



Pressemitteilung

Gründerinnen fühlen sich gegenüber Gründern benachteiligt

- Studie des Vodafone Instituts in Kooperation mit dem Netzwerk Women in Digital zur Lage der Gründerinnen in der deutschen Digitalwirtschaft
- Fast zwei Drittel (64 Prozent) der befragten Gründerinnen sind der Meinung, dass es weibliche Gründer immer noch schwerer haben
- Deutliche Mehrheit (62 Prozent) fühlt sich bei der Vergabe von Krediten durch Investoren gegenüber Männern benachteiligt
- Helfen würden nach Meinung der Gründerinnen vor allem Zugänge zu Tech-Netzwerken und Unterstützung bei der Selbstvermarktung

Berlin, 6. Dezember 2016. Gründerinnen in der Digitalwirtschaft hadern mit den Rahmenbedingungen in Deutschland. Dies ist das Ergebnis der wissenschaftlichen Studie „NEUE WELT und ALTE ROLLEN? Zur Situation von Gründerinnen in der Digitalwirtschaft in Deutschland“ des Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation in Kooperation mit dem Netzwerk Women in Digital.

Frauen haben es nach Meinung der befragten Gründerinnen immer noch deutlich schwerer bei der Unternehmensgründung als Männer. Rund zwei Drittel (64 Prozent) teilen diese Ansicht. Fast die Hälfte der Befragten (42 Prozent) fühlt sich als Gründerin oft nicht ernst genommen.

Ausgehend von dem Befund, dass der Gründerinnen-Anteil in der deutschen Digitalwirtschaft bei nur neun Prozent liegt, fragt die Studie des Vodafone Instituts Gründerinnen nach den größten Hürden. Über 86 Prozent von ihnen geben an, dass es eine besondere Hürde für Frauen darstellt, sich auf die übliche Selbstdarstellung und Übertreibung in der nach wie vor männer-dominierten Digitalbranche einzulassen. Entscheidend ist zudem die gefühlte Benachteiligung durch Investoren und Kreditgeber (62 Prozent) sowie das Fehlen von Mentorinnen und weiblichen Vorbildern (58 Prozent).

Gründerinnen selbst glauben nicht, dass ihnen in erster Linie IT-Kompetenzen fehlen. Sie geben an, dass vor allem Zugänge zu den bislang oft männer-dominierten Tech-Netzwerken (über 95 Prozent) helfen würden. Gründerinnen könnten dadurch Anregungen und Unterstützung für die Unternehmensgründung erhalten. Des Weiteren würde eine Bestärkung ihrer Person im Selbstmarketing (93 Prozent) bei der Unternehmensgründung helfen. Dies ist vor allem vor dem Hintergrund, dass rund 85 Prozent der Befragten fehlendes Selbstbewusstsein als eine besondere Hürde ansehen, von größter Bedeutung.

Für die Studie wurden 22 Experten und Gründerinnen interviewt sowie 112 Gründerinnen per Online-Umfrage befragt.

Pressekontakt:
Friedrich Pohl
Leiter Kommunikation
Mobil: 0172 – 71 55 900

friedrich.pohl@vodafone.com
Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation GmbH
Büro Berlin
Behrenstraße 18
10117 Berlin
www.vodafone-institut.de

Social Media:
facebook.com/VodafoneInstitute
twitter.com/vf_institute
youtube.com/VodafoneInstitute



Stimmen zur Studie:

Prof. Dr. Stephanie Birkner, Uni Oldenburg:

„Gründung an sich hat kein Geschlecht. Menschen schaffen mit Blick auf sich und andere 'Gender-Schubladen' und diese prägen auch unsere Vorstellungen vom unternehmerischen Denken und Handeln. Lange Zeit passten in diese 'Schubladen' Frauen nur sehr unbequem rein – das ändert sich erst langsam. Wie prekär die Lage in Deutschland noch ist, zeigt die Studie des Vodafone Instituts. Neben strukturellen Benachteiligungen sind es vor allem die sozialen Gefüge der Startup-Community, mit denen sich die Unternehmerinnen vielfach nicht identifizieren können.“

Tijen Onaran, Vorstand von Women in Digital:

„Ein gesundes und starkes Netzwerk, Förderer und Mentoren sowie Role Models sind das A und O für Gründerinnen. Für all das braucht es weniger Betroffenheit, sondern mehr Empowerment.“

Alice Steinbrück, Studien-Autorin, Head of Social Business, Vodafone Institut:

„Das gängige Klischee, dass es keine Frauen mit Tech-Kompetenzen gibt, ist veraltet. Um das vorhandene Potenzial zu wecken, muss sich die Herangehensweise von Medien, Politik und Kapitalgebern ändern. Zudem gilt es, die vorhandenen Potenziale zu wecken. Genau da setzt das Unterstützungsprogramm F-LANE des Vodafone Instituts an.“

Miriam Wohlfarth, Gründerin von RatePAY:

„Die Studie zeigt, dass es für weibliche Gründer noch einige Stolpersteine gibt. Um Investoren und Kunden zu überzeugen, kann man nur bei sich selbst beginnen: Nicht nur die Idee, sondern auch die eigene Person verkaufen, Mut zur Lücke haben, eigene Netzwerke gründen. So werden wir Vorbilder für die nächste Generation von Gründerinnen.“

Pressekontakt:

Friedrich Pohl

Leiter Kommunikation

Mobil: 0172 – 71 55 900

friedrich.pohl@vodafone.com

Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation GmbH

Büro Berlin

Behrenstraße 18

10117 Berlin

www.vodafone-institut.de

Social Media:

facebook.com/VodafoneInstitute

twitter.com/vf_institute

youtube.com/VodafoneInstitute



Über das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation

Das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation beschäftigt sich mit der Frage, wie digitale und mobile Technologien politische, soziale und ökonomische Teilhabe erhöhen sowie den Zugang zu Bildung eröffnen. Als Think and Do Tank fordert das Institut den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Hierzu entwickelt es eigene Projekte, initiiert Forschungs Kooperationen, publiziert Studien und praktische Handlungsempfehlungen. Auf Veranstaltungen und in digitalen Medien bietet das Institut Raum für öffentliche Debatten.

Über Women in Digital

Women in Digital richtet sich an Frauen aus der Digitalbranche und setzt sich zum Ziel, die Sichtbarkeit der Frauen zu erhöhen und diese miteinander zu vernetzen. Gründerinnen und Entscheiderinnen aus Unternehmen, Medien, Politik und Verbänden bietet Women in Digital eine Plattform für Kooperationen, Projekte und Austausch.

Über F-LANE

Das Vodafone Institut startete im Oktober 2016 mit F-LANE den europaweit ersten Accelerator mit dem Schwerpunkt auf Start-ups von oder für Frauen im Tech-Sektor. Ziel des Förderprogrammes ist es, die Beteiligung von Frauen an der technologischen Entwicklung zu erhöhen.

F-LANE sucht dabei weltweit nach innovativen Tech-Start-ups mit einem Fokus auf Frauen, die ein soziales Problem unternehmerisch lösen. Die Geschäftsideen sollten idealerweise eine breite Wirkung erzielen und die Situation von Mädchen und Frauen mithilfe von Technologie verbessern. F-LANE ist eine Kooperation des Vodafone Instituts mit dem Impact Hub Berlin und der Social Entrepreneurship Akademie in München.

Pressekontakt:

Friedrich Pohl

Leiter Kommunikation

Mobil: 0172 – 71 55 900

friedrich.pohl@vodafone.com

Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation GmbH

Büro Berlin

Behrenstraße 18

10117 Berlin

www.vodafone-institut.de

Social Media:

[facebook.com/VodafoneInstitute](https://www.facebook.com/VodafoneInstitute)

twitter.com/vf_institute

youtube.com/VodafoneInstitute

Weitere Informationen unter:

www.f-lane.com

www.facebook.com/flaneaccelerator/