzen.

Abb. 9.1:

Informationsbedarfe der TEA-Gründerinnen und -Gründer zum Thema Gründung (Mehrfachantworten möglich), in Deutschland 2024

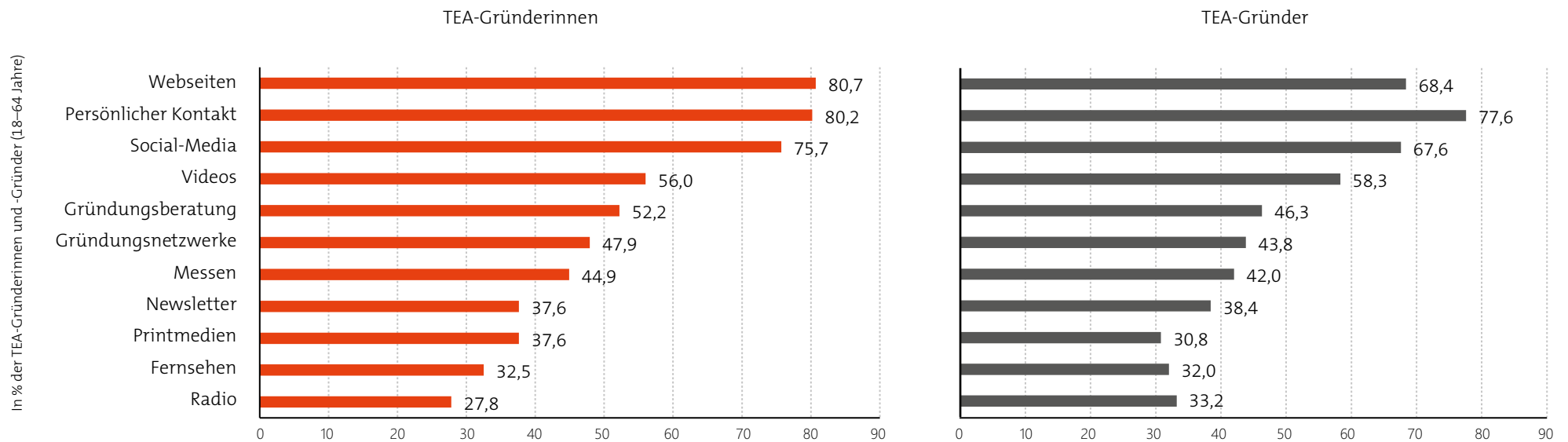


Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

Die GEM-Bevölkerungsbefragung 2024 ergibt bestimmte gründungsbezogene Themen, bei denen Frauen ein hohes Informationsinteresse haben. 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, 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 (Abbildung 9.1). Dieser Informationswunsch ist nicht frauenspezifisch, auch bei den TEA-Gründern belegt dieser Aspekt den ersten Platz, mit einem nahezu identischen Ergebnis (64,2 %).

Abb. 9.2:

Präferierte Informationskanäle von TEA-Gründerinnen und -Gründern (Mehrfachantworten möglich), in Deutschland 2024



Datenquelle: GEM-Bevölkerungsbefragung 2024

Auf Platz zwei folgt mit Gründungen im Nebenerwerb, auf die 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 (vgl. auch Kapitel 3.4 und 4.1). 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 bzw. -wunsch. Auch Informationen darüber, welche Persönlichkeitsmerkmale erfolgreiche Unternehmerinnen bzw. Gründerinnen aufweisen 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 %).

Wenn es um präferierte Kanäle geht, über die sich Gründerinnen häufig über Gründungsthemen informieren, bevorzugen TEA-Gründerinnen (Mehrfachantworten möglich) mit 80,7 % Webseiten, dicht gefolgt vom persönlichen Kontakt und persönlichen Gesprächen mit Gründungsunterstützungsorganisationen (80,2 %) sowie Social-Media-Kanälen (75,7 %; vgl. Abbildung 9.2). 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.

Zusätzlich zu den Themen und Ansprachekanälen wurden die TEA-Gründerinnen und -Gründer gefragt, welche Ansätze zur spezifischen Ansprache von Frauen zum Thema Gründung aus ihrer Sicht Erfolg versprechend sind. Sowohl für die TEA-Gründerinnen (72,7 %) als auch

die TEA-Gründer (64,3 %) ist die Gründungsberatung zu unterschiedlichen Tageszeiten (z. B. mittags oder abends) bzw. in unterschiedlichen Formaten (online bzw. in Präsenz) von großer Bedeutung, wobei die TEA-Gründerinnen häufiger diesen Ansatz gewählt haben als TEA-Gründer. Den Informationen über Beratungsangebote, die bereits in der Orientierungsphase (vor der Gründung, erste Gründungsideen) ansetzen, haben 70,7 % der TEA-Gründerinnen und 67,5 % der TEA-Gründer zugestimmt. Darüber hinaus waren für die TEA-Gründerinnen ebenfalls (ca. 68 %) die „Informationen über Beratungsangebote, die dem individuellen Lebensentwurf (z. B. Betreuung von Kindern bzw. Angehörigen) der Frauen entsprechen“, wichtig.

10. Ausblick

Dr. Florian Täube

Die Analyse der Gründungsaktivität von Frauen zeigt deutlich, dass die Ursachen des bestehenden Gender Gaps vielschichtig und tief im unternehmerischen Ökosystem verankert sind. Strukturelle, kulturelle und finanzielle Faktoren wirken hier zusammen und bedingen, dass Fördermaßnahmen häufig nur an Symptomen ansetzen. Um nachhaltige Veränderungen zu erreichen, ist ein systemischer Ansatz notwendig, der ökonomische Rahmenbedingungen, institutionelle Unterstützungsstrukturen und gesellschaftliche Leitbilder gemeinsam in den Blick nimmt.

Erstens bedarf es einer gezielten Weiterentwicklung von Förderinstrumenten, die nicht nur Gründungen quantitativ erhöhen, sondern qualitativ stärken. Dazu gehört, mehr Frauen für kapitalintensive und wachstumsorientierte Geschäftsmodelle zu gewinnen – etwa durch Programme, die gezielt Kompetenzen in Finanzierung, Skalierung und Investorenkommunikation vermitteln. Gleichzeitig sollten öffentliche Förderinstitutionen und private Kapitalgeber eigene Vergabepraktiken kritisch reflektieren, um unbewusste Biases in Entscheidungsprozessen zu reduzieren – und insbesondere männliche

Investoren für die Chancen diverser Portfolios zu sensibilisieren. Initiativen wie die Emerging Managers Facility des BMWK und der KfW sind ein wichtiger und richtiger Schritt in diese Richtung.

Zweitens müssen Vorbilder und Sichtbarkeit als strategische Ressourcen verstanden werden. Sie prägen die Wahrnehmung von Unternehmertum, fördern Mut zur Eigeninitiative und wirken langfristig auf gesellschaftliche Normen. Sichtbarkeit darf sich dabei nicht auf wenige prominente Beispiele beschränken, sondern sollte die Vielfalt unternehmerischer Realitäten abbilden – von Solo-Selbstständigen bis zu technologieorientierten Start-ups. Eine breitere Repräsentation trägt dazu bei, dass sich mehr Frauen in der Rolle der Unternehmerin wiederfinden und Gründung als reale Option wahrnehmen.

Drittens ist Koordination im Ökosystem entscheidend: Zwischen schulischer Bildung, Hochschulen, Wirtschaftsförderung, Banken und Kapitalgebern existieren zahlreiche Programme, die bislang oft nebeneinanderlaufen. Ihre stärkere Vernetzung könnte Wirkungspotenziale heben – etwa durch aufeinander aufbauende Förderketten, gemeinsame Datenbasen oder abgestimmte

Kommunikationsstrategien. So ließen sich Übergänge zwischen einzelnen Lebensphasen und Karrierewegen gezielt(er) gestalten und Brüche vermeiden.

Insgesamt wird deutlich, dass die Förderung von Gründerinnen keine Nischenaufgabe ist, sondern integraler Bestandteil einer zukunftsorientierten Wirtschafts- und Innovationspolitik. Sie berührt Fragen der Wettbewerbsfähigkeit, des Fachkräftemangels und der sozialen Teilhabe gleichermaßen. Mehr Sichtbarkeit, mehr Zugang zu Kapital und ein stärker vernetztes Ökosystem sind dabei keine isolierten Maßnahmen, sondern Bausteine eines umfassenden Ansatzes, der die Potenziale von Frauen als Unternehmerinnen konsequent in den Mittelpunkt stellt.

Dieser GEM-Sonderbericht ist nicht die erste Analyse der Situation von Gründerinnen in Deutschland, wohl aber der erste mit einem dezidierten internationalen Vergleich auf Basis vergleichbarer Daten. Dadurch ist es möglich in einer differenzierten Perspektive Handlungsfelder zu identifizieren, aber auch Bereiche aufzuzeigen, in denen Deutschland international gut dasteht. Nichtsdestotrotz unterstreichen die Ergebnisse bekannte Handlungsempfehlungen anderer Forschungseinrichtungen.

Anhang: GEM 2024/2025 – Konzept, Methodik, Daten

Der Women Entrepreneurship Monitor 2024/25 basiert auf dem GEM-Länderbericht 2024/25 Deutschland.

Internationale Zusammenarbeit mit elf GEM-Ländern

Für den Women Entrepreneurship Monitor 2024/25 haben elf GEM-Länderteams zusätzliche landesspezifische Daten aus ihrer jeweiligen repräsentativen GEM-Bevölkerungsbefragung (APS) im Jahr 2024 zur Verfügung gestellt. Die elf Länder sind: Frankreich, Italien, Kanada, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, Spanien, Südkorea, Vereinigte Staaten von Amerika und Vereinigtes Königreich. Die zusätzlichen Daten ermöglichen im vorliegenden Bericht ein noch tiefer gehendes Verständnis des geschlechterspezifischen Gründungsverhaltens in Deutschland im Vergleich zu dem in anderen Ländern.

Die empirische Basis des Global Entrepreneurship Monitors (GEM)

Damit in gleicher Weise Gründungsaktivitäten und Einflussfaktoren auf Gründungen in den unterschiedlichen Ländern erfasst werden können, bedarf es eines international koordinierten Erhebungsdesigns. Da es für Gründungen sowie für die Einschätzung gründungsbezogener Rahmenbedingungen keine vergleichbaren Statistiken auf globaler Ebene gibt, die für die Ziele dieses Projekts herangezogen werden könnten, führt der GEM eigene Primärerhebungen in den teilnehmenden Ländern durch. Ein komparativer Vorteil des GEM gegenüber anderen Datenquellen für Gründungsaktivitäten besteht darin, dass solche standardisierten Erhebungen in allen im jeweiligen Referenzjahr am GEM partizipierenden Ländern durchgeführt und im selben Zeitraum exakt dieselben Fragen an einen repräsentativen

Querschnitt der Bevölkerung sowie an systematisch ausgewählte Expertinnen und Experten gerichtet werden. Die GEM-Daten werden aus zwei getrennten Erhebungen gewonnen: eine repräsentative Bevölkerungsbefragung (Adult Population Survey, APS) sowie eine Expertinnen- und Expertenbefragung (National Expert Survey, NES). Beide Erhebungen bzw. Datenquellen werden im Folgenden dargestellt.

Bevölkerungsbefragung – APS

Für die Bevölkerungsbefragung des GEM (APS) wird eine repräsentative Stichprobe der erwachsenen Bevölkerung (18 bis 64 Jahre alt) gezogen. Aufgrund dieser Daten lässt sich ermitteln, wie hoch der Anteil der Personen in der Bevölkerung ist, die aktuell in die Gründung eines Unternehmens involviert sind, eine solche Gründung planen oder bereits durchgeführt haben. Darüber hinaus wird eine Fülle weiterer Daten erhoben, wie etwa zur Einstellung der Bevölkerung gegenüber Gründerinnen und Gründern und den von ihnen

als Inhaberinnen oder Inhaber geführten jungen Unternehmen, oder zum Einfluss von Gründungshemmnissen (wie z. B. die Angst vor dem Scheitern). Die Bevölkerungsbefragung in den GEM-Ländern findet in der Regel telefonisch statt – wenn es methodisch sinnvoll ist, sind aber auch andere Befragungsmethoden, etwa online oder „face-to-face“, oder Kombinationen von Methoden möglich. Im Jahr 2024 wurden so weltweit mehr als 150.000 Personen mit dem gleichen Fragebogen befragt. Die vom GEM-Konsortium für jedes Land vorgegebene Mindestgröße der Stichprobe liegt bei 2.000 erfolgreich durchgeführten Interviews – und die Methodik jedes Landes wird seitens des globalen GEM-Datenteams auf Korrektheit und Konformität überprüft. In Deutschland wurde 2024, dem Referenzjahr des zugrundeliegenden Berichts, die Methode der telefonischen Befragung (CATI) mit der der Onlinebefragung (CAWI) kombiniert. Durch die zusätzliche Nutzung der CAWI-Befragung können einzelne Zielgruppen, die in der Zufallsauswahl der CATI-Befragung unterrepräsentiert sind (z. B. jüngere Personen), gezielt angesteuert werden. Die Befragung in Deutschland fand vom 21.6.2024 bis zum 3.8.2024 statt und wurde im Auftrag des RKW Kompetenzzentrums durch das Institut für Umfragen, Analysen und DataScience GmbH (UADS) durchgeführt. Insgesamt gingen 3.019 nutzbare

Interviews in die Stichprobe ein, davon 1.522 telefonisch und 1.497 online. Die Telefonbefragung erfolgte wie in den Jahren zuvor mittels „Dual-Frame-Ansatz“, das heißt, es wurden sowohl Mobilnummern als auch Festnetznummern kontaktiert. Von den telefonischen Interviews wurden 1.015 (66,7 %) per Festnetz und 507 (33,3 %) per Mobilnummer angerufen. Um die Repräsentativität der Stichprobe zu gewährleisten, kam für einen geringen Prozentsatz der Stichprobe (nur bei Festnetznummern) die Methode „modified last birthday“ zum Einsatz und die erfassten Fälle wurden, wie bei solchen Befragungen üblich, gewichtet (kombinierte Design- und Non-response-Gewichtung). Die CAWI-Befragung nutzte ein Onlinepanel, das über circa 300.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer verfügt. Aus allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Onlinepanels wurden, je nach Anforderung an die jeweilige Befragtengruppe, für die GEM-Erhebung (z. B. Frauen zwischen 30 und 35 Jahren in Niedersachsen) Zufallsstichproben gezogen. Die Erhebung beider Datensätze (CATI und CAWI) erfolgte gesondert voneinander. Plausibilitätschecks hinsichtlich des Antwortverhaltens bei beiden Methoden fanden statt. Um den finalen Datensatz zu erhalten, wurden beide Teildatensätze kombiniert und einheitlich für Repräsentativität bezogen auf die Bevölkerung Deutschlands gewichtet.

Expertinnen- und Expertenbefragung – National Expert Survey (NES)

Die zweite empirische Säule des GEM bildet die Befragung von Gründungsexpertinnen und -experten. Dieser National Expert Survey ist eine in allen beteiligten GEM-Ländern in weitgehend gleicher Form durchgeführte schriftliche (online oder postalisch) und zum Teil auch persönliche Befragung. Der NES dient der Einschätzung gründungsbezogener Rahmenbedingungen in den jeweiligen Ländern. Rahmenbedingungen wie gesellschaftliche Werte und Normen, Bedingungen für Gründungen von Frauen oder öffentliche Förderprogramme haben als Kontextfaktoren direkten und indirekten Einfluss auf das Gründungsgeschehen eines Landes.

Für den NES werden Personen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie Gründerinnen und Gründer als auch Inhaberinnen bzw. Inhaber von Unternehmen interviewt, die sich intensiv mit dem Thema Unternehmensgründung auseinandersetzen und somit einen breiten Überblick über das Gründungsgeschehen im jeweiligen Land vorweisen können. Hierbei kommt ein standardisierter und in die jeweilige Landessprache übersetzter Fragebogen zum Einsatz. Ausgewählt werden die teilnehmenden Expertinnen und Experten nach

einem in allen Ländern einheitlichen Schlüssel. Es werden in jedem Land mindestens 36 Personen befragt, von denen jeweils mindestens vier eine Expertise für je eine der gründungsbezogenen Rahmenbedingungen besitzen. Insgesamt wurden 2024 in 56 Ländern 2.412 Interviews geführt. In Deutschland beantworteten 71 Gründungsexpertinnen und -experten aus unterschiedlichen Regionen die Fragen. Die Befragung wurde online durchgeführt. Dabei bewerteten die Befragten Einzelaussagen zu gründungsbezogenen Aspekten auf einer Skala von 0 („vollkommen falsch“) bis 10 („vollkommen wahr“). Die insgesamt rund 200 Variablen wurden jeweils einer von 16 gründungsbezogenen Rahmenbedingungen zugeordnet und über einen Indexwert quantifiziert.

Definition der im Bericht verwendeten Begriffe

Die Gründungsquote der angehenden Gründerinnen und Gründer ist definiert als der Prozentanteil der 18- bis 64-Jährigen, die

- a) zum Zeitpunkt der Befragung versuchen, alleine oder mit Partnern ein neues Unternehmen zu gründen (hierzu zählt jede Art selbstständiger Tätigkeit),
- b) in den letzten zwölf Monaten etwas zur Unterstützung dieser Neugründung unternommen haben (z. B. durch die Suche nach Ausstattung oder Standorten, Organisation eines Gründungsteams, Erarbeitung eines Geschäftsplans, Bereitstellung von Kapital),
- c) die Inhaber- oder Teilhaberschaft im Unternehmen anstreben und
- d) während der letzten drei Monate keine Vollzeitlöhne oder -gehälter bezahlt haben.

Die Gründungsquote der Gründerinnen und Gründer ist definiert als der Prozentanteil der 18- bis 64-Jährigen, die

- a) Inhaberinnen, Inhaber, Teilhaberinnen oder Teilhaber eines bereits bestehenden Unternehmens sind, bei dem sie in der Geschäftsleitung mithelfen und

- b) aus diesem Unternehmen nicht länger als dreieinhalb Jahre Gehälter, Gewinne oder Sachleistungen erhalten haben.

Die Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) stellt die Gesamtheit der beiden vorgenannten Personengruppen dar, aber nicht die Gesamtheit der Gründungsaktivitäten.

Personen, die sowohl angehende als auch tatsächliche Gründerinnen und Gründer sind, werden nur einmal gezählt. Die Personen, die von der TEA-Gründungsquote erfasst werden, werden als TEA-Gründerinnen und -Gründer bezeichnet.

Dies erklärt, warum die Quotensumme der angehenden und tatsächlichen Gründerinnen und Gründer größer ist als die Anzahl der TEA-Gründerinnen und -Gründer. Im GEM werden auch Unternehmerinnen und Unternehmer erfasst. Dies sind Personen, die schon seit mehr als dreieinhalb Jahren Gehälter, Gewinne oder Sachleistungen aus einer Gründung zahlen bzw. erhalten, die Inhaberinnen, Inhaber, Teilhaberinnen oder Teilhaber sind und sich in der Geschäftsleitung aktiv verantworten.



Literaturverzeichnis

Amrita, K., Garg, C.P., Raghuvanshi, J. & Singh, S. (2022): An integrated model to prioritize the strategies for women entrepreneurship development to overcome its barriers: case of Indian MSMEs”, IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 71, S. 3964–3978

Bjarnason, T. (2014): Adolescent Migration Intentions and Population Change: A 20-Year Follow-Up of Icelandic Communities: Adolescent migration intentions and population change. Sociologia Ruralis, 54(4), S. 500–515.

Brush, C., Ali, A., Kelley, D. & Greene, P. (2017): The influence of human capital factors and context on women’s entrepreneurship: Which matters more? Journal of Business Venturing Insights, 8, S. 105–113.

Brush, C. G. & Elam, A. B. (2024): Clearing the hurdles: Revisiting the underperformance hypothesis for women-led VC funded firms,” Journal of Small Business Management, Taylor & Francis Journals, vol. 62(5), S. 2287–2321, doi: 10.1080/00472778.2023.2229868.

Bürger, T., Neto Romeira, T., Schüler, J. & Andrade, I. (2024). Germany’s Next Generation: Eager to Start Businesses?. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. doi:10.11586/2024187.

Bundesministerium für Bildung (2025): Entrepreneurship Education. Landkarte der Aktionen für Kinder und junge Erwachsene. Wien. https://www.bmb.gv.at/Themen/schule/schulsystem/sa/bmhs/kfm/entrepreneurship/entrepreneurship_landkarte.html (letzter Abruf: 10.09.2025).

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2024): Atlas zur Gleichstellung von Frauen und Männern in Deutschland. Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2023): Gemeinsamer Aktionsplan „Mehr Unternehmerinnen für den Mittelstand“ unterstützt Gründerinnen und Unternehmerinnen. Berlin. <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Publikationen/Schlaglichter-der-Wirtschaftspolitik/schlaglichter-der-wirtschaftspolitik-07-2023.html> (letzter Abruf: 08.09.2025).

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2025): Wirtschaft aktiv in der Schule erleben – Der Initiativkreis „Gründung in School“. Berlin. <https://www.gruendunginschool.de/de/initiativkreis/initiativkreis> (letzter Abruf: 10.09.2025).

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie & Forschungszentrum Jülich GmbH (2025): EXIST-Women. Berlin. <https://exist.de/programm/exist-women/> (letzter Abruf: 08.09.2025).

Busch, A. & Holst, E. (2008): Gender Pay Gap: In Großstädten geringer als auf dem Land. DIW Berlin, German Institute for Economic Research, 75(33), S. 462–467.

Camarero, L. & Sampedro, R. (2016): Exploring Female Over-Migration in Rural Spain — Employment, Care Giving and Mobility, in: Wiest, K. (Hrsg.): Women and Migration in Rural Europe – Labour Markets, Representations and Policies. London: Palgrave Macmillan, S. 189–208.

Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P. & Ruiz-Navarro, J. (2016): The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. BRQ Business Research Quarterly, 19(4), S. 261–277.

Cantú Cavada, M., Bobek, V., Skoko, H. & Maček, A. (2018): Cultural foundations of female entrepreneurship in Mexico: Challenges and opportunities, Naše Gospodarstvo/Our Economy, 64 (1), S. 28–40.

Coleman, S., Henry, C., Orser, B., Foss, L. & Welter, F. (2019): Policy support for women entrepreneurs’ access to financial capital: evidence from Canada, Germany, Ireland, Norway and the United States. Journal of Small Business Management, 57(52), S. 296–322.



Croson, R. & Gneezy, U. (2009): Gender Differences in Preferences. *Journal of Economic Literature*, 47(2), S. 448–474.

Destatis (2025): Erwerbsbeteiligung von Frauen nach Berufen. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.

Ekinsmyth, C. (2022): Family policy and women's entrepreneurship. Portsmouth. <https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2022/12/No56-Family-policy-and-womens-entrepreneurship-Ekinsmyth.pdf> (letzter Abruf: 15.10.2025).

Ewens, M. & Townsen, R. R. (2020): Are early stage investors biased against women? *Journal of Financial Economics*, 135 (3), S. 653–677. doi:10.1016/j.jfineco.2019.07.002.

Farroñán, E.V.R., Karina, S.C.M., Ballesteros, M.A.A., León, M.Y.O., Nuñez, S.L.S. & Najera, C.P. (2023): Female university entrepreneurship: a competitive factor to strengthen the professional profile of female university students", *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, Vol. 12 No. 5, S. 95, doi:10.36941/ajis-2023-0129

Fekete, É. (2016): Rural Milieus in East-Central Europe – Gendered Attitudes to Post-modern Values, in: Wiest, K. (Hrsg.): *Women and Migration in Rural Europe – Labour Markets, Representations and Policies*. London: Palgrave Macmillan, S. 64–85.

Feldmann, M., Lukes, M. & Uhlaner, L. (2022): Disentangling succession and entrepreneurship gender gaps: gender norms, culture, and family. *Small Business Economics*, 58, S. 997–1013. doi:10.1007/s11187-020-00430-z.

Fichter, K., Neumann, T., Olteanu, Y. & Grothey, T. (2025). *Green Startup Report 2025*. Berlin: Borderstep Institut.

Fritsch, M., Obschonka, M., Wyrwich, M., Gosling, S. D., Rentfrow, P. J. & Potter, J. (2018): Regionale Unterschiede der Verteilung von Personen mit unternehmerischem Persönlichkeitsprofil in Deutschland – ein Überblick. *Raumforschung und Raumordnung*, 76(1), S. 65–81. doi:10.1007/s13147-018-0519-2.

Fuchs, M., Rossen, A., Weyh, A. & Wydra-Somaggio, G. (2019): Why do women earn more than men in some regions? Explaining regional differences in the gender pay gap in Germany. Nürnberg: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).

Galindo-Rueda, F. & Verger, F. (2016): *OECD Science, Technology and Industry Working Papers – OECD Taxonomy of Economic Activities Based on R&D Intensity*. Paris: OECD.

Gimenez-Jimenez, D., Edelman, L. F., Dawson, A. & Calabrò, A. (2022): Women entrepreneurs' progress in the venturing process: the impact of risk aversion and culture. *Small Business Economics*, 58, S. 1091–1111. doi:10.1007/s11187-020-00435-8.

Gorynia-Pfeffer, N. & Baharian, A. (2025): Inhalte und Kommunikationskanäle für die erfolgreiche Ansprache von Frauen zum Thema Gründung – IfM Bonn Policy Brief „Unternehmertum im Fokus“. Bonn. <https://www.ifm-bonn.org/publikationen/policy-brief-unternehmertum-im-fokus/detailansicht/inhalte-und-kommunikationskanale-fuer-die-erfolgreiche-ansprache-von-frauen-zum-thema-gruendung> (letzter Abruf: 02.09.2025).

Gorynia-Pfeffer, N., Baharian, A., Schauer, J. & Täube, F. (2024a): Infografiken: Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024. Eschborn. <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/publikationen/studie/infografiken-global-entrepreneurship-monitor-2023-2024/> (letzter Abruf: 02.09.2025).

Gorynia-Pfeffer, N., Baharian, A., Schauer, J. & Täube, F. (2024b): Frauen für das Thema Gründung gewinnen und (potenzielle) Gründerinnen zielgerichtet ansprechen – Ergebnisse der Online-Fokusgruppen. Eschborn: RKW Kompetenzzentrum. <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/publikationen/leitfaden/2024/frauen-fuer-das-thema-gruendung-gewinnen-und-gruenderinnen-zielgerichtet-ansprechen/> (letzter Abruf: 16.09.2025).

Gorynia Pfeffer, N. & Schauer, J. (2025): Wie gründen Frauen? Eschborn. <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/blog-1/wie-gruenden-frauen/> (letzter Abruf: 02.09.2025).

Grimsrud, G. M. (2011): Gendered Spaces on Trial: The Influence of Regional Gender Contracts on in-Migration of Women to Rural Norway. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 93(1), S. 3–20.



Halabisky, D. (2017): Five ways that policy could close the gender gap in entrepreneurship, International Trade Forum, (4), S. 10-11.

Hechavarría, D. M., Terjesen, S. A., Stenholm, P., Brännback, M. & Lång, S. (2017): More Than Words: Do Gendered Linguistic Structures Widen the Gender Gap in Entrepreneurial Activity? Entrepreneurship Theory and Practice, 42(5), 797–817. <https://doi.org/10.1177/1042258718795350>

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

Herzog-Stein, A. (2010): Minijobs: ländlich, westlich, weiblich. Böckler Impuls, 19, S. 6–7.

Hirsch, B., König, M. & Möller, J. (2013): Is There a Gap in the Gap? Regional Differences in the Gender Pay Gap. Scottish Journal of Political Economy, 60, S. 412–439. doi:10.1111/sjpe.12017.

Hirschfeld, A., Gilde, J., Walk, V., Teubert, F. & Stellbrink, C. (2025): Female Founders Monitor 2025. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. doi:10.11586/2025011.

Hirschfeld, A., Gilde, J., Walk, V. & Ansorge, M. (2024): Start-ups und soziale Herkunft – Was Gründer:innen prägt und antreibt. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

Horváth, I. (2008): The Culture of Migration of Rural Romanian Youth. Journal of Ethnic and Migration Studies, 34(5), S. 771–786. doi:10.1080/13691830802106036.

INKAR (2023): Laufende Raumbbeobachtung des BBSR - INKAR, Ausgabe 07/2025. Hrsg.: Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR). Bonn. <https://www.inkar.de/> (letzter Abruf: 02.09.2025).

Johansson, M. (2016): Young women and rural exodus – Swedish experiences. Journal of Rural Studies, 43, S. 291–300. doi:10.1016/j.jrurstud.2015.04.002.

Kay, R., Nielen, S., Bijedić-Krumm, T., Butkowski, O. & Reiff, A. (2025): Zur Finanzierungssituation von jungen Unternehmen – eine genderspezifische Analyse. IfM-Materialien Nr. 309. Bonn.

Kiefl, S., Scharpe, K., Ajiri, A., Davis, J., Heinrich, L. & Marik, M. O. (2024): Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2024. Berlin: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. & Euclid Network.

Korea Foundation for Women in Science (2025): Incorporate women's values – Opening the Future of Science – WISET, the world's leading organization in creating value for women's science and technology. Seoul. https://www.wiset.or.kr/eng/sub01_03.do (letzter Abruf: 08.09.2025).

Metzger, G. (2025): KfW-Gründungsmonitor 2025 – Gründungstätigkeit in wirtschaftlich unsicheren Zeiten: zuletzt besser als erwartet, aber nach wie vor (zu) niedrig. Frankfurt am Main: KfW Bankengruppe.

Neuberger, F., Rüttenauer, T. & Bujard, M. (2022): Where does public childcare boost female labor force participation? Exploring geographical heterogeneity across Germany 2007–2017. Demographic Research, 46, S. 693–722.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2025): Bildung auf einen Blick 2025: Deutschland. Paris. https://www.oecd.org/de/publications/2025/09/education-at-a-glance-2025-country-notes_9749f4ff/germany_52735cfb.html (letzter Abruf: 08.09.2025).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2025): Inclusive Entrepreneurship Policy Country Assessment Notes: Germany. Paris. https://www.oecd.org/en/publications/inclusive-entrepreneurship-policy-assessment-country-notes_3dcac57d-en/germany_dc03aa55-en.html (letzter Abruf: 23.09.2025).

Panda, S. (2018): Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking”, Gender in Management: An International Journal, Vol. 33 No. 4, pp. 315–331, doi:10.1108/GM-01-2017-0003.

Rauhut, D. & Littke, H. (2016): ‚A One Way Ticket to the City, Please!‘ On Young Women Leaving the Swedish Peripheral Region Västernorrland. Journal of Rural Studies, 43, S. 301–310.

Runst, P. & Haverkamp, K. (2018): Handwerk in ländlichen Räumen. Göttinger Beiträge zur Handwerksforschung 22. Göttingen: Institut für Mittelstand und Handwerk (ifh) Universität Göttingen.



Runst, P., Meub, L., Thomä, J. & Alhusen, H. (2023): Struktur-, Regional- und Potenzialanalyse des Handwerks in Mecklenburg-Vorpommern. Ifh Forschungsbericht 13. Göttingen: Institut für Mittelstand und Handwerk (ifh) Universität Göttingen.

Schumacher, K. P. & Kunz, A. (2016): Gendered Rural Labor Markets and Intent to Migrate - A Case Study in Northwestern Germany, in: Wiest, K. (Hrsg.): Women and Migration in Rural Europe – Labour Markets, Representations and Policies. London: Palgrave Macmillan, S. 109–130.

Shinnar, R. S., Hsu, D. K., Powell, B. C. & Zhou, H. (2018). Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions? International Small Business Journal, 36(1), S. 60–80. doi:10.1177/0266242617704277.

Statistisches Bundesamt (2025): Gender Education Gap: Hochschulreife erwerben zu 55 % Frauen, den Ersten Schulabschluss zu 59 % Männer. Wiesbaden. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/04/PD25_N014_212.htm (letzter Abruf: 02.09.2025).

Statistisches Bundesamt (2024a): Zensus 2022: In München lebten anteilig die meisten Akademikerinnen und Akademiker. Wiesbaden. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zensus2022-Pressesmitteilungen/PM_zensus2022_50.html (letzter Abruf: 02.09.2025).

Statistisches Bundesamt (2024b): Jedes fünfte Unternehmen nutzt künstliche Intelligenz. Wiesbaden. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/11/PD24_444_52911.html (letzter Abruf: 02.09.2025).

Sternberg, R., Gorynia-Pfeffer, N., Täube, F., Wendt, N., Baharian, A. & Wallisch, M. (2024): Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2023/24. Eschborn: RKW Kompetenzzentrum. <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/publikationen/studie/global-entrepreneurship-monitor-2023-2024/> (letzter Abruf: 17.09.2025).

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. (2025): Forschung und Entwicklung in der Wirtschaft 2023. Essen: Stifterverband.

Tal, M., Lavi, R., Reiss, S. & Yehudit, J. D. (2024): Gender Perspectives on Role Models: Insights from STEM Students and Professionals. Journal of Science Education and Technology, 33, S. 699–717. doi:10.1007/s10956-024-10114-y.

Terrell, K. & Troilo, M. (2010): Values and female entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2(3), S. 260–286.

Tumasjan, A., Mergele, L., Rueter, I., Zierow, L. & Ismail, I. (2025): Unternehmerisches Verhalten beginnt im Klassenzimmer. München. <https://www.ifo.de/DocDL/sd-2025-08-tumasjan-et-al-wirtschaftsunterricht-unternehmertum.pdf> (letzter Abruf: 26.09.2025).

Viète, S., Metzger, G., & Lo, V. (2022): Female Entrepreneurship – Mobilisierung von Gründerinnen ist wirtschaftliche Chance und gesellschaftliche Aufgabe. Frankfurt am Main: KfW Research.

Wang, D. & Prokop, J. (2025): Gender homophily and local bias in equity crowdfunding. Small Business Economics, 64, S. 805–836 (2025). doi:10.1007/s11187-024-00949-5.

Wendt, W. R. & Faulde, J. (2024): Wohlfahrtspflege im ländlichen Raum. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI) (2023): Höchster beruflicher Abschluss der 15- bis unter 65-Jährigen 1991–2021. Düsseldorf. https://www.wsi.de/data/wsi_gdp_bi-beruf-01.pdf (letzter Abruf: 02.09.2025).

Menschen. Unternehmen. Zukunft!

Das RKW Kompetenzzentrum ist ein neutraler Impuls- und Ratgeber für den deutschen Mittelstand. Es sensibilisiert angehende wie etablierte kleine und mittlere Unternehmen für Zukunftsthemen und unterstützt sie dabei, ihre Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft auszubauen.

Das RKW Kompetenzzentrum leistet damit einen Beitrag zur Stärkung des Gründungsgeschehens und zur nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung in Deutschland. Zu den aktuellen Schwerpunktthemen „Gründung“, „Fachkräftesicherung“, „Digitalisierung“ und „Innovation“ bietet das RKW Kompetenzzentrum daher praxisnahe und branchenübergreifende Informationen sowie Handlungshilfen an. Darüber hinaus stellen wir für die Bauwirtschaft traditionell branchenspezifische Lösungen bereit.

Bei der Verbreitung der Ergebnisse vor Ort arbeitet das RKW Kompetenzzentrum mit Sitz in Eschborn eng mit den RKW Landesorganisationen in den Bundesländern zusammen.

Das RKW Kompetenzzentrum wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert.

Weitere Informationen: www.rkw-kompetenzzentrum.de

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages