

# brandeins

*Wirtschaftsmagazin*

Verklemm  
dich  
nicht!



Schwerpunkt  
Frauen / Männer / Arbeit

# Und was sagt Ihr Mann dazu?

Was Frauen erleben, die ihre eigene Firma gründen.

Text: Lisa Goldmann und Lea Hampel  
Illustration: Julia Ossko und Eugen Schulz

*Kleidet sich nicht wie ein Nerd und hat trotzdem Ahnung von Technik:  
Lisa Lang,  
Elektrocouture*



• „Ich habe zwölf Jahre gebraucht, um zu begreifen, dass ich einfach selbst ein Unternehmen gründen kann“, sagt Lisa Lang. Die 34-Jährige sitzt in einem leeren Raum im Hipster-Einkaufstempel Bikini neben dem Bahnhof Zoo in Berlin. Dort ist sie gerade mit ihrer Firma hingezogen. Lang bezeichnet sich als IT-Nerd, auf die dazugehörige Uniform – Jeans, Pulli, Sneaker – verzichte sie allerdings. Sie trägt lieber bunte Kleider und knallroten Lippenstift. „Überraschung: Man kann schlau und trotzdem gut angezogen sein“, sagt sie.

Ihre Firma Elektrocouture beschäftigt heute 17 Mitarbeiter, erwirtschaftet einen Millionenumsatz und verkauft smarte Kleidung, die kühlt, wenn es warm wird, oder auf Wunsch die Farbe ändert. Über ihre Rolle sagt Lang: „Niemand wird als Unternehmer geboren, du wächst da hinein.“ Doch Frauen wachsen in diese Rolle seltener hinein als Männer. Wesentlich seltener sogar. Auf zwei weibliche kommen nach aktuellen Zahlen des Bonner Instituts für Mittelstandsforschung fünf männliche Gründer. Und je größer ein Unternehmen, desto seltener wurde es von einer Frau gegründet.

Wie kann das sein, im Jahr 2017, in einem der modernsten Länder der Welt? Die Antworten sind vielfältig, haben mit persönlichen Präferenzen zu tun, mit Vorbildern, staatlichen

Rahmenbedingungen, alten Spielregeln und dem Weltbild einer Gesellschaft. Sie spiegeln sich oft in Anekdoten wider. Wie die einer Gründerin, die bei der Bank gefragt wird, ob ihr Mann bürgere. Oder der Unternehmerin, die zu hören bekommt, dass man ihretwegen die Verbandssitzung bei Strickzeug statt Bier abhalten müsse.

Laut Ökonomen der Universität Hohenheim könnten hierzulande 60 000 Unternehmen pro Jahr entstehen, würden Frauen ebenso häufig Firmen gründen wie Männer.

## Die Voraussetzungen

Etwa die Hälfte der Männer, aber nur ein Drittel der Frauen in Deutschland glauben, die Kenntnisse und Fähigkeiten für eine Gründung zu haben, so das Ergebnis einer Analyse des Instituts Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 2014. Gelten die Deutschen ohnehin als vorsichtig, trifft das auf Frauen – im Schnitt – noch mehr zu. Mit einer höheren Risikoaversion lassen sich fast drei Viertel des Gendergaps beim Gründen erklären. Das zeigt eine Untersuchung der Cesifo-Gruppe desselben Jahres.

Vorlage Porträtfoto: © Andreas Walschütz

Die Vorsicht mag bei Frauen in Deutschland auch an den Voraussetzungen liegen. Lange galt: Sie sind weniger gut ausgebildet als Männer. Zwar steigt die Zahl der Hochschulabsolventinnen, aber in Fächern wie Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik saß selbst im Jahr 2015 laut Statistischem Bundesamt nur auf knapp jedem dritten Platz im Hörsaal eine Frau.

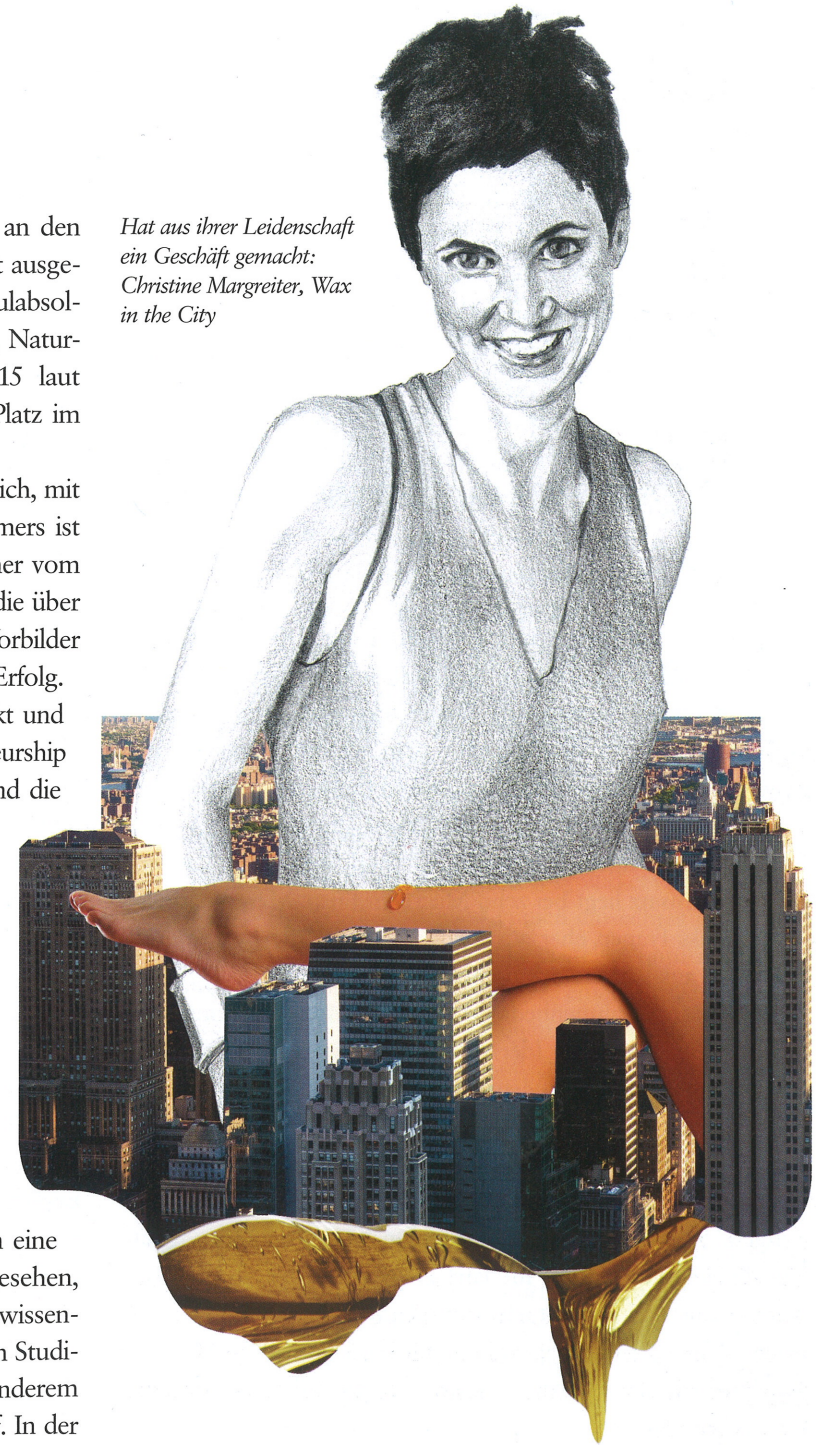
Das hat, wie die geringe Zahl von Gründerinnen an sich, mit fehlenden Vorbildern zu tun. „Das Bild eines Unternehmers ist nach wie vor männlich geprägt“, lautet das Ergebnis einer vom Bundeswirtschaftsministerium in Auftrag gegebenen Studie über Unternehmerinnen in der Europäischen Union 2013. Vorbilder aber seien ausschlaggebend für die Motivation und den Erfolg.

Oder, um es mit Zahlen des Instituts für Arbeitsmarkt und Berufsforschung auszudrücken, das den Global Entrepreneurship Monitor 2009 bis 2014 für Deutschland auswertete: Sind die Eltern Unternehmer, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Töchter es ihnen gleichtun, um 48 Prozent. Unterstützung aus dem Umfeld ist entscheidend. Die Facebook-Geschäftsführerin Sheryl Sandberg schreibt in ihrer Karrieregebrauchsanleitung „Lean in“, die wichtigste berufliche Entscheidung einer Frau sei, „ob sie einen Lebenspartner haben möchte und wer dieser Partner sein soll“.

Im fränkischen Handwerker-Elternhaus von Lisa Lang „war eigentlich klar, ich werde entweder Hausfrau oder Angestellte“, sagt sie. Das änderte sich, als sie ihren Onkel und ihre Tante besuchte, die in Australien eine Immobilienfirma hatten: „Da habe ich das erste Mal gesehen, aha, Unternehmerin, das geht auch.“ Sie studierte Medienwissenschaften, eine Professorin begeisterte sie für IT. Nach dem Studium arbeitete sie für verschiedene Start-ups, baute unter anderem das Berliner Büro des US-Cloud-Dienstleisters Twilio auf. In der Tech-Szene stieß ihre selbst entwickelte, smarte Kleidung auf Interesse. Lang erkannte, dass Kleidung für das digitale Zeitalter eine Marktlücke ist: „Es war, als würden alle um mich herum ▶

Vorlage Porträtfoto: © Wax in the city

*Hat aus ihrer Leidenschaft ein Geschäft gemacht:  
Christine Margreiter, Wax  
in the City*



schlafen, und nur ich bin wach und sehe das Potenzial.“ Da wusste sie, sie muss es versuchen.

## Die Motive

Während laut einer Befragung durch das Bundeswirtschaftsministerium unter 513 Gründern jeder dritte Mann „mehr verdienen zu können“ als Gründungsgrund nennt, tut das nur rund jede achte Frau. Was nicht heißt, dass Frauen nicht aufs Geld achteten. Laut einer Studie von US-Ökonomen im Jahr 2014 wollen Frauen nicht unbedingt selbst reich werden, sondern eher „Wohlstand für die Familie schaffen“.

Einerseits scheitert der Plan, ein Unternehmen aufzubauen, für Frauen häufig an einer nicht ausreichenden Kinderbetreuung. Andererseits macht gerade der Wunsch nach der Vereinbarkeit von Kind und Karriere Frauen zu Gründerinnen. Der Gründungsmonitor der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) von 2016 zeigt: Fast jede Dritte ist eine sogenannte Notgründerin, bei Männern ist das nur gut jeder Vierte. Anteilig gründen mehr Frauen als Männer im Nebenerwerb. Laut einer Auswertung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung von 2015 gab jede vierte Gründerin an, sie zöge eine Anstellung vor, so sie eine passende fände.

## Die Ideen

Als Christine Margreiter und Sibylle Stollberg 2004 „Waxing“ in die Suchmaschine eingaben, erhielten sie null Treffer für Deutschland. An Haarentfernung als Geschäftsmodell glaubte damals niemand. „Wir waren aber selbst vom Waxing begeistert und wollten es unbedingt nach Deutschland bringen“, sagt Margreiter. Heute gehören zu ihrem Franchise-Unternehmen „Wax in the City“ nach eigenen Aussagen 24 Studios in sechs Ländern, der Jahresumsatz liegt bei zehn Millionen Euro. Margreiter: „Ich glaube, dass Frauen eher aus Leidenschaft für die Inhalte gründen, nicht aus karrieretechnischem Kalkül.“

Wer andere Rahmenbedingungen und Motive als Unternehmerin hat, setzt andere Ideen um. So entwickelten Frauen die Monitoring-App für die Menstruation, die App für übrig gebliebene Speisen aus Restaurants oder Bäckereien oder die Job-sharing-Agentur für Menschen mit Teilzeitkarrieren. Frauen wollen mit Firmen oft ein Problem lösen oder ein Thema voranbringen. Sie landen in Künstlerberufen, sozialen Diensten und Einzelhandelsgeschäften. Im Jahr 2016 boten laut KfW-Gründungsmonitor 31 Prozent aller Gründerinnen Dienstleistungen in Pflege, Bildung, Kultur, Sport an – nur rund jeder achte Mann tat das. Positiv gesehen führt das dazu, dass es in diesen Geschäftsfeldern fast so viele Chefinnen wie Chefs gibt. Negativ formuliert: Wer nur vom eigenen Yogastudio um die Ecke träumt, wird vermutlich nicht die nächste Fitnesskette aufbauen.

## Das Geld

„Wir waren vom Spaß am Job und von der Idee so getragen, dass wir nicht gemerkt haben, wie uns das Geld davonläuft“, sagt Birgit Gehr, Inhaberin von Blues (Bayerische Logistik Umwelt & Entsorgung Systeme GmbH), einer Firma für Entsorgung, Abfallwirtschaft und Umweltmanagement. 2002 hatte sie sich nach Jahren als Angestellte in einem Baukonzern mit ihrer Kollegin Alexandra Wehner selbstständig gemacht. Damals sei sie naiv gewesen: „Bei der Finanzierung haben wir alles falsch gemacht.“ Heute lacht sie darüber und kennt ihre Fehler: Sie haben mit zu wenig Kapital begonnen, haben unterschätzt, wie wichtig Liquidität ist, mussten sich von Bekannten Geld leihen und mit Privatvermögen Firmenrechnungen bezahlen.

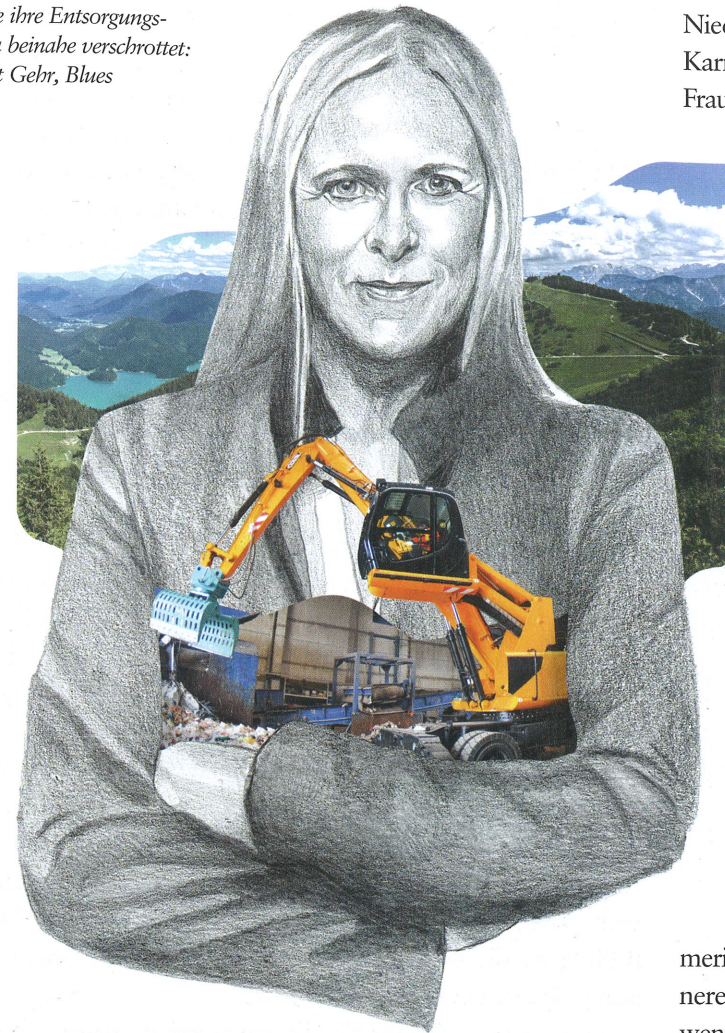
Frauen wagen den Schritt in die Selbstständigkeit im Schnitt mit weniger Kapital. Laut KfW gründeten 41 Prozent der Frauen, aber nur 33 Prozent der Männer im Jahr 2014 ganz ohne Finanzmittel ein Unternehmen. Nur zwei Prozent der Frauen nahmen externe Finanzmittel von mehr als 25 000 Euro in Anspruch, bei den Männern waren es sechs Prozent.

Frauen haben dazu laut dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung auch weniger Sicherheiten: Im Schnitt verfügen sie über ein knappes Drittel weniger Vermögen als Männer. Eine Studie des Forschungsinstituts zur Zukunft der Arbeit hat gezeigt, dass schon eine Steigerung des verfügbaren Kapitals um 1000 Pfund die Wahrscheinlichkeit, dass Frauen in Großbritannien gründen, um 8,5 Prozent erhöht.

Dazu kommt, dass Kredite Frauen teurer zu stehen kommen. Der Harvard-Ökonom Alberto Alesina fand 2008 in einer Studie heraus, dass Frauen in Italien auf vergleichbare Gründungskredite höhere Zinsen zahlen. Eine Untersuchung der Columbia Business School von 2017 kam zu dem Ergebnis, dass Frauen in Kapitalverhandlungen öfter über Verlustrisiken berichten müssen, während Männer nach Gewinnpotenzialen gefragt werden. Das führt dazu, dass Frauen weniger Geld bekommen. Wissenschaftler der Technischen Universität in Luleå werteten Auswahlgespräche bei staatlichen Risikokapitalgebern in Schweden aus: 53 Prozent der Frauen, aber nur 38 Prozent der Männer waren abgelehnt worden, Frauen bekamen im Schnitt 25 Prozent der geforderten Summe, Männer 52 Prozent. Die qualitative Analyse brachte die Erklärung: Frauen wurden unter- und Männer überschätzt. Erstere waren „jung und unerfahren“, „gutaussehend, aber nachlässig“, „zu vorsichtig“. Letztere „jung und vielversprechend“, „arrogant, aber beeindruckend kompetent“, „vernünftig“.

Birgit Gehr kennt solche Reaktionen. Ging sie mit ihrer Geschäftspartnerin zu Veranstaltungen, hieß es: „Ach, die Blues Girls!“ „Wer würde erwachsene Geschäftsmänner ‚Boys‘ nennen?“, fragt sie. Den meisten vergingen diese Sprüche, wenn sie die Produktionshalle besuchten. 7000 Quadratmeter voller Maschinen. Doch dazu kam es selten, meist winkte die Bank vorher

Hätte ihre Entsorgungsfirma beinahe verschrottet: Birgit Gehr, Blues



schon ab, zu hohes Risiko. Doch eine Bankangestellte fand Gehr und ihre Partnerin so beeindruckend, dass sie half, ein Darlehen bei einer Förderanstalt zu beschaffen. „Ihr bin ich bis heute dankbar“, sagt Gehr. Heute hat sie 20 Mitarbeiter, erwirtschaftet fünf Millionen Euro Umsatz im Jahr und ist nahezu schuldenfrei.

Gründerinnen, die Finanzierung suchen, sitzen meist Männern gegenüber. 93 Prozent aller Partner der 100 größten Risikokapitalfirmen sind männlich. Wo es bei Gehr nur doofe Sprüche waren, reicht der Sexismus anderswo bis zur Übergriffigkeit. Im Sommer 2017 machten mehr als zwei Dutzend US-Amerikanerinnen öffentlich, von Investoren sexuell belästigt worden zu sein, mehrere Täter mussten daraufhin ihre Firmen verlassen. Einige Geldgeber wie der Tech-Gründer Jonathan Sposato oder die

Niederländerin Cilian Jansen Verplanke von der Investmentbank Karmijn Kapitaal investieren nur noch, wenn mindestens eine Frau im Gründerteam sitzt. Nicht aus Altruismus. Sondern, wie Verplanke sagt: Gemischte Teams sind einfach erfolgreicher.

## Das Wachstum

An einen Moment aus den Anfangsjahren erinnert sich die heute 63-jährige Unternehmerin Ingrid Hofmann noch gut. Kurz nachdem sie ihre Zeitarbeitsfirma gegründet hatte, plante sie mit anderen Branchenvertretern einen Verband. „Bis dahin hatte ich als einzige Frau bei jeder Sitzung Protokoll geschrieben“, sagt Hofmann. Doch bei einer dieser Besprechungen kam heraus, dass ihre Firma allein mehr als die Hälfte des gesamten Verbandsumsatzes erwirtschaftete. „Protokolle habe ich seitdem nie mehr geschrieben. In keinem Verband“, sagt sie, deren Firma I. K. Hofmann heute Niederlassungen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Tschechien, Großbritannien sowie den USA hat und 2016 einen Jahresumsatz von 836 Millionen Euro verzeichnete.

Doch auch heute trifft Hofmann bei Verbandstreffen nur selten Frauen und noch seltener Gründerinnen. Im Schnitt, zeigt eine Analyse der KfW 2014, machen Unternehmerinnen – selbst wenn man einschränkende Faktoren wie kleinere Firmengröße und Ähnliches herausrechnet – 6000 Euro weniger Monatsumsatz als Unternehmer. Besonders zeigt sich diese Tendenz in den höheren Ligen: Nur jedes fünfte Unternehmen mit einer Million Euro Umsatz hat eine Gründerin, bei Firmen mit 50 Millionen Euro Umsatz nur jedes zwanzigste.

Ingrid Hofmann sagt: „Ich glaube, es sind eher innere Hürden als äußere, die verhindern, dass Frauen ein echtes großes Wirtschaftsunternehmen anstreben.“ Dabei stellen immer mehr Wirtschaftswissenschaftler den Mythos der Female Underperformance infrage. Vielmehr führen die gleichen Motive, die Frauen klein und bescheiden gründen lassen, dazu, dass sie auch nicht an Expansion denken, wenn es gut läuft. Manche Frauen, vermutet Hofmann, seien nicht bereit, den Preis zu zahlen: „Es ist einfach unbequem, alles unter einen Hut zu bringen.“ Wer ein großes Unternehmen führt, hat weniger Zeit für eine Familie. Ingrid Hofmann: „Wer beides vereinbart, muss aushalten, dass der eigene Nachwuchs das Kindermädchen stürmisch umarmt.“

Tatsächlich geben 58,5 Prozent der Frauen, die an einer kanadischen Studie teilgenommen haben, an, ihr Unternehmen nicht vergrößern zu wollen, weil so alles organisierbar sei. Und eine Analyse der KfW zeigt: Männliche Vollzeitgründer arbeiten 51 Stunden pro Woche, weibliche nur 43 Stunden.

Vielleicht hat es aber auch erneut mit den Motiven zu tun – wem es um die Sache geht, dem geht Qualität vor Quantität, ▶



*Schreibt keine Protokolle  
mehr: Ingrid Hofmann,  
I. K. Hofmann*

und damit ist der Zweck des Unternehmens wichtiger als die Größe. Ingrid Hofmann schüttelt über solche Tendenzen den Kopf – Chefin sein, findet die Unternehmerin, macht Spaß. „Je länger man es ist, umso mehr.“ Größe und Macht, findet Hofmann, seien bei Frauen zu oft negativ konnotiert. „Ich mag die Idee, vielen Menschen Arbeit zu geben.“ 24 500 sind es mittlerweile.

## Die Zukunft

Obwohl nur 29 Prozent aller Gründungen von Frauen getätigt werden, liegt ihr Anteil bei den Gründungsberatungen der Deutschen Industrie- und Handwerkskammern mit 40 Prozent an allen Ratsuchenden anteilig deutlich darüber.

Was kann getan werden, damit sich mehr Frauen trauen? „Damit in Deutschland mehr Frauen gründen, müssen generell mehr Frauen am Erwerbsleben teilnehmen. Voraussetzungen hierfür sind gute Kinderbetreuung und auch mehr Arbeitsteilung in Partnerschaften“, sagt Jörg Zeuner, Chefökonom der KfW.

Eine Schlussfolgerung der eingangs erwähnten Studie der Cesifo-Gruppe lautet: Finanzielle Unterstützung zusammen mit Kampagnen und Coaching würden Frauen am ehesten zum Gründen ermutigen.

Allerdings nur, wenn sie gezielt erfolgt, wie die Untersuchung der Hohenheimer Forscher gezeigt hat. Sie fanden heraus, dass Frauen sich von scheinbar neutraler Gründerförderung oft nicht angesprochen fühlen. „Die Situation sieht also neutral aus, ist aber ungerecht“, lautet das Urteil des Forscherduos. Wichtig könnten auch Netzwerke sein. Noch haben New Economy und Start-up-Kultur die Old Boys Clubs nicht aufgelöst. Neun von zehn Digitalunternehmerinnen, die vom Vodafone Institut für die Studie „Neue Welt und alte Rollen“ befragt wurden, glauben, ein verbesserter Zugang zu Netzwerken würde Frauen im Gründen bestärken.

Bis es so weit ist, hilft oft, wie bei den hier vorgestellten Gründerinnen, der ein oder andere Kniff. Lisa Lang begleitete ihre Kollegen bei ihrem ersten Job in einer Digitalagentur in Australien einmal im Monat in den Stripclub. Christine Margreiter lädt zum Kennenlernen mit möglichen Franchise-Nehmerinnen für ein Waxing-Studio oft gleich die Ehemänner ein, weil sie weiß, wie wichtig die Unterstützung der Familie ist. Und Birgit Gehr betritt die staubige Produktionshalle im hellen Sakko, auch wenn klar ist, dass sie halb grau wieder herauskommt, um zu zeigen: Die ist nicht zimperlich. Ingrid Hofmann erntet Respekt, wenn sie mit ihrem Dienstwagen, einem BMW Z4, vorfährt.

Noch gelten die Spielregeln der Männer. Daran etwas zu ändern, ist auch Aufgabe der Frauen. Denn der wichtigste Rat aller Gründerinnen lautet: „Traut euch.“ ■