



GRÜNDERINNEN. innovieren.WIRTSCHAFT

Role Models
Best Practices
Handlungs-Perspektiven

www.gfgw-bga.de

Impressum

Herausgeberin:
bundesweite gründerinnenagentur (bga)
Haus der Wirtschaft
Willi-Bleicher-Straße 19
70174 Stuttgart
Tel.: (0711) 123 25 32
bga@gruenderinnenagentur.de
www.gruenderinnenagentur.de
Projektwebsite: www.gfgw-bga.de

Das diesem Workbook zugrunde liegende Vorhaben
(Projekt „Gründerinnen fördern grüne Wirtschaft“) wurde mit
Mitteln des Bundesministeriums für Bildung, Familie, Senioren,
Frauen und Jugend (BMBFSFJ) im Rahmen des Programms
GAPS = „Gleichstellung am Arbeitsmarkt. Perspektiven schaffen“
unter dem Förderkennzeichen ZM I8-2522GAM3012 gefördert.
Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt
bei den Autorinnen.

Konzeption: Cornelia Klaus
Redaktion: Stephanie Ristig-Bresser | hannoverimpuls GmbH –
Gründerinnen Consult
(unter Mitwirkung von Christine Acker, jump e. V., Hanna Dewes,
TRACES Universität Stuttgart, Hannah Jensen, Bergische Universität
Wuppertal, Yvette Dinse, Kontor VII)

gfgw@gruenderinnenagentur.de
www.gfgw-bga.de

Gestaltung: Christina Pauls

Stand: Oktober 2025



GRÜNDERINNEN. innovieren. WIRTSCHAFT

Oktober 2025

www.gruenderinnenagentur.de
www.gfgw-bga.de

INHALTSÜBERBLICK

1.	GRUSSWORT	05
	VORWORT	06
2.	GLEICHSTELLUNG, GRÜNDUNG UND NACHHALTIGKEIT ALS MOTOR FÜR EINE GUTE ZUKUNFT	09
3.	DAS PROJEKT „GRÜNDERINNEN FÖRDERN GRÜNE WIRTSCHAFT“ (gfgw)	10
3.1.	Projekthalte und -ziele	10
3.2.	bundesweite gründerinnenagentur (bga)	13
4.	FRAUEN GRÜNDEN NACHHALTIG: GELINGENSBEDINGUNGEN UND ERFOLGSFAKTOREN	14
5.	DIE VIER EXPERIMENTIERRÄUME: UMSETZUNG, ERKENNTNISSE, AUSWERTUNG	16
5.1.	InvestInHerBusiness: Neue Finanzierungswege für nachhaltige Gründungen von Frauen, Baden-Württemberg	18
5.2.	Gründerin goes excellence: Erfolgspulse für Gründerinnen im ländlichen Raum, Mecklenburg-Vorpommern	28
5.3.	Mentoring reaches impact: Mentorinnenprogramm für impact-orientierte Gründerinnen, Nordrhein-Westfalen	40
5.4.	Nachfolgerin for Future: Nachfolge als Nachhaltigkeitskatalysator, Hessen	48
6.	HANDLUNGS-PERSPEKTIVEN: WIE GRÜNDERINNEN WIRTSCHAFT INNOVIEREN	58
7.	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	61
8.	LITERATUR UND LINKS	62
9.	KONTAKTE	64

1. GRUSSWORT KATHARINA JESTAEDT



Frauen gründen nach wie vor seltener als Männer ein eigenes Unternehmen. Das soll und darf nicht so bleiben! Denn Frauen bringen als Gründerinnen wichtige Impulse in die Gesellschaft. Ihnen ist häufiger als männlichen Gründern daran gelegen, mit dem eigenen Unternehmen auch eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Dieses Potenzial wollen wir heben!

Deshalb setzt das Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend eine Vielfalt von Maßnahmen um, um die Rahmenbedingungen für Gründerinnen und gründungsinteressierte Frauen zu verbessern. Dazu zählen unter anderem der Ausbau der Kindertagesbetreuung, das Bündnis „Gemeinsam gegen Sexismus“ und Förderprojekte zur Unterstützung von Gründerinnen wie „Gründerinnen fördern grüne Wirtschaft“.

Mein Dank gilt der bundesweiten gründerinnen-agentur und ihren Regionalverantwortlichen, die dieses innovative Projekt entwickelt und so erfolgreich durchgeführt haben. In den vier Experimentierräumen des Projekts und in den Round Tables wurden wichtige Erkenntnisse erlangt, wie Gründerinnen mit nachhaltigen Geschäftsmodellen möglichst passgenau unterstützt werden können.

Lassen Sie uns alle gemeinsam weiter daran arbeiten, dass Gründerinnen ihr Potenzial voll entfalten können!

Katharina Jestaedt

**Leiterin der Abteilung „Frauen und Gleichstellung“
Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren,
Frauen und Jugend**

VORWORT

PROF. DR. DR. FRIEDERIKE WELTER



Gründerinnen innovieren Wirtschaft – dies ist das Motto dieser Broschüre, die sehr anschaulich zeigt, was Frauen heutzutage mit ihren Unternehmen leisten. Doch lassen Sie mich etwas zu den einzelnen Worten des Mottos sagen.

GRÜNDERINNEN

Es gibt immer noch einen Gender Gap – Frauen gründen weiterhin seltener als Männer. Statistisch betrachtet, kommen auf eine Gründerin zwei Gründer, auch wenn der Frauenanteil an allen Erwerbstätigen mittlerweile bei knapp 47 Prozent liegt. Gesellschaftliche Vorstellungen und Stereotype in Bezug auf Unternehmerinnen spielen eine wichtige Rolle. Noch immer ist das Bild vom Unternehmertum männlich geprägt. Das führt dazu, dass sich Frauen oftmals als weniger kompetent wahrnehmen als Männer. So greifen sie seltener als Männer in der Gründung auf externe Finanzierung zurück – nur weil sie glauben, dass ihnen der Kredit möglicherweise nicht gewährt werden könnte. Deshalb sind Vorbilder so wichtig – und dazu leistet diese Broschüre einen hervorragenden Beitrag.

INNOVIEREN

wird in der öffentlichen Meinung immer noch eher Unternehmern zugesprochen. Innovation wird mit technologischen Weiterentwicklungen bis hin zu disruptiven Neuprodukten gleichgesetzt. In Branchen, die als innovationsstark gelten – wie beispielsweise das forschungsintensive Verarbeitende Gewerbe – sind frauengeführte Unternehmen jedoch seltener vertreten. Entsprechend werden sie auch als weniger innovativ wahrgenommen. Dabei umfasst der Begriff „Innovation“ offiziell inzwischen weit mehr als technologische Verbesserungen oder völlig neue Produkte. Gemäß der OECD zählt jede Neuerung hierzu, die die Bereiche eines Unternehmens positiv verändern, den Absatz steigern oder die Produktivität verbessern – kurz gesagt: alle nicht-technologischen Innovationen. Und in diesem Feld sind frauengeführte Unternehmen sehr aktiv, wie Sie im Folgenden beispielsweise anhand der nachhaltigen Gründungen von Frauen in den verschiedenen Modellregionen anschaulich lesen können.

WIRTSCHAFT

Aktuell erleben wir eine demografische Entwicklung, die unsere Gesellschaft und Wirtschaft vor große Herausforderungen stellt. Eine andere herausfordernde Aufgabe ist der Umgang mit dem Klimawandel. Allein mit Hilfe von technologischen Innovationen wird beides nicht zu bewältigen sein. Es bedarf vielmehr sozialer Innovationen: Veränderungen im individuellen und gesellschaftlichen Verhalten. Hier liegt eine Chance, um die Innovationsleistungen von Gründerinnen und Unternehmerinnen sichtbarer zu machen. Schließlich sind Frauen nicht nur häufiger in Branchen unternehmerisch tätig, in denen soziale Innovationen zu allgemein spürbaren gesellschaftlichen Verbesserungen führen, sondern sie initiieren auch mehr innovative Lösungen als Männer. Einen Einblick in diese unternehmerische Leistung finden Sie gleichfalls auf den folgenden Seiten.

Ich wünsche Ihnen viele spannende neue Erkenntnisse.



Prof. Dr. Dr. h.c. Friederike Welter

Prof. Dr. Dr. h.c. Friederike Welter ist Präsidentin des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn. Zugleich hat sie die Professur für Management von kleinen und mittleren Unternehmen und Entrepreneurship an der Universität Siegen inne.



Foto: Pexels - Yan Krukau

2. GLEICHSTELLUNG, GRÜNDUNG UND NACHHALTIGKEIT ALS MOTOR FÜR EINE GUTE ZUKUNFT

Seit der Veröffentlichung des „Club of Rome“-Reports „Grenzen des Wachstums“ im Jahr 1972 ist unbestritten: Unsere Art des Wirtschaftens und Lebens muss sich verändern, weil wir sonst die planetaren Ressourcen der Erde überbeanspruchen und unserer menschlichen Spezies damit die Lebensgrundlagen entziehen. Insbesondere in den vergangenen Jahren wurde dabei immer deutlicher: Die Gleichstellung der Geschlechter ist einer der wesentlichen Schlüssel, um diese große Transformation¹ hin zur Erlangung einer klimaverträglichen Gesellschaft zu erreichen.

Eine der weiteren zentralen Säulen einer zukunfts-fähigen Gesellschaft ist eine starke Wirtschaft, für die die Politik innovationsfreundliche Rahmenbedingungen schafft.

Dabei ist die Welt der Wirtschaft, der Start-ups und der Gründungs-Ökosysteme nach wie vor eine Männerbastion. Frauen gründen deutlich seltener als Männer ein Unternehmen; je nach Auswertung liegt ihr Anteil bei nur 15 bis 40 %². Ursachen sehen Fachleute in den strukturellen Rahmenbedingungen, die auf ein stereotypes Bild vom männlichen weißen Normalgründer abzielen³ aber auch im erschwerten Zugang zu Beratung, Unterstützung und Finanzierung.

Gleichzeitig entwickeln ausgerechnet Frauen bei der Unternehmensgründung und Selbständigkeit häufig innovative Lösungen für die großen Herausforderun-

gen unserer Zeit - von Klimaschutz bis zu sozialer Gerechtigkeit. Diese genderspezifische Differenzierung zeigen diverse Studien wie etwa der bereits zitierte Female Founders Monitor oder auch die alle fünf Jahre seit 2018 erscheinenden Deutschen Social Entrepreneurship Monitore⁴, aber auch die empirische Erfahrung vieler Fachleute aus dem Gründungskontext. Gründungsvorhaben, die nicht in erster Linie Gewinnoptimierung anstreben, sondern auch Nachhaltigkeitsziele verfolgen, sind im Gründungsgeschehen nicht hoch angesehen. Als Gründerinnen im Nachhaltigkeitsbereich sind Frauen daher häufig einer Mehrfachdiskriminierung ausgesetzt.

Welche Rahmenbedingungen müssen bereitgestellt werden, damit Frauen ihre innovativen und zukunftsweisenden Geschäftsideen erfolgreich umsetzen? Wie kann man die Unterstützung so optimieren, dass der wesentliche Beitrag von Gründerinnen und Unternehmerinnen zum „neuen Wirtschaftswachstum“ erfolgreich ist? Das Projekt „Gründerinnen fördern grüne Wirtschaft“ (gfgw) möchte Akteurinnen und Akteure im Gründungs-Ökosystem dabei unterstützen, das ungehobene innovative Potenzial von Unternehmerinnen für die nachhaltige Transformation auszuschöpfen.

¹ Vgl. WBGU (2011): Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine große Transformation. <https://www.wbgu.de/de/publikationen/publikation/welt-im-wandel-gesellschaftsvertrag-fuer-eine-grosse-transformation>
Datum des Zugriffs: 11.09.2025

² Zahlen sind bspw. hier zu finden: Bertelsmann Stiftung (2025): Female Founders Monitor 2025, S. 8: <https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/ffm/2025FemaleFoundersMonitor.pdf>
Datum des Zugriffs: 11.09.2025 oder KfW-Bankengruppe (2022): Female Entrepreneurship. Mobilisierung von Gründerinnen ist wirtschaftliche Chance und gesellschaftliche Aufgabe, S. 2 f. - <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/Female-Entrepreneurship.pdf>
Datum des Zugriffs: 11.09.2025

³ Prof. Dr. Stephanie Birkner et al. (2018): #femalestartupsnds - Female Entrepreneurship in Niedersachsen

⁴ Zu finden auf der Website des Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) - <https://www.send-ev.de/projekte-items/dsem/> - Datum des Zugriffs: 11.09.2025

3. DAS PROJEKT

„Gründerinnen fördern grüne Wirtschaft“ (gfgw)

3.1 Projekthaltungen und -ziele

Im Zuge der Transformationsprozesse der Lebens- und Arbeitswelten verändern sich auch die Formen der Selbstständigkeit in vielen Branchen kontinuierlich und mit zunehmender Geschwindigkeit. Die Heterogenität zwischen den Selbstständigen ist groß und das Problem der ungleichen Zugänge komplex. Insbesondere für die gut qualifizierten Frauen von heute. Die Geschlechterperspektive wird bislang noch nicht überall und ausreichend in der Gründungsbegleitung berücksichtigt.

Basierend auf diesen Erkenntnissen und Erfahrungen setzte das gfgw-Projekt mit dem Fokus auf dem Zusammenspiel der zentralen Bereiche der Transformation an.

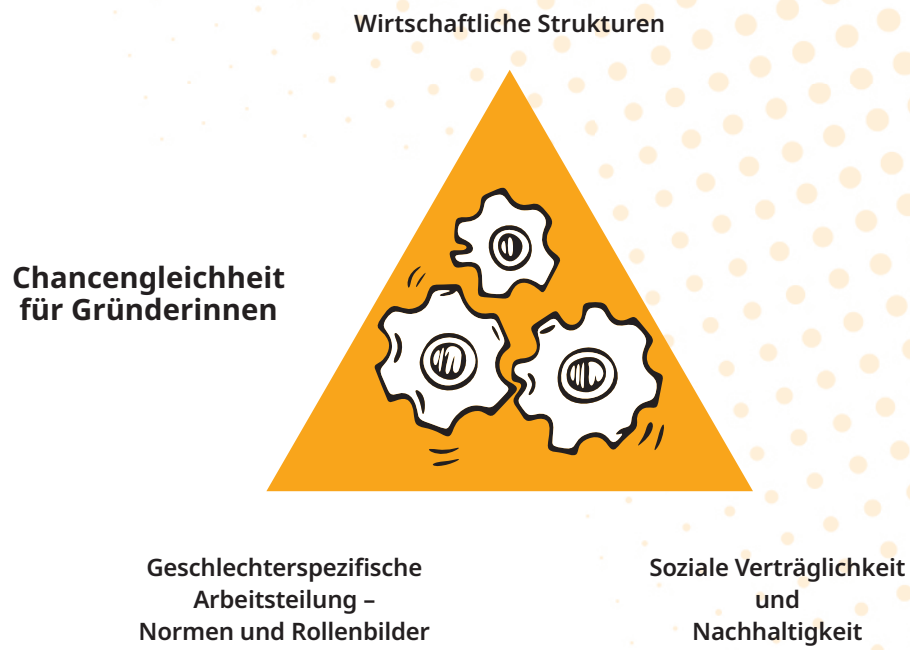
Ziele des Projektes waren:

- Verwirklichungschancen von Gründerinnen im Transformationsprozess verbessern und den Anteil von Gründerinnen stärken
- Impulse zum gesellschaftlichen Wandel zu nachhaltigem, verträglichem Wachstum im sozialen, ökologischen und ökonomischen Sinne setzen
- Aktive und gleichberechtigte Teilhabe für Frauen, um Diskriminierung zu vermeiden und für eine geschlechtergerechte Gestaltung in der digitalisierten Welt zu wirken
- Geschlechtergerechte Netzworlbildung auf allen Ebenen stärken, Transparenz für Gründerinnen schaffen und Zugänge zu einer genderfokussierten Förderung eröffnen



Die Teilnehmenden vom Expertinnen- und Experten-Hearing vom 30.06.2023

**Verzahnung von
Nachhaltigkeit und Geschlechtergerechtigkeit**



Kernelemente von „Gründerinnen fördern grüne Wirtschaft“

Aufsattelnd auf Hearings mit Expertinnen und Experten wurden Handlungsbedarfe identifiziert sowie Gelingensbedingungen für nachhaltige Gründungen von Frauen entwickelt. Im gemeinsamen Diskurs kristallisierten sich als zentrale Handlungsfelder die Bereiche Finanzierung, Gründungen im ländlichen Raum, Ausgründungen aus Hochschulen sowie Unternehmensnachfolge heraus. Diese Themenfelder wurden in unterschiedlichen Formaten im Rahmen von vier Experimentierräumen vertieft und Handlungs-Perspektiven hierzu entwickelt:

- **„InvestInHerBusiness“** mit dem Schwerpunkt „Verzahnung der Aspekte Gender, Gründung, Finanzierung und Nachhaltigkeit“, Baden-Württemberg
- **„Gründerin goes excellence“** zur Förderung der Sichtbarkeit von nachhaltig wirtschaftenden Gründerinnen in ländlichen Räumen, Mecklenburg-Vorpommern
- **„Mentorinnenprogramm“** für impact-orientierte Ausgründungen⁵ aus Hochschulen, Nordrhein-Westfalen
- **„Nachfolgerin for Future“** zur Entwicklung eines Begleitprogramms für Unternehmensnachfolgen durch Frauen, Hessen



Die Federführenden der Experimentierräume sowie einige bga Regionalverantwortliche beim gfgw-Round Table Ende März 2025 in Warnemünde

⁵ Mit „Impact-Unternehmen“ sind Unternehmen gemeint, die eine besondere gesellschaftliche Wirkung (den sogenannten „Impact“) erzielen möchten. Dieser kann im sozialen, im ökologischen oder auch im ökonomischen Bereich liegen.

3.2 bundesweite gründerinnenagentur (bga)

Seit 2004 engagiert sich die bundesweite gründerinnenagentur (bga) für die Belange von Gründerinnen, female Start-ups, Unternehmerinnen und Betriebsnachfolgerinnen. Die bga ist das erste und einzige deutschlandweite Kompetenz- und Servicezentrum zur unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen und gilt als nationaler Think Tank zu Female Foundership/Female Entrepreneurship. Sie erfüllt eine Kontakt- und Vermittlungsposition für Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Gründerinnen und Unternehmerinnen.



Im Verbund mit den regionalen Partnerinnen und Partnern trägt die bga dazu bei, den Anteil von Frauen an Unternehmensgründungen zu erhöhen und damit das volkswirtschaftliche Potenzial der Frauen für den Wirtschaftsstandort Deutschland aufzuschließen. Zentrales Organ der bga ist der Kreis der 16 bga-Regionalverantwortlichen aus den Bundesländern, die in unterschiedlichen Organisationen im Gründungs-Ökosystem tätig sind. Hier entstehen Ideen; hier erfolgt die Projektkoordination, denn ein wesentliches Arbeitsgebiet der bga ist die Realisation von Modellprojekten, mit dem Ziel, neue Impulse zur Verbesserung der Angebote für Gründerinnen in die Fachöffentlichkeit zu tragen.⁶



⁶ Website der bundesweiten gründerinnenagentur: www.gruenderinnenagentur.de – Datum des Zugriffs: 11.09.2025

4. FRAUEN GRÜNDEN NACHHALTIG: GELINGENS- BEDINGUNGEN UND ERFOLGSFAKTOREN



Neue Perspektiven für Nachhaltigkeit, Innovation und Wohlstand

Nachhaltigkeit

...umfasst die Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft. Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (2015) schlüsseln diese Bereiche weiter auf und begründen dabei ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsverständnis, das Problemlagen und Lösungen vernetzt und in allen Bereichen menschlichen Handels ausmacht. Fragen von Armut und Reichtum, von Ernährungssouveränität, Geschlechtergerechtigkeit, von Frieden oder von guter Bildung sind dabei ebenso wichtiger Teil einer Nachhaltigkeitstransformation, wie der Schutz von Ressourcen, Artenvielfalt und die Begrenzung von Treibhausgasemissionen.

Doch wie genau Nachhaltigkeit definiert wird, unterliegt einem gesellschaftlichen Aushandlungsprozess. Bislang liegt im unternehmerischen Kontext der Fokus vornehmlich auf der ökonomischen Dimension sowie ökologischen und technologischen Innovationen; die gesellschaftlichen Dimensionen werden dagegen noch lange nicht gleichwertig angesehen und einbezogen.

Innovation:

Ebenso ist der bisherige Innovationsbegriff vornehmlich technologisch ausgerichtet. Der Vierte Gleichstellungsbericht der Bundesregierung vom März 2025 stellt fest, dass es mehr als technologischer Lösungen zum Vollziehen der sozial-ökologischen Transformation bedarf.⁷ Mit der Veröffentlichung der Strategie für soziale Innovationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen (SIGU-Strategie) 2023 wurde auch der Stellenwert sozialer Innovationen und gemeinwohlorientierter Unternehmen adressiert.⁸ Auch das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) plädiert für eine Erweiterung des Innovationsbegriffs.⁹

Neues Wachstum und Wohlstand:

Wenn Nachhaltigkeit und Innovation in diesem ganzheitlichen Sinn interpretiert und in die unternehmerische Praxis integriert werden, birgt dies neue Wachstumspotenziale. Dabei nehmen Gründerinnen eine Pionierinnen-Rolle ein, insbesondere in puncto gesellschaftlicher Innovationen. Denn statt auf Wachstumsmaximierung um jeden Preis fokussieren sie ihre unternehmerischen Ziele auch auf Sinnhaftigkeit, Postwachstum und Nutzen für die Gesellschaft. Gründerinnen und Unternehmerinnen sind in vielen Branchen Trendsetterinnen einer nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Betriebswirtschaft, die unternehmerische Selbständigkeit nicht nur mit ökonomischem Erfolg verbindet – sondern zugleich auch mit gesellschaftlicher Verantwortung und ökologisch bewusstem Umgang mit globalen Ressourcen.

⁷ BMBFSFJ (2025): Vierter Gleichstellungsbericht. Gleichstellung in der sozial-ökologischen Transformation, S. 20

⁸ Die SIGU-Strategie ist hier zu finden: <https://sigu-plattform.de/nationale-strategie-sigu/> - Datum des Zugriffs: 11.09.2025

⁹ Siegrun Brinck et al. (2018): Innovationstätigkeit des nichtforschenden Mittelstands. IfM-Materialien Nr. 266, S. 3 - https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/ifm_materialien/dokumente/IfM-Materialien-266_2018.pdf Datum des Zugriffs: 11.09.2025



Mit diesem neuen Blick eng verknüpft ist ein bereits vor Jahren feministisch angedachter Ansatz: Wirtschaft ist Care - Ökologie und Ökonomie als Duo und neu als Mitte allen Wirtschaftens zu denken. Umwelt- und Sozialpolitik hängen untrennbar, da ursächlich zusammen, und die Ökonomie muss wieder in die Mitte nehmen, was sie als ihre Mitte definiert hat: die „Befriedigung menschlicher Bedürfnisse der Lebenserhaltung und der Lebensqualität“¹⁰.

Auch ein neues Verständnis von Wohlstand ist Teil gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse. Die Neudefinition von Bruttoinlandsprodukt und Bruttonationalprodukt steht bereits seit über einem Jahrzehnt zur Diskussion.¹¹ Eine aktuelle Perspektive hierauf liefert das Harriet Taylor Mill-Institut für Ökonomie und Geschlechterforschung der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin: In einer im Frühjahr 2025 vorgelegten Expertise entlang fünf wirtschaftspolitischer Zielgrößen begründen die Autorinnen, welche feministischen Prinzipien in das aktuelle wirtschaftspolitische Handeln integriert werden müssen, um die Transfor-

mation zu einer Erfolgsgeschichte für alle Menschen zu machen. Dabei sei es unerlässlich, wohlfahrtstaatliche Sicherungssysteme, wirtschaftliche Prosperität, ökologische Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit zusammenzudenken und nicht gegeneinander auszuspielen.¹²

Verzahnung Gender, Nachhaltigkeit, Digitalisierung:

Nachhaltigkeit und Geschlechtergerechtigkeit werden bislang oft getrennt betrachtet. Im Dritten Gleichstellungsbericht¹³ und weiteren Gutachten wird jedoch empfohlen, diese Bereiche miteinander zu verknüpfen, um die Ursachen des digitalen Gender-Gaps, wie wirtschaftliche Strukturen, geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und patriarchale Normen, ganzheitlich zu diskutieren. Ein integrativer Ansatz, der diese Felder verbindet, ist von großem Interesse, da er durch den länderübergreifenden Austausch Synergieeffekte schaffen kann.

¹⁰ Heinrich Böll Stiftung (2015): Wirtschaft ist Care, oder: Die Wiederentdeckung des Selbstverständlichen. Ein Essay von Ina Prätorius, S. 32 - https://www.boell.de/sites/default/files/2015-02-wirtschaft-ist-care.pdf?dimension1=division_sp
Datum des Zugriffs: 11.09.2025

¹¹ Erinnert sei an die Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“, die bereits im Frühjahr 2013 hierzu einen Bericht vorlegte und ein neues, ganzheitliches Indikatorenset empfahl, das auch nicht-nominale Wirtschaftsleistungen in die Wohlstandsermittlung einbeziehen sollte. Hier nachzulesen: Deutscher Bundestag (2013) Drucksache 17/13300: <https://dserver.bundestag.de/btd/17/133/1713300.pdf> - Datum des Zugriffs: 11.09.2025

¹² Deutscher Frauenrat e. V. (2024): Feministische Wirtschaftspolitik
https://www.frauenrat.de/wp-content/uploads/2024/11/Exp-Feministische-Wirtschaftspolitik_WEB.pdf
Datum des Zugriffs: 11.09.2025

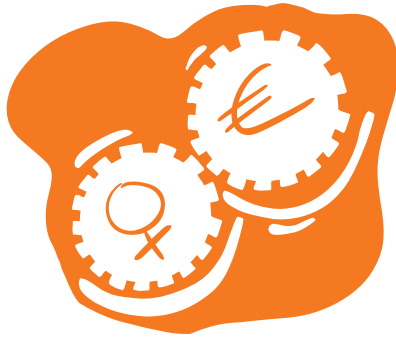
¹³ Deutscher Bundestag (2021): Drucksache 19/30750. Dritter Gleichstellungsbericht der Bundesregierung: Digitalisierung geschlechtergerecht gestalten.

5. DIE VIER EXPERIMENTIERRÄUME: UMSETZUNG, ERKENNTNISSE, AUSWERTUNG



Aktiv in den vier Experimentierräumen (v.l.n.r.): Hanna Dewes (Experimentierraum „InvestInHerBusiness“), Yvette Dinse (Experimentierraum „Gründerin goes excellence“), Hannah Jensen (Experimentierraum „Impact-orientiertes Mentorinnenprogramm“) und Christine Acker (Experimentierraum „Nachfolgerin for Future“)





5.1 InvestInHerBusiness: Neue Finanzierungswege für nachhaltige Gründungen von Frauen, Baden-Württemberg

Obwohl Frauen ein erhebliches wirtschaftliches und unternehmerisches Potenzial besitzen, bestehen immer noch vielfältige geschlechtsspezifische Barrieren, die es ihnen erschweren, ihre unternehmerischen Ideen in die Tat umzusetzen.

So bestehen im Bereich der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung signifikante genderspezifische Unterschiede. Der Female Founders Monitor 2025 zeigte, dass Männer-Teams im Durchschnitt fast neunmal mehr Kapital von Investoren erhalten als Frauen-Teams.¹⁴ Frauen werden in Finanzierungsrunden oft weniger ernst genommen und ihre Kompetenz angezweifelt. So werden sie - bei vergleichbarer Qualität der Geschäftsmodelle und der fachlichen Zusammensetzung der Teams - nach Risiken und Männern nach Chancen gefragt. Dies verhindert Innovationen, da qualifizierte Frauen zögern, ihre nachhaltigen Geschäftsideen vorzustellen oder weiterzuverfolgen. Hemmend auf die unternehmerischen Ambitionen wirken auch die fehlenden Zugänge – im Fachjargon „cold versus warm introduction“ genannt – zu Ressourcen, Schulungsprogrammen und Support-Netzwerken auf Seiten der Frauen, die für Aufbau und Skalierung der Unternehmen erforderlich sind.

Der Mangel an geschlechtergerechter Finanzierung und Unterstützung, die Unterrepräsentanz von Gründerinnen und Investorinnen, die fehlende Vielfalt mit Blick auf innovative und nachhaltige Geschäftsmodelle sowie weitere geschlechtsbedingte strukturelle Hindernisse waren ausschlaggebend für die Entwicklung des Experimentierraumes „InvestInHerBusiness“.

FEDERFÜHRUNG

Der Experimentierraum „InvestInHerBusiness“ wurde vom Transfercenter der Universität Stuttgart (TRACES) in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg (WM BW) entwickelt und realisiert.

Das WM BW ist seit 1996 im Themenfeld Gründerinnen, Unternehmerinnen, Betriebsnachfolgerinnen und female Start-ups aktiv. Von hier aus werden die Aktivitäten im Land koordiniert und das Multiplikatorinnen-Netzwerk Baden-Württembergisches Gründerinnenforum (BWGF)¹⁵ moderiert. Zu den Angeboten zählen neben Information, Beratung, Weiterbildung und Vernetzung die Entwicklung neuer Handlungsansätze wie beispielsweise der Female Founders Cup oder der Female Accelerator im Rahmen der Start-up BW Landeskampagne (SUBW).

TRACES fungiert als Anlaufstelle der Universität Stuttgart für Transfervorhaben und unterstützt Studierende, Forschende, Alumnae und Alumni der Universität Stuttgart. Es initiiert und fördert Partnerschaften und Kooperationen zu Hochschulen, Unternehmen, Gesellschaft, Politik und Verwaltung. Zur Erhöhung des Anteils von Frauen im Gründungsgeschehen wurde TRACES vom WM BW mit der Federführung des Female Accelerators beauftragt. Bausteine sind z. B. eine Kampagne zur besseren Sichtbarkeit von Gründungen und Start-ups von Frauen und deren Vernetzung.

¹⁴ Bertelsmann Stiftung (2025): Female Founders Monitor 2025, S. 14: <https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/ffm/2025FemaleFoundersMonitor.pdf> - Datum des Zugriffs: 11.09.2025

¹⁵ Das BWGF umfasst rund 100 Mitglieder aus Organisationen wie Agenturen für Arbeit, Banken, Beratungseinrichtungen, Hochschulen, Gleichstellungsstellen, Kammern, Kommunen, Kontaktstellen Frau und Beruf, Landesministerien, Netzwerke, Verbände und Wirtschaftsförderungen.

Inhalte und Maßnahmen von „InvestInHerBusiness“

Das Ziel des Experimentierräumes war die Entwicklung von innovativen Handlungsansätzen für nachhaltige Gründungen von Frauen durch die Verzahnung von Finanzierung, Gender, Gründung und Nachhaltigkeit. Um der Komplexität des Themas gerecht zu werden, galt es, zweigleisig zu verfahren. D.h. alle relevanten Zielgruppen bzw. Stakeholder miteinzubeziehen, um in die Fläche zu wirken, sowie neue Formate auszuprobieren, um eine Tiefenresonanz zu erzielen. Als methodische Ansätze wurden identifiziert:

- a)
ein neues Veranstaltungsformat als zentraler Auftakt mit Signalwirkung sowie
- b)
Design Thinking in Form eines Designsprints, das den Austausch auf Augenhöhe ermöglicht, die Interaktion zwischen unterschiedlichen fachkundigen Akteurinnen und Akteuren fördert und spielerisch unter klaren Zeitvorgaben innovative Lösungen generiert.

Der Experimentierraum wurde in mehreren aufeinander aufbauenden Stufen realisiert:

Stufe 1:

Recherche

Identifizieren der relevanten Akteurinnen und Akteure, Einrichtungen und Kontexte deutschlandweit als Grundlegung für das weitere Vorgehen. Hierzu zählen Gründerinnen mit nachhaltigen Geschäftsmodellen branchenübergreifend entlang der drei Dimensionen von Nachhaltigkeit ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich, sowie Vertreterinnen und Vertreter aus den Bereichen Banking/Financing/Investing und den Gründungs-Ökosystemen.



Stufe 2:

Veranstaltung „Female Founders FINANCING Forum“

Konzeptionierung und Umsetzung des neuen Formats einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung, die landesweit den zentralen Kick-Off markiert. Veranstaltet vom WM BW fand das „Female Founders FINANCING Forum“ (FFFF) - zu dem alle maßgeblichen Player adressiert und erstmals zusammengebracht wurden - am 20.03.2024 im Haus der Wirtschaft in Stuttgart mit rund 200 Teilnehmenden aus ganz Deutschland statt. Eröffnet wurde das FFFF von der baden-württembergischen Ministerin für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut. Die Keynote „Weibliches Gründen und das liebe Geld“ sprach Alma Spribille, Geschäftsführerin von WeTell. Im Start-up Talk gaben Sabrina Hellstern und Claudia Sodha (Hellstern Medical), Maïke Lambarth (Cyclize GmbH) und Ines Würth (enerlace) Einblicke in ihr Leben als Gründerinnen und Unternehmerinnen. Die unter der Überschrift „Invest-InHerBusiness“ präsentierten Impuls-Statements veranschaulichten in einem kurzen Überblick den aktuellen Status Quo verschiedener Ideen und Angebote, gefolgt von einer wissenschaftlichen Keynote von Dr. Georg Metzger von der KfW-Research. Drei parallele

Idea Sessions dienten der Vertiefung und Vernetzung: #MindBlowing – ein Barcamp für Gründerinnen und ihre Finanzierungen, #MindSet – Good-Practice-Beispiele aus den Gründungs-Ökosystemen im Kontext Finanzierung sowie #MindShift – Perspektiven der Financiers und Investorinnen.

Das FFFF gab Einblicke in den aktuellen Diskurs und zeigte die Vielfalt unterschiedlicher Ideen und Herangehensweisen zu Female Financing/Female Investing auf. Im initiierten Know-how-Transfer der im Themenfeld Tätigen und davon Tangierten wurden im gemeinsamen Dialog neue Perspektiven entwickelt, um die Wirtschaft von morgen mitzugestalten.

Mit dem FFFF wurde im Rahmen der Landeskampagne Start-up BW ein zusätzliches neues Format geschaffen mit der Intention, eine Plattform für die Investment-, Finanz- und Bankenwelt, für Gründerinnen und deren Innovationen sowie für die Gründungs-Ökosysteme zu etablieren. Im Kontext dieser und zahlreicher weiterer Events und Gespräche konnten Kontakte und Vernetzungen mit potenziellen Mitwirkenden am Designsprint geknüpft werden.



Graphic Recording vom Female Founders FINANCING Forum - Bild: Lena Steffinger

Stufe 3:

Designsprint

Konzeption und Durchführung eines themenspezifischen, innovativen Designsprint-Formats mit dem Ziel, namhafte Fachleute aus den genannten Themenfeldern mit Gründerinnen zusammen zu bringen, um im Kontext der ausgewiesenen Expertise gemeinsam unter limitierten Zeitressourcen konkrete und innovative Instrumente zu erarbeiten.

Am 21.11.2024 kamen rund ein Dutzend anerkannte Expertinnen und Experten aus den Bereichen Banking und Investment, den Gründungs-Ökosystemen, der Gründerinnenberatung sowie Gründerinnen zusammen, um in Form eines Designsprints zu zentralen Themenfeldern im Kontext nachhaltiger Gründungen von Frauen Lösungsideen zu entwickeln. Hierzu wurden im Vorfeld drei Themenschwerpunkte identifiziert und mit jeweils einer zentralen Fragestellung unterlegt, für die jeweils eine Arbeitsgruppe einen Design-

sprint durchlief und ihre Ergebnisse vor der Gesamtgruppe präsentierte:

1. MOBILISE - Sensibilisierung des Ökosystems:

Wie können wir im Ökosystem das Bewusstsein für die Potenziale von Gründerinnen stärken?

2. ENCOURAGE - Mehr Frauen in Gründung und Investment:

Welche neuen Ideen haben wir, um die Zahl der Investments für Gründerinnen deutlich zu steigern?

3. COLLABORATE - Nicht nur in Unicorns, sondern auch in Zebras investieren:

Wie können wir Investoren/Investorinnen stärker für „responsible Ownership“ und alternative Finanzierungsmodelle begeistern?

Ablauf des Designsprints



Nutzerinnen verstehen!

1.

EINFÜHLEN

Impulsvortrag: Gründerinnen in Baden-Württemberg? Zahlen, Daten, Fakten. Wie gründen & investieren Frauen?

► Neue Perspektiven und frische Gedanken aufgreifen



Wo genau ist das Problem?

2.

DEFINIEREN

Design-Sprint in 3 parallelen Gruppen mit Fokus auf die Bausteine ENCOURAGE / MOBILISE / COLLABORATE

► Problembeschreibung und Zielbild 2029 entwickeln



Ideen entwickeln!

3.

IDEEN & PROTOTYP

Design-Sprint in 3 parallelen Gruppen mit Fokus auf einen Baustein

► Konkrete Umsetzungsideen kreativ entwickeln



Prototyp entwickeln!

Fragestellungen des Designsprints

MOBILISE

Sensibilisierung des Ökosystems

Wie können wir im Ökosystem das Bewusstsein für das Potenzial von Gründerinnen stärken?

ENCOURAGE

Mehr Frauen in Gründung und Investment

Welche neuen Ideen haben wir, um die Zahl der Investorinnen und Investoren für Gründerinnen zu steigern?

COLLABORATE

Nicht nur in Unicorns, sondern auch in Zebras investieren

Wie können wir Investorinnen und Investoren stärker für „responsible Ownership“ und alternative Finanzierungsmodelle begeistern?

Der Designsprint je Themenschwerpunkt basierte auf Verstehen, Explorieren und Experimentieren und war unterteilt in vier Arbeitsschritte:

- Definition: Benennen der spezifischen Problematik
- Vision: Kreation eines Zukunftsbilds für das Jahr 2029
- Brainstorming: Mit welchen Maßnahmen könnte das Zukunftsbild realisiert werden?
- Prototyping: Identifikation einer Maßnahme und erste prototypische Überlegungen hierzu.

Aus der Fülle an neuen Ideen, die beim Designsprint entstanden sind, wurde je Themenschwerpunkt eine mögliche Lösung als Prototyp herausgegriffen und von der Arbeitsgruppe kokreativ weiterentwickelt:

MOBILISE - „unbiased decision making“-Tool:

Menschen sind unbewusst voreingenommen und treffen deshalb häufig Entscheidungen aufgrund gewohnter Denkmuster - auch hinsichtlich Gender. Die Entwicklung eines digitalen Analysewerkzeugs, mit dem sich Entscheidungsprozesse auf Seiten der Financiers transparenter und bewusster gestalten lassen in Form einer App oder Ähnlichem, wäre eine Lösung, die die Nachvollziehbarkeit von Auswahlkriterien erhöht und zu faireren Bewertungen beiträgt.

ENCOURAGE - Pooling und strukturelle Veränderungen:

Um die Zahl der Investments für Gründerinnen zu steigern, wurde eine Strategie mit verschiedenen Zeithorizonten entwickelt. Als kurzfristiger Handlungsansatz wird das sogenannte „Pooling“ in den Fokus gerückt, bei dem die Gründerinnen über eine Zeit mehrere Investments mit kleineren Beträgen sammeln. Mittelfristig soll z. B. durch Wissensvermittlung Investoren und Investorinnen ihre Hebelwirkung für eine nachhaltige Zukunft einschließlich ihrer wirtschaftlichen Potenziale bewusst gemacht werden. Langfristig sollen durch politische Vorgaben die Rahmenbedingungen entsprechend verändert werden.

COLLABORATE - Think Tanks:

Durch Einrichtungen, die zum Beispiel eine Arbeitsgruppe, einen Think Tank oder einen Sachverständigenrat bilden, können Financiers für „responsible Ownership“ und alternative Finanzierungsmodelle sensibilisiert werden. Empfohlen werden deshalb langfristige Investitionen in Einrichtungen, die interdisziplinäre Teams an Fachleuten leiten können.

Mit dem Designsprint ist es gelungen, die maßgebliche Expertise der Themenfelder Banking, Finance, Investment, Gründung und Gründerinnen in Baden-Württemberg zusammen zu bringen und innovative Denk- und Handlungsansätze zu kreieren. Alle Mitwirkenden am Designsprint waren hochmotiviert und adressierten beim Abschluss den unbedingten Willen, weiter in derartigen Formaten zusammenzukommen.

Stufe 4:

Auswertung und Transfer

Im Anschluss an das FFFF und den Designsprint wurden die Ergebnisse aus den Stufen 1 – 3 ausgewertet und erste Impulse zur Weiterentwicklung sowie zum Transfer der Ergebnisse in die relevanten Kontexte initiiert. So flossen die Ergebnisse zum Beispiel ein

- ▶ in die Entwicklung von Learning Nuggets und Train-the-Trainer-Module im Rahmen des Female Accelerators in Baden-Württemberg,
- ▶ wurde die Öffnung der Financing Lounge im Rahmen des Start-up BW Summits 2025 für Gründerinnen einhergehend mit dem Schaffen von Zugängen zu potenziellen Investorinnen bzw. Investments bewirkt,
- ▶ gab es beim Finance Summit 2025 in Stuttgart ein exklusives Female Founders Frühstück mit Investorinnen von encourageventures zum Know-how-Transfer sowie direkten Kontakten zu den Investorinnen und weiteren Vernetzungsmöglichkeiten zu anderen Gründerinnen,
- ▶ in eine bessere Sichtbarkeit von Gründerinnen und ihren nachhaltigen Geschäftsmodellen über den Female Founders Cup und die Female Founders Map BW.



Die Teilnehmenden des Designsprints am 21.11.2024

Learnings - Herausforderungen - Handlungs-Perspektiven

Unbewusste Vorurteile beeinflussen Investitionsentscheidungen und erschweren damit faire Zugänge zu Kapital. Um mehr Gerechtigkeit im Gründungs-Ökosystem zu verankern, braucht es konkrete Instrumente, Sensibilisierung und klare Erwartungen an bestehende Strukturen. Hierzu zählen beispielsweise:

- Die Entwicklung eines „unbiased decision-making tools“
- Schulungen für Investorinnen/Investoren und Förderinstitutionen, die auch implizite Biases und strukturelle Ausschlüsse thematisieren – in praxisnahen Fortbildungen, die sowohl Wissen vermitteln als auch zur Selbstreflexion anregen.
- Verankerung in Standard-Formaten von Investorinnen- und Investoren-Netzwerken: Pitch-Veranstaltungen, Acceleratoren und Panels bieten die Bühne, um Gendergerechtigkeit sichtbar zu machen. Diversität darf kein Zufall bleiben – feste Quoten oder Richtlinien zur Panelbesetzung schaffen klare Standards.

Der Zugang zu Kapital entscheidet über Wachstum und Wirkung von Gründungen. Frauen stoßen hier auf strukturelle Hürden – sowohl als Gründerinnen wie auch als Investorinnen. Daher gilt es, den Zugang zu Kapital zu verbessern und mehr Frauen als Investorinnen zu gewinnen. Die folgenden Ansätze setzen auf neue Wege und Hebel:

- Pooling-Modelle gezielt einsetzen: Mikro-Investments, gebündelt über Zeit oder Plattformen, eröffnen Gründerinnen neue Wege der Finanzierung und stärken gleichzeitig das Netzwerk kleinerer Investorinnen.
- Wissenstransfer-Initiativen aufbauen: Formate wie Seminare, Mentorings oder Austauschformate bringen Fachwissen dorthin, wo es gebraucht wird – zu potenziellen Investorinnen, die bislang keinen Zugang zu Finanzwissen hatten.
- Finanzielle Anreize schaffen: Zuschüsse oder steuerliche Vorteile für Investments in frauengeführte Unternehmen können das Kapital gezielt in Richtung Diversität lenken.
- Entwicklung von gendergerechten Förderkonzepten und -instrumenten unter Einbindung der in der Gründerinnenförderung etablierten und anerkannten Fachexpertise.
- Genderkriterien in Förderprogramme integrieren: Öffentliche Programme wie „INVEST – Zuschuss für Wagniskapital“ wirken besonders stark, wenn sie um Gender-Invest-Kriterien ergänzt werden. Politische Entscheidungsträgerinnen und -träger sind hier gefordert, strukturelle Gleichstellung auch im Kapitalmarkt mitzudenken.

Alternative Finanzierungsmodelle eröffnen neue Möglichkeiten für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensentwicklung. Um die Vielfalt an Finanzierungsmodellen zu erhöhen, braucht es Raum für Innovation und transparente Maßstäbe für Wirkung und Fairness. Angedachte Lösungen können sein:

- ◆ Interdisziplinäre Think Tanks aufbauen: Wo Perspektiven aus Investment, Gründung, Forschung und Politik zusammenkommen, entstehen neue Modelle. Ein dauerhafter Zusammenschluss von Fachleuten aus diesen Bereichen soll Impulse setzen für „responsible Ownership“ und alternative Finanzierungsformen wie Impact-Investing oder Beteiligungsmodelle einschließlich neuer Rechtsformen wie die Gesellschaft mit gebundenem Vermögen.
- ◆ Pilotförderung alternativer Investmenthebel initiieren: Es braucht konkrete Experimentierräume, um genossenschaftliche Beteiligungsfonds oder hybride Finanzierungsansätze mit Gender- und Nachhaltigkeitsfokus zu testen. Staatliche Anschubfinanzierungen könnten hier entscheidend wirken.
- ◆ Indikatoren für „gründerinnenfreundliche Investments“ etablieren: Transparenz und Vergleichbarkeit sind zentrale Hebel für Veränderung. Bewertungsrahmen und Benchmarks ermöglichen es von Seiten der Investments, bewusst zu entscheiden und Fortschritte messbar zu machen.

Der Experimentierraum InvestInHerBusiness zeigt, dass noch viel getan werden muss, damit nachhaltige Gründungsvorhaben von Frauen mehr und bessere Finanzierungen erfahren. Dies unterstreicht auch die Studie „She’s got wings“ ebenso wie die Statements von zwei Mitwirkenden am Experimentierraum InvestInHerBusiness:



Christine Rittner, eine profilierte Expertin im Bereich Human Resources & Retail, investiert als Business Angel in diverse Start-ups, agiert als Interims Managerin und bekleidet anspruchsvolle Aufsichts- und Beratungspositionen.

Aus den im Experimentierraum InvestInHerBusiness identifizierten Handlungs-Perspektiven lassen sich zentrale Hebel für die Weiterentwicklung des Gründungs-Ökosystems ableiten. Wer mehr Gründerinnen und mehr Diversität im Gründungs-Ökosystem möchte, muss auch an den Strukturen arbeiten. D.h. Investitionsentscheidungen brauchen Fairness durch Transparenz und Reflexion. Der Zugang zu Kapital muss gezielt verbessert werden – durch neue Modelle und mehr Investoren und Investorinnen. Zentral ist Kollaboration, auch durch Think Tanks und neue Bewertungsmodelle. Sichtbarkeit und politische Rahmenbedingungen sind Hebel für langfristige Veränderung.

Über die Studie „She’s got wings“

Die im September 2023 veröffentlichte Studie „She’s got wings“ - durchgeführt vom Investorinnen-Netzwerk encourageventures e.V. gemeinsam mit der Bertelsmann Stiftung - untersuchte das Investmentverhalten weiblicher Business Angels anhand dieser und weiterer Fragestellungen: Was treibt Women Business Angels an? Wie identifizieren sie Investitionsmöglichkeiten? Gestalten mehr Investorinnen die Gründungs-Ökosysteme vielfältiger und verbessern den Zugang zu Kapital? Ausgangsbasis der Studie war, dass im Ökosystem der Business Angels Frauen deutlich unterrepräsentiert sind.

Über encourageventures e. V.

encourageventures ist ein Investorinnen-Netzwerk, das im Oktober 2020 entstand. Derzeit gehören encourageventures etwa 90 Investorinnen an.
www.encourage-ventures.com

„Im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung wird nicht nur die Wirtschaft vorangestellt, sondern insbesondere die Bedeutung von Start-ups als Hidden Champions von morgen hervorgehoben. Das ist ein gutes Signal. Um unsere Wettbewerbsfähigkeit weiter auszubauen, ist es erforderlich, dass auch für nachhaltige Geschäftsvorhaben von Gründerinnen die Rahmenbedingungen geschaffen werden, die ihre Unternehmen erfolgreich machen. Sonst verschenkt der deutsche Wirtschaftsstandort wertvolles Potenzial. Hierbei möchte ich besonders die Einrichtung eines interdisziplinären Think Tanks empfehlen, um das Finanzierungsspektrum für Gründungen weiter aufzufächern und damit langfristig in die Zukunft zu investieren.“

CHRISTINE RITTNER



Dr. Andreas Chatzis ist Stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Business Angels Region Stuttgart e. V. (BARS) und Projektleiter Start-up Region Stuttgart bei der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS). Er unterstützt seit über 25 Jahren innovative, wissensbasierte Unternehmensgründungen.

„Sowohl in der WRS als auch bei BARS sind wir recht breit aufgestellt, um Gründungsvorhaben diverser Branchen umfassend in die Profitabilität zu begleiten. Bei der Begleitung von Gründerinnen gibt es noch Luft nach oben. Deswegen war es für mich sehr inspirierend, am Designsprint teilzunehmen und mehr über die besonderen Erfordernisse im Kontext von Gründerinnen zu erfahren. Ich halte viel von dem Ansatz, Indikatoren zu entwickeln, die Nachhaltigkeit und die Werthaltigkeit von Unternehmen in den Fokus rücken, um diese Aspekte bei der Entscheidungsfindung zu Investments stärker berücksichtigen zu können.“

DR. ANDREAS CHATZIS



KONTAKT & MATERIALIEN

- ◆ Iris Kronenbitter
Leitung des o.g. Bereichs im WM BW,
Leitungsmitglied der bundesweiten gründerinnen
agentur (bga)
www.startupbw.de
www.wm.baden-wuerttemberg.de
- ◆ Dr. Rubina Zern-Breuer,
Leiterin TRACES – Transfercenter Universität Stuttgart
www.traces.uni-stuttgart.de

Materialien:

- ◆ Graphic Recording des Designsprints
- ◆ Flyer Female Founders Financing Forum
- ◆ Graphic Recording Female Founders Financing Forum



5.2 Gründerin goes excellence: Erfolgsimpulse für Gründerinnen im ländlichen Raum, Mecklenburg-Vorpommern

Ziel des Experimentierraums:

Würdigung erfolgreicher Gründerinnen in ländlichen Räumen: Innovative Vorbilder für nachhaltige Entwicklung

Zunächst wurde für den Experimentierraum eine Definition für den „ländlichen Raum“ vorgenommen. Als Grundlage diente der „Thünen-Landatlas“ des Johann Heinrich von Thünen-Instituts, dem Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume, Wald und Fischerei. Dieser differenziert zwischen ländlichen und städtischen Räumen anhand einer Kombination räumlicher Merkmale:

- eine geringe Siedlungsdichte
- eine lockere Wohnbebauung
- eine durch Land- und Forstwirtschaft geprägte Landschaft
- sowie die Einwohnerzahl im Einzugsgebiet und
- die Erreichbarkeit großer Zentren.

Die ländlichen Räume werden dabei in „sehr ländliche“ und „eher ländliche“ Gebiete unterteilt. Nach dieser Abgrenzung leben 57,2 % der deutschen Wohnbevölkerung in ländlichen Gebieten (Thünen-Institut 2016). Für den Experimentierraum „Gründerin goes excellence“ war Mecklenburg-Vorpommern aufgrund seiner räumlichen Merkmale gut als Modellregion geeignet. Anhand des Experiments zur Entwicklung und Durchführung einer Preisverleihung im ländlichen Raum konnten praxisnah Erfahrungen gesammelt und anschließend in einem Leitfaden zusammengestellt werden.

Mecklenburg-Vorpommern ist das am dünnsten besiedelte Bundesland. Die beiden Universitäten Greifswald und Rostock und weitere Hochschulen sind zwar Anziehungspunkte für Gründerinnen und Gründer, doch anders als in Ballungszentren sind im ländlichen Raum beispielsweise Vernetzungs- und Marketingaktivitäten erschwert, so dass auch dortige Unternehmensgründungen vor diesen besonderen Herausforderungen stehen.

FEDERFÜHRUNG

„Gründerin goes excellence“ wurde von der in Rostock ansässigen bga-Regionalverantwortlichen Yvette Dinse, Inhaberin der Gründungs- und Unternehmensberatung Kontor VII, und ihrem Netzwerk federführend konzipiert und umgesetzt.

Durch das langjährige Engagement im Verein „Frauen in die Wirtschaft“ konnte über Jahrzehnte ein starkes Netzwerk von Gründerinnen, Unternehmerinnen und Multiplikatorinnen in Mecklenburg-Vorpommern entstehen, das bis heute Bestand hat.

Für ihre herausragende Arbeit zur Förderung der Chancengleichheit von Frauen in der Wirtschaft ernannte die Landesregierung Mecklenburg-Vorpommerns Yvette Dinse im Frühjahr 2025 zur „Frau des Jahres“.



Yvette Dinse (2. von rechts) mit einigen Beteiligten des Experimentierraums.

Wettbewerb und Auszeichnung zur Sichtbarkeit von Unternehmen im ländlichen Raum

Innerhalb des Experimentierraums kam die Methode „Wettbewerb“ zur Anwendung. Mit dem Praxisversuch in einem ländlichen Raum war es möglich, die Wirksamkeit dieser Methode in Bezug auf die Sichtbarkeit nachhaltig wirtschaftender Frauen, die regionale Entwicklung und die Vernetzung zu überprüfen. Für den Wettbewerb „Lizzie.Gründerinnenpreis“ wurden Vorgehen, Kriterien und Bewertungsverfahren neu entwickelt und im Pilotwettbewerb vom 10.06.2024 bis zum 16.08.2024 angewendet. Den Abschluss des Wettbewerbs bildete die Auszeichnungsveranstaltung am 17.09.2024.

Meilensteine des Experimentierraums „Gründerin goes excellence“

Die Realisation des Experimentierraums fächerte sich dabei in folgende vier Phasen auf:

1. Entwicklungsphase:

Planung und Vorbereitung des Wettbewerbs einschließlich der Erstellung eines Fragebogens, der Auswahl und Ansprache von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Unterstützerinnen und Unterstützern, der Auswahl geeigneter Medien, der Zusammenstellung der Jury, der Öffentlichkeitsarbeit und der Veranstaltungsplanung.

2. Bewerbungsphase:

Start des Wettbewerbs am 10.06.2024 mit Pressemitteilungen, einer Social-Media-Kampagne und der Webseite sowie der Einbindung der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem Gründungsnetzwerk Mecklenburg-Vorpommern (MV). Die Teilnahmefrist endete am 16.08.2024.

3. Bewertungsphase:

Erstellung einer Bewertungsmatrix, Abgabe von Vertraulichkeitserklärungen, Bewertung der eingereichten Wettbewerbsbögen durch die Jury und Auswahl der Best Practices, die einen Preis erhalten. Die Preisverleihung mit Pressegespräch fand am 17.09.2024 statt.

4. Auswertungsphase:

Erstellung eines Leitfadens für vergleichbare Preisverleihungen in ländlichen Regionen



Foto: Paula Raemisch

Elizabeth „Lizzie“ Magie Phillips – Inspiration für den Titel des Preises

Da der Preis sich an Gründerinnen mit nachhaltigen Geschäftsmodellen richtet, sollte der Name dies entsprechend kennzeichnen. Inspiriert wurde der Preis durch Elizabeth „Lizzie“ Magie Phillips. Sie war eine fortschrittliche Denkerin des 19./20. Jahrhunderts, die sich für soziale Gerechtigkeit und die faire Verteilung natürlicher Ressourcen einsetzte.

Magie forderte, was wir heute als nachhaltige Wirtschaft verstehen, um Armut zu bekämpfen. Sie betrachtete Land als ein öffentliches Gut, das allen zugutekommen sollte, und plädierte für eine gerechte Abgabe bei privater Nutzung. Um ihre wirtschaftlichen Überzeugungen auf einfache Weise zu vermitteln, entwickelte sie das Brettspiel „The Landlord's Game“. Bereits Anfang des 20. Jahrhunderts ließ sie das Spiel patentieren, um ihre Idee zu schützen. Um das Spiel einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen, verkaufte sie später das Patent. Auf dieser Grundlage basiert das heute weltbekannte Spiel „Monopoly“.

Um den progressiven Ansatz für mehr Nachhaltigkeit, Gemeinwohlorientierung und gerechter Verteilung von „Lizzie“, die sich selbst so nannte, zu würdigen, wurde sie Namensgeberin des Lizzie.Gründerinnenpreises.



Magie, Lizzie (1892) *My Betrothed, and Other Poems*, The Brodix Publishing Company

Unternehmerische Nachhaltigkeit eines Unternehmens erfassen und messbar machen: Der Bewerbungsbogen

Das Projektteam entwickelte einen digitalen Bewerbungsbogen, um nachhaltige Geschäftsmodelle und Prozesse einheitlich zu dokumentieren und vergleichbar zu bewerten. Dabei wurden die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen als Grundlage genutzt, mit spezifischen Aussagen für jede Zielsetzung, die die Unternehmen im Hinblick auf ihre Praxis beantworten konnten.

Die Bewerbungsphase und somit der Start des Wettbewerbs begann am 10.06.2024 und wurde bereits intensiv im Vorfeld mit einer Pressemitteilung, einer Social-Media-Kampagne und dem Launch der Webseite sowie der Einbindung der Multiplikatoren aus dem Gründungsnetzwerk Mecklenburg-Vorpommerns beworben. Die Teilnahmefrist endete am 16.08.2024 und mit dem Eingang von 30 Bewerbungen.

Prominente Schirmfrau, Fachjury und regionale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren

Ein breites Netzwerk trug wesentlich zum Erfolg des Lizzie.Gründerinnenpreises bei. Rund 200 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wirkten in verschiedenen Rollen als Fürsprechernde und Unterstützende mit:

- ▶ Schirmfrau
- ▶ Mitwirkende der Fachjury
- ▶ Stifterin oder Stifter eines Sachpreises
- ▶ Multiplikatorin oder Multiplikator des Lizzie.Gründerinnenpreises
- ▶ Presse und mediale Öffentlichkeit



Schirmfrau Eva-Maria Kröger

Es empfiehlt sich, als Schirmfrau/Schirmherr eine prominente Person aus der Region zu gewinnen. Im Fall des Lizzie.Gründerinnenpreises 2024 konnte die Oberbürgermeisterin von Rostock Eva-Maria Kröger gewonnen werden.

Sie steht für eine Form der Frauenförderung, die wirtschaftliche Teilhabe, Gleichstellung und zukunftsfähige Lebensmodelle miteinander verbindet. Mit ihrem beruflichen Wirken ist sie selbst ein Vorbild für viele Frauen – insbesondere im wirtschaftlichen Kontext. Sie fördert den Austausch zwischen Stadt und Land, stärkt Rostock als Zentrum für Gründerinnen sowie den ländlichen Raum in Mecklenburg-Vorpommern und verleiht der Rolle der Schirmfrau damit Authentizität und Strahlkraft.

Fachjury: Professionalität und Expertise

Eine Fachjury unterstreicht die Professionalität des Vorhabens. Sie verleiht dem Bewertungsprozess eine fundierte Grundlage und stärkt zugleich die Netzwerkbildung. Die Mitwirkenden der Jury sollten so ausgewählt werden, dass sie sowohl eine Vielfalt von Expertisen als auch einen Querschnitt der ländlichen Räume vertreten.

Die Fachjury für den Lizzie.Gründerinnenpreis war mit Expertinnen und Experten aus den Bereichen Wirtschaft, Innovation, Nachhaltigkeit, Gleichstellung, Regionalentwicklung und Bildung aus Mecklenburg-Vorpommern besetzt.¹⁶



Oberbürgermeisterin Eva-Marie Kröger bei der Preisverleihung



Die Jury des Lizzie.Gründerinnenpreises

¹⁶ Hier ist die Liste der Jurymitglieder zu finden: www.kontorsieben.de/lizzie-gruenderinnenpreis - Zugriff am 11.09.2025

Stifterinnen und Stifter sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren

Der Wettbewerb bindet gezielt Unternehmen und Akteurinnen und Akteure aus dem Gründungs-Ökosystem Mecklenburg-Vorpommerns ein. Zwei zentrale Gruppen spielen dabei eine aktive Rolle:

Stifterinnen und Stifter


Als Förderer des Wettbewerbs engagierten sich 22 Unternehmen aus der Region, darunter drei größere und 19 kleinere. Sie unterstützten die nachhaltig wirtschaftenden Gründerinnen mit Sachpreisen zur unternehmerischen Entwicklung oder den Unternehmensalltag. Gleichzeitig nutzten die Unternehmen den Wettbewerb, um ihr Engagement öffentlich zu zeigen und mit Gründungsinteressierten in Kontakt zu treten. Die Zusammenarbeit schafft Raum für Austausch und neue Partnerschaften zwischen der regionalen Wirtschaft und Gründerinnen.

Multiplikatorinnen und Multiplikatoren

Der Wettbewerb ist eng im Gründungsnetzwerk Mecklenburg-Vorpommerns verankert. Zahlreiche Akteure wie die Handwerkskammern, Industrie- und Handelskammern, Unternehmensverbände, Wirtschaftsförderungen, Gleichstellungsbeauftragte und andere Gründungsfördernde unterstützten den Wettbewerb aktiv. Sie verbreiteten Informationen über ihre Netzwerke und regten zur Teilnahme an. In einigen Fällen sprachen sie Gründerinnen direkt an und ermutigten sie zur Bewerbung.

Diese kombinierte Einbindung von Wirtschaft und Netzwerkakteuren stärkte den Wettbewerb auf mehreren Ebenen. Er gewann an Sichtbarkeit, erreichte gezielt relevante Zielgruppen und förderte den Aufbau nachhaltiger Gründungsstrukturen in der Region. Unternehmen und Unterstützungsstrukturen übernahmen gemeinsam Verantwortung für die Entwicklung unternehmerischer Vielfalt in der Region Mecklenburg-Vorpommerns.

Hier stellvertretend eine Stimme aus dem Kreis der Multiplikatorinnen und Multiplikatoren:



„Die Förderung von Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen ist mir ein besonderes Anliegen, um die Chancengleichheit und Vielfalt in Mecklenburg-Vorpommern zu stärken. Im ländlichen Raum unseres Bundeslandes steckt großes Potenzial für innovative und umweltbewusste Geschäftsmodelle. Deshalb unterstützen wir mit dem Lizzie.Gründerinnenpreis die Entwicklung der regionalen Wirtschaft.“

HEIKE WITZEL,
VORSTANDSMITGLIED DER STADTWERKE ROSTOCK

Bewertungsphase: Die Bewertungsmatrix

Für die Bewertungsphase wurde eine Bewertungsmatrix entwickelt, um die eingereichten Bewerbungen vergleichen und bewerten zu können. Sie verleiht dem Bewertungsprozess eine fundierte Grundlage. Die Mitwirkenden der Jury sollten so ausgewählt werden, dass sie sowohl eine Vielfalt von Expertisen als auch einen Querschnitt der ländlichen Räume vertreten. Die Bewerbungen wurden durch die Fachjury in zwei Bewertungsrounden gesichtet und gewertet.

Bewertungsrunde 1

Hier lag der Fokus auf der Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells der Bewerberin in seinen drei Facetten mit folgenden Leitfragen:

- **Ökologische Nachhaltigkeit:**
Setzt sich die Unternehmerin für die Schonung natürlicher Ressourcen, die Reduzierung von Umweltbelastungen und den Schutz von Ökosystemen ein, um eine langfristige ökologische Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen und in der Region zu fördern?
- **Ökonomische Nachhaltigkeit:**
Engagiert sich die Unternehmerin für die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen, langfristige Investitionen, faire Wirtschaftsführung, regionale Nachhaltigkeit und Kooperationen, um wirtschaftlich nachhaltig und erfolgreich zu sein?
- **Gesellschaftliche Nachhaltigkeit:**
Trägt die Unternehmerin durch ihre Maßnahmen zur finanziellen Sicherheit, Gesundheitsvorsorge, Bildung, Gleichstellung und einem positiven Arbeitsklima zur sozialen Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen und in der Gesellschaft bei?

Bewertungsrunde 2

In einer zweiten Bewertungsrunde erfolgte die Beurteilung der drei weiteren Kriterien Gleichstellung, Digitalisierung und Gesamteindruck anhand folgender Leitfragen:

- **Gleichstellung:**
Wie gut werden insgesamt in der Bewerbung Aspekte der Gleichstellung wie gleiche Chancen für alle, faire Behandlung, Zugang zu Ressourcen und Mitbestimmungsmöglichkeiten für verschiedene Geschlechter, soziale Gruppen und Minderheiten deutlich?
- **Digitalisierung:**
Wie gut wird Digitalisierung im nachhaltigen Kontext verstanden und angewendet?
- **Gesamteindruck:**
Welcher Gesamteindruck ist entstanden?

Die Jury erstellte daraufhin ein Ranking und kam zu der Auswahl von insgesamt 13 Best Practices der 30 Unternehmen, die im Rahmen der Preisverleihung gewürdigt werden sollten.



Verleihung des Lizzie.Gründerinnenpreises als Höhepunkt

Die Preisverleihung mit einem Pressegespräch fand am 17.09.2024 im Festsaal des Rostocker Rathauses in feierlicher Atmosphäre statt. Zur Preisverleihung waren die Bewerberinnen, Medienvertreterinnen und -vertreter, die Stifterinnen und Stifter sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eingeladen.

Insgesamt kamen 70 Gäste. Eva-Maria Kröger, Oberbürgermeisterin und Schirmfrau des Wettbewerbs, hielt die Eröffnungsrede. Moderiert wurde der Tag durch Jana Schulze, TV-Journalistin. Lilly Tauch, Absolventin des Bachelorstudiums Gesang von der Hochschule für Musik und Theater (HMT) Rostock, sorgte gemeinsam mit einem Gitarristen für den musikalischen Rahmen.

Vor Beginn der Veranstaltung nutzten verschiedene Medien das Pressegespräch, um zentrale Akteurinnen und Akteure des Experimentierraums sowie beispielhafte Gründerinnen zu interviewen. Fernsehen und Radio zeichneten im Vorfeld Beiträge auf – unter der Voraussetzung, diese erst nach bzw. zeitgleich zur öffentlichen Bekanntgabe der Finalistinnen zu veröffentlichen.



Impressionen von der Verleihung des Lizzie.Gründerinnenpreises

Die Best Practice Unternehmen und die Gewinnerin des Wettbewerbs

Der mit 3.000 Euro dotierte Hauptpreis (gefördert durch das BMBFSFJ) ging an Leonie Korbach, Gründerin des Unternehmens „Wilde Flora“, die Schnittblumen vom eigenen, nahe Greifswald gelegenen Feld vertreibt. Das Unternehmen engagiert sich in vielen Facetten der Nachhaltigkeit, wirtschaftet beispielsweise in Kreislaufwirtschaft, verzichtet auf Pestizide, mineralische Dünger, Torf und Einmalplastik. Korbach hat sich mit ihrem Unternehmen in der Slowflower-Bewegung organisiert, einem Interessensverband, der sich für regionalen, saisonalen und nachhaltigen Anbau und Vertrieb von Blumen einsetzt.



Foto: Jana Steußloff

Preisträgerin Leonie Korbach



„Wir bauen Schnittblumen im Sinne der Slowflower-Bewegung [...] an und verwenden hierbei weder Biozide, mineralische Dünger noch Einmalplastik. Wir wirtschaften im Kreislauf und minimieren unseren Verbrauch an fossilen Rohstoffen. Unsere Blumen werden rein regional vermarktet und so nachhaltig wie möglich verpackt. [...] Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet für uns externalisierte Kosten in Form von Umweltschäden ernst [...] und diese nicht in Kauf zu nehmen.“

LEONIE KORBACH,
GRÜNDERIN DES UNTERNEHMENS „WILDE FLORA“

Auch die zwölf weiteren Gründerinnen, die mit Sachpreisen zur unternehmerischen Entwicklung ausgezeichnet wurden, inspirieren zu nachhaltigem Wirtschaften und bilden ein breites, vielfältiges, branchenübergreifendes Spektrum ab. Hier zwei weitere Beispiele:

„[Ich möchte] die ökologischen Aspekte der Nachhaltigkeit in unserer Region stärken und ihnen ein Gesicht geben. Die Verfügbarkeit von regionalen & Bio-Produkten [...] ist eine Herausforderung in unserem Alltag. Mit Meine Landfreu.de können wir den Menschen die bewusste Entscheidung für umweltfreundliche Produkte vereinfachen und vielerorts erst ermöglichen.“

LAURA ZOCH

AUS WITTENHAGEN (LANDKREIS VORPOMMERN-RÜGEN), GRÜNDERIN VON „MEINE LANDFREU.DE“:

„Fischleder, als Abfallprodukt aus der Lebensmittelindustrie, [ist in der] Verwendung für meinen Schmuck besonders nachhaltig [...]. Dazu ein Gesamtkonzept mit Schmuckverpackungen aus recycelbaren Materialien, wie Glas und Papier und auch bei der Einrichtung des Stores habe ich auf natürliche, nachhaltige Materialien zurückgegriffen. Der Versand der Produkte erfolgt auf Basis von goGreen und wird ständig überprüft und verbessert.“

RAMONA STELZER

AUS WISMAR (LANDKREIS NORDWEST-MECKLENBURG) MIT IHRER FIRMA SCHMUCK UND ACCESSOIRES AUS FISCHLEDER

Mediale Ausstrahlung und Vernetzung

Öffentlichkeitsarbeit, Sichtbarkeit und Medienresonanz spielten im Rahmen des Wettbewerbs eine bedeutende Rolle. Diese Bereiche prägte Jana Steußloff (albata kommunikation) entscheidend. Im Experimentierraum stand die Sichtbarkeit der Gründerinnen im Mittelpunkt. Ihre Unternehmen sollten eine breite Öffentlichkeit erreichen. Alle Teilnehmerinnen wurden bei der Preisverleihung auf Schautafeln präsentiert und erhielten so zusätzliche Aufmerksamkeit für ihre Unternehmen.

Im Anschluss an die Preisverleihung bot ein zweistündiges Get-together den Gründerinnen die Gelegenheit, sich informell auszutauschen und zu vernetzen. Dabei lernten sie neue Kontakte kennen und knüpften Verbindungen.

Besonders hervorzuheben ist die mediale Aufmerksamkeit, die die gewürdigten Gründerinnen erhielten. Fünf der 13 Best Practices wurden nach der

Preisverleihung in weiterführenden Medienberichten vorgestellt und vier wurden im Rahmen eines Pressgesprächs interviewt. Insgesamt wurden während des Zeitraums des Experimentierraums 26 Veröffentlichungen erzielt, darunter drei Fernsehbeiträge, zwei Radiobeiträge sowie acht Artikel in Printmedien. Diese Berichterstattung führte dazu, dass alle 30 Gründerinnen öffentliche Aufmerksamkeit für ihre Geschäftsmodelle erhielten. Dadurch profitierte nicht nur die Gewinnerin, sondern alle Teilnehmerinnen von der erhöhten Sichtbarkeit.

Die Social-Media-Kanäle des Wettbewerbs spielen zudem eine wichtige Rolle, indem sie den Gründerinnen ermöglichen, ihre Entwicklungen zu teilen, neue Geschäftskontakte sichtbar zu machen und über Erlebnisse beim Einlösen ihrer Gewinne zu berichten. Dies trägt dazu bei, die erreichte Aufmerksamkeit langfristig aufrechtzuerhalten und die Vernetzung innerhalb der Gründerinnen-Community zu fördern.



Fotos: Adina Flöhr



Yvette Dinse bei einer Projektpräsentation

Learnings - Herausforderungen - Handlungs-Perspektiven

Ein Wettbewerb zur Auswahl mehrerer Best Practices kann gezielt die Rahmenbedingungen für nachhaltig wirtschaftende Gründerinnen verbessern – insbesondere im ländlichen Raum. Durch die Sichtbarkeit mehrerer Beispiele rückt eine breite Gruppe von Gründerinnen in den Fokus, statt nur eine einzelne Gewinnerin. Um den Wettbewerb wirkungsvoll zu gestalten, sollten folgende Maßnahmen berücksichtigt werden:

- ◆ **Netzwerkbildung und Multiplikations-Effekte stärken**

 - Bildung einer Vorbereitungsgruppe mit Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Bereichen zur effizienten Planung und Durchführung des Wettbewerbs.
 - Auf-/Ausbau eines Netzwerks von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, um Jurymitglieder, Fördernde sowie Partnerinnen und Partner zu gewinnen, die die Verbreitung des Wettbewerbs fördern und die Verwirklichung ermöglichen.
- ◆ **Strukturierte Planung und Umsetzung**

 - Entwicklung eines detaillierten Plans für die verschiedenen Wettbewerbsphasen, einschließlich Entwicklungs-, Bewerbungs- und Bewertungsphase sowie der Preisverleihung.
 - Sicherung einer hochkarätigen Schirmherrschaft und eines repräsentativen Veranstaltungsorts, um den Wettbewerb aufzuwerten und die Wertschätzung für die Teilnehmerinnen zu unterstreichen.
- ◆ **Finanzielle Unterstützung und Zugang zu nachhaltigen Märkten ermöglichen**

 - Vergabe von Preisgeldern und Fördermöglichkeiten, um nachhaltige Gründungen finanziell und in der Unternehmensentwicklung zu unterstützen.
 - Nutzung des Wettbewerbs als Plattform für neue Marktchancen, beispielsweise durch Kooperationen mit Unternehmen oder zwischen ländlichen und städtischen Räumen.
- ◆ **Sichtbarkeit und öffentliche Wahrnehmung stärken**

 - Gezielte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, um die Teilnahmebereitschaft und langfristige Wirkung des Wettbewerbs zu erhöhen.
 - Hervorhebung inspirierender Gewinnerinnen als Role Models, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und mehr Frauen zur nachhaltigen Unternehmensgründung zu ermutigen.
- ◆ **Finanzierung zur Verstetigung des Wettbewerbs**

 - Eine langfristige Sicherung und Verstetigung des Wettbewerbs erfordert eine nachhaltige Finanzierungsstrategie. Ziel ist es, eine stabile finanzielle Basis zu schaffen, um Kontinuität, Qualität und Weiterentwicklung des Wettbewerbs zu gewährleisten.



KONTAKT & MATERIALIEN

- ◆ Yvette Dinse, Kontor VII
Regionalverantwortliche der bga für
Mecklenburg-Vorpommern
Website zum Experimentierraum:
www.lizzie-gruenderinnenpreis.de

Materialien:

- ◆ Leitfaden „Gründerin goes excellence“ für die Planung und Durchführung einer Preisverleihung für Gründerinnen im ländlichen Raum



5.3 Mentoring reaches impact: Mentorinnenprogramm für impact-orientierte Gründerinnen, Nordrhein-Westfalen

Frauen, die Impact-Unternehmen gründen wollen, stehen vor zwei wesentlichen Herausforderungen:

1. Spezifischer Beratungsbedarf aufgrund nachhaltiger Gründung:

Impact-Gründende benötigen eine anders gewichtete Unterstützung und Beratung im Gründungsprozess, da sie zum Beispiel andere Formen der Finanzierung, andere Netzwerke und eine andere Infrastruktur benötigen. So setzen Impact-Gründungen etwa verstärkt auf Crowdfunding und nachhaltigkeitsorientierte Risikokapitalgebende anstatt auf Investitionskapital von Business Angels, Venture Capitalists oder „Family & Friends“. Impact-Gründungen mit sozialer Ausrichtung sind auf gemeinnützige Stiftungen und öffentliche Mittel angewiesen. Impact-Gründungen mit ökologischem Impact brauchen beispielsweise den Kontakt zu Risikokapitalgebern mit Expertise in Umweltfragen.

2. Genderspezifische Herausforderungen:

Impact-Gründerinnen stehen zudem vor Herausforderungen, vor denen alle Gründerinnen stehen: Sie befinden sich in einem männlich dominierten Gründungsumfeld, das nach wie vor geschlechterdiskriminierende Muster aufweist. Die Eigenschaften „erfolgreicher Gründungspersönlichkeiten“ sind zum Beispiel immer noch männlich geprägt. Gründer werden für gewagte Gründungsideen beispielsweise bewundert. Gründerinnen müssen solche rechtfertigen. Prof. Dr. Christine Volkmann, Inhaberin des UNESCO-Lehrstuhls für Entrepreneurship und interkulturelles Management an der Bergischen Universität Wuppertal (BUW), an der der Experimentierraum angesiedelt war, erklärt dazu:

Die Wissenschaft diskutiert... „zum Beispiel insgesamt 13 Eigenschaften, die einer Gründungspersönlichkeit im Allgemeinen zugeschrieben werden. Von diesen 13 Eigenschaften werden neun stereotypischen Männereigenschaften zugeordnet – unter anderem Kompetenz, Weitblick, Flexibilität und die Bereitschaft insbesondere Familie und Freunde dem Erfolg des Unternehmens hinten anzustellen. Hingegen werden nur vier Eigenschaften einer Gründungspersönlichkeit stereotypischen Fraueneigenschaften zugeordnet, wie zum Beispiel Kreativität, Organisation sowie ein guter Umgang mit Mitarbeitenden. Dies führt zu einer Diskrepanz: Es entstehen somit Vorurteile gegenüber weiblichen Führungskräften, da die mit dem weiblichen Geschlecht assoziierten Stereotype denen einer Führungskraft generell widersprechen (Meyer et al., 2017). Als Folge daraus resultieren teils bewusste und unbewusste Stigmata, die das Start-up Ökosystem und Umfeld auf die Gründerinnen projiziert.“¹⁷

PROF. DR. CHRISTINE VOLKMANN
BERGISCHE UNIVERSITÄT WUPPERTAL (BUW)



¹⁷ Volkmann, C., & IHK NRW. (2023). Gründen und Nachfolgen durch Frauen – Studie der IHK NRW. Industrie- und Handelskammer NRW., S. 4 - <https://www.ihk-bonn.de/fileadmin/dokumente/Downloads/Unternehmensfoerderung/Existenzgruendung/frauenstudie-2023--data.pdf> - letzter Zugriff: 12.10.2025

Es ist daher kein Wunder, dass viele junge Frauen während oder nach dem Studium nicht auf die Idee kommen zu gründen, da sie sich nicht mit der Rolle einer Gründerin identifizieren. Denn: Frauen sind häufiger mit Geschlechterstereotypen, Ungleichheiten und Vorurteilen konfrontiert, was ihr Selbstvertrauen im beruflichen Kontext untergräbt und sie dazu bringt, an ihren Fähigkeiten und Erfolgen zu zweifeln. Die besondere Herausforderung für Impact-Gründerinnen besteht darin, dass sich verschiedene Aspekte der Herausforderung nicht einfach nur addieren, sondern gegenseitig verstärken. Die Wissenschaft spricht beim Zusammenwirken von mehreren Diskriminierungsmechanismen von Intersektionalität.

Das Projekt und seine Ziele

Das Start-up Center der Bergischen Universität führte den Experimentierraum „Impact-orientiertes Mentorinnenprogramm“ vom 01.04.2024 bis zum 30.09.2024 durch. Mit Blick auf die Mehrfach-Herausforderungen auf Seiten der Impact-Gründerinnen wurden folgende Ziele identifiziert:

1. Erfolgreiche Impact-Gründerinnen sichtbar machen.

Positive Vorbilder verändern die Sicht auf die Welt. Nicht nur von potentiellen Gründerinnen, sondern auch von ihrem Umfeld. Je öfter sichtbar wird, dass Frauen kreative Gründungsideen haben und diese in erfolgreiche Impact-Unternehmen umsetzen können, desto mehr Frauen ziehen diesen Weg für sich in Betracht und erwarten, hier ebenfalls erfolgreich zu sein. Desto weniger wird aber auch vom Umfeld angezweifelt, dass dies ein für Frauen typischer Weg wäre.

2. Zugang zu Wissen und Ressourcen.

Impact-Gründerinnen brauchen spezielles Wissen und spezielle Ressourcen. Ein explizit auf sie zugeschnittenes Fortbildungsprogramm soll dies bedarfsgerecht vermitteln.

3. Zugang zu Netzwerken.

Erfahrene Impact-Gründerinnen geben angehenden Impact-Gründerinnen wertvolle Einsichten und Kon-

takte. Dieses Mentorinnenprogramm, das ausschließlich Gründerinnen adressiert, schafft ein Netzwerk für Gründerinnen und mithin eine Gründungskultur spezifisch für Gründerinnen, so dass diese sich auf sie beziehen können. Solche Netzwerke können Zugang zu potenziellen Geschäftspartnerinnen und -partnern, Kundinnen und Kunden, Investorinnen und Investoren sowie weiteren relevanten Akteuren erleichtern. Diese Verbindungen können für den Erfolg und das Wachstum der nachhaltigen Unternehmen der Gründerinnen von entscheidender Bedeutung sein. Dies kann das Start-up-Center der Bergischen Universität Wuppertal (BUW) aus Erfahrung bestätigen: Es führt bereits seit 2020 ein Mentorinnenprogramm für Gründerinnen durch. Das hier beschriebene Programm fokussierte sich jedoch das erste Mal auf Impact-Gründungen.

4. Nachhaltige Transformation der Wirtschaft.

Indem das Programm Frauen bei der Gründung von Impact-Unternehmen unterstützt, trägt es zur nachhaltigen Transformation unserer Wirtschaft insgesamt bei. Es unterstützt die Entwicklung und Umsetzung innovativer Ideen und Geschäftskonzepte. Eine weibliche Gründungskultur könnte dem sonst weit verbreiteten männlich-geprägten Gründungskanon des „schneller, höher, weiter“ eine nachhaltige Variante entgegensetzen.

5. Übertragbarkeit sicherstellen.

Das Programm ist so konzipiert, dass es sich leicht auf andere Regionen übertragen lässt. Dadurch, dass lediglich die Auftakt- und die Abschlussveranstaltung in Präsenz stattfand und alles andere digital war, ist das Programm übertragbar und nicht an städtische Grenzen gebunden.

6. Kooperationspartnerschaften stärken und ausbauen.

In der Bewerbungsphase kooperierte das Projekt mit den 31 Partnerhochschulen des Netzwerkes „Women Entrepreneurs in Science“. Daneben gab es Zusammenarbeiten mit Expertinnen und Experten aus den Bereichen „Kreislaufwirtschaft“, „Digitalisierung“, „Energie“ sowie „Nachhaltige Produktion und Konsum“.

5.3 Mentoring reaches impact: Mentorinnenprogramm für impact-orientierte Gründerinnen, Nordrhein-Westfalen

FEDERFÜHRUNG

Der Experimentierraum „Impact-orientiertes Mentorinnenprogramm“ wurde durch das Start-up Center der Bergischen Universität Wuppertal realisiert.

Es steht unter der strategischen Leitung von Prof. Dr. Christine Volkmann, die auch den UNESCO-Lehrstuhl für Entrepreneurship und interkulturelles Management an der Bergischen Universität Wuppertal (BUW) innehat. Das Start-up Center hat den Auftrag, Gründende und Gründungsinteressierte der BUW zu unterstützen. Mit dem Projekt Women Entrepreneurs in Science (WES), das seit 2020 Teil des Start-up Centers ist, setzt die Bergische Universität bundesweit ein Zeichen: Gründerinnen erhalten gezielte Unterstützung und weibliche Vorbilder werden sichtbar gemacht. In Kooperation mit 31 Partnerhochschulen in NRW führte Women Entrepreneurs in Science bis Ende Februar 2025 Veranstaltungen und Workshops durch, betrachtete die Strukturen und Prozesse in der Gründungsunterstützung der Hochschulen und entwickelte daraufhin einen Leitfaden für eine gendersensible Gründungsberatung.

Die Federführung für den Experimentierraum hatte Hannah Jensen inne, die auch als Regionalverantwortliche für NRW in der bga vertreten ist.

Die konkreten Inhalte, Maßnahmen und Schritte

Das Experiment dauerte sechs Monate und umfasste folgende Phasen:

1. Bewerbungsphase, Matching und Auftaktveranstaltung

Gründerinnen wurden dazu eingeladen, einen Online-Fragebogen auszufüllen, um sich als potenzielle Mentees zu bewerben. Anschließend fand ein Onboarding-Gespräch mit Mitarbeitenden des Start-up Centers statt, um den individuellen Bedarf der Gründerinnen zu ermitteln. Diese Informationen dienten als Grundlage für den Matchingprozess, bei dem passende, erfahrene Mentorinnen aus dem Netzwerk „Women Entrepreneurs in Science“ ausgewählt wurden. Am 04.06.2024 wurde in Wuppertal eine Auftaktveranstaltung durchgeführt, bei der Mentees und Mentorinnen sich persönlich kennenlernten, um die Vernetzung zu fördern und die Zusammenarbeit zu besprechen, inklusive der Vereinbarung von Terminen und Verpflichtungen.

2. Mentoringphase und Workshops

Während der nächsten Phase fanden individuelle Treffen zwischen Mentees und Mentorinnen statt, die je nach Absprache digital oder in Präsenz erfolgen konnten. Es gab ein Minimum von drei Treffen, doch viele Tandems trafen sich häufiger und bauten dadurch tiefergehende Verbindungen auf.

Parallel dazu wurden digitale Workshops angeboten, die sich mit grundlegenden Fragen zum Aufbau und zur Skalierung impact-orientierter Geschäftsmodelle beschäftigten. Das Team des Start-up Centers passte die Inhalte individuell an die Bedürfnisse der Teilnehmerinnen an und engagierte Expertinnen sowie Unternehmerinnen für die Durchführung der Workshops, um größtmögliche Flexibilität zu gewährleisten.

Inhalte der Workshops waren:

➤ Crashkurs Nachhaltigkeit

Der Workshop gab Impulse zu Themen wie „nachhaltige Entwicklungen“ und „Megatrends“, politische und konzeptionelle Grundlagen zur Nachhaltigkeit und leitete eine kritische Auseinandersetzung mit der eigenen Gründungsidee mit Blick auf Nachhaltigkeitsaspekte an.

➤ Purpose und Vision Lab

In diesem Workshop wurden Grundlagen des nachhaltigen Unternehmerinnentums vermittelt, sowie alternative Wirtschaftsansätze wie „Gemeinwohlökonomie“ und „True Business Sustainability“ behandelt und gemeinsam diskutiert. Die Mentees erarbeiteten nach Anleitung eigene nachhaltigkeitsorientierte Visionsformulierungen.

➤ Building Sustainable Business Models

Die Mentees erhielten in diesem Workshop Grundlagenwissen zu nachhaltigkeitsorientierten Erlös- und Geschäftsmodellen vermittelt. Sie visualisierten ihr eigenes Geschäftsmodell anhand des „Sustainable Business Model Canvas“.

➤ Persona

Wie sieht eigentlich eine typische Vertreterin / ein typischer Vertreter meiner Zielgruppe aus? Eine Persona ist eine fiktive Person, die Unternehmen dabei hilft, ihre Zielgruppe besser zu charakterisieren und zu verstehen. Dadurch lassen sich Dienstleistungen und Produkte besser auf deren Bedürfnisse anpassen.

➤ Scaling Impact

In diesem Workshop wurden alternative Wachstumsstrategien für impact-orientierte Start-ups sowie verschiedene Fördermöglichkeiten vorgestellt.

Das Team des Start-up Center stand während der gesamten Zeit des Experimentierraumes für Fragen und Support zur Verfügung.

3. Abschlussveranstaltung und Round Table

Am Ende des impact-orientierten Mentorinnenprogramms gab es eine Abschlussveranstaltung in Wuppertal am 12. und 13.09.2024. Dazu gehörte ein Pitch-Event als Abendveranstaltung. Eröffnet wurde er mit einem Vortrag von Iris Braun, Gründerin des Impact-Start-ups „Share“. Danach stellten mehrere Mentees ihre Geschäftsidee in kurzen Pitch-Präsentationen vor. Das Publikum wählte anschließend das Gewinnerinnenteam.

Am Tag nach der Abschlussveranstaltung wurde in einem vertiefenden Round Table die Projektergebnisse und Learning aus dem Experimentierraum reflektiert. Anschließend zogen zwei Mentees und zwei Mentorinnen zusammen mit dem Orga-Team des Start-up Center Bilanz. Den Abschluss bildete ein Kreativ-Sprint, in dem sich alle Anwesenden der Frage widmeten, wie Impact-Gründerinnen noch besser gefördert werden könnten.



Der Ablauf des Experimentierraumes „Impact-orientiertes Mentorinnenprogramm“ grafisch dargestellt: Zu Beginn und am Ende gab es jeweils eine Präsenzveranstaltung in Wuppertal. Die restlichen Veranstaltungen (Workshops) fanden digital statt.



Die Gewinnerinnen des Pitchevents



Eindruck vom Pitchevent

Die Mentees und Mentorinnen

An dem Projekt beteiligten sich elf Mentees und elf Mentorinnen. Während der Abschlussveranstaltung wurden die Impact-Gründerinnen mittels großer Plakate präsentiert, fünf Mentees nahmen zudem die Möglichkeit wahr, an einem Pitch teilzunehmen.

Das Start-up Center richtete sich bei den Mentees an gründungsinteressierte Frauen mit impact-orientierten Geschäftsideen, die noch nicht gegründet hatten oder maximal drei Monate vor Gründung standen. Ihre Ideen sollen gesellschaftliche Herausforderungen

im Sinne der Sustainable Development Goals (SDGs) adressieren, wobei der Beitrag zu den SDGs bereits bei der Bewerbung festgelegt wurde.

Bei den Mentorinnen handelt es sich um erfahrene Gründerinnen mit impact-orientierten Unternehmen, die höchstens fünf Jahre alt sind. Sie sollten sich mit Impact-Messung auskennen und idealerweise Erfahrung in der Wachstumsfinanzierung impact-orientierter Start-ups haben.



Teilnehmende des Round Table

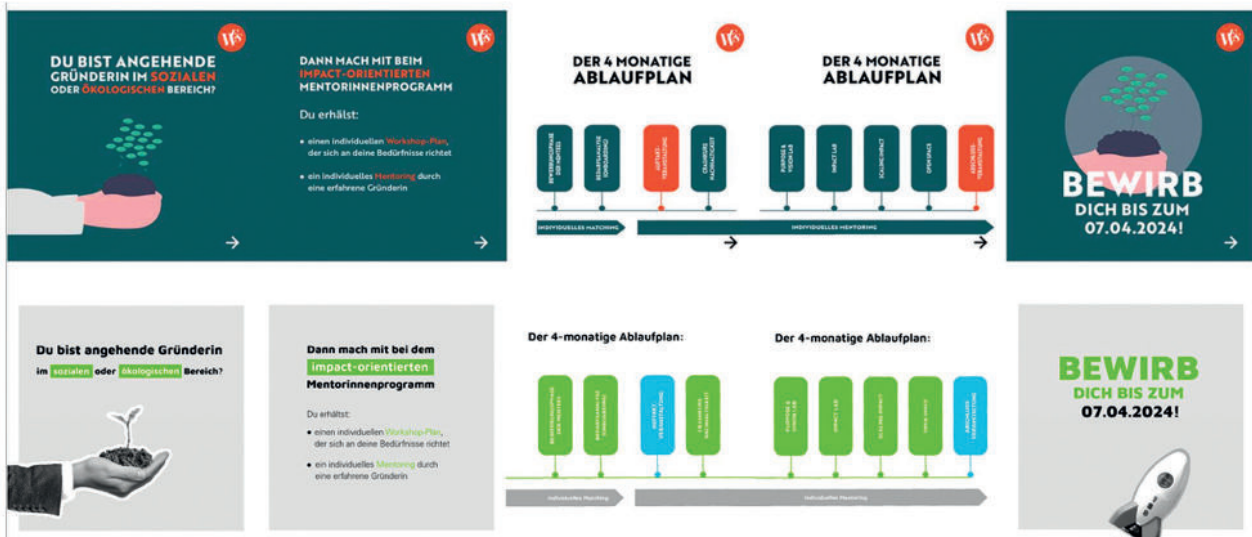
Learnings - Herausforderungen - Handlungs-Perspektiven

Das impact-orientierte Mentorinnenprogramm verlief erfolgreich und wurde von den Mentees und von den Mentorinnen als hilfreich bewertet. „Der große Pluspunkt des Programms war es, inspirierende Gründerinnen kennenzulernen und das tolle Netzwerk“, lautete das Fazit der Mentorin Saskia Splittgerber. „Die Impact-Orientierung des Mentorinnenprogramms war besonders gut, weil sie uns die Bedeutung von Impact vor Augen geführt und Wege aufgezeigt hat, Impact-Geschäftsideen wirtschaftlich zu machen“, erklärte Pia Hildebrandt, Mentee.

Als Verbesserungspotenziale wurden gesehen:

- ▶ Laufzeit von vier Monaten. Die Auswahl der Mentorinnen sollte ursprünglich zwei Wochen nach dem Bewerbungsschluss feststehen. Doch die Suche nach ihnen konnte natürlich erst nach dem Onboarding-Gespräch mit den Mentees beginnen. Es sollte ausreichend Zeit für das Matching von Mentee und Mentorin eingeplant werden.
- ▶ Beschaffungsprozess der Workshops. Die Inhalte der Workshops sollten an die Bedürfnisse und Wünsche der Mentees angepasst sein. Damit ließen sich die Themen der Workshops erst dann final bestimmen, als alle Mentees feststanden. Es sollten Zeitpuffer für die Beschaffungsprozesse vorgesehen oder alternativ zentrale Workshop-Themen vorausgewählt werden.
- ▶ Rollenklärung der Mentorinnen. Die Mentorinnen, die während der Abschlussveranstaltung ein Fazit zogen, äußerten sich insgesamt positiv über das Programm und wünschten sich eine genauere Definition ihrer Rolle sowie Austauschmöglichkeiten als Mentorinnen untereinander.
- ▶ Branchengleiche oder branchenfremde Mentorinnen? Von branchenfremden Mentorinnen versprachen sich die anwesenden Mentees und Mentorinnen, dass sie den Fokus allein auf die Gründung richten würden. Branchengleiche Mentorinnen könnten mit mehr Kontakten und konkretem Wissen unterstützen. Letztlich ergab sich die Idee eines Mentorinnen-Duo aus einer branchenfremden und einer branchengleichen Mentorin.
- ▶ Mentorinnen bezahlen oder nicht? Hier könnte man auch anders denken, dass die Mentorinnen vielleicht das Gefühl haben, für ihre Zeit und ihr Engagement anerkannt werden zu wollen, was durch eine Bezahlung möglicherweise besser zum Ausdruck gebracht werden könnte. Es ist denkbar, dass eine angemessene Vergütung die Motivation steigert und die Wertschätzung für das ehrenamtliche Engagement erhöht. Zudem könnte man überlegen, ob eine Aufwandsentschädigung dazu beitragen würde, mehr Menschen für das Mentoring zu gewinnen, insbesondere solche, die sonst vielleicht zögern, freiwillig Zeit zu investieren. Es ist also möglich, dass die Diskussion um Bezahlung nicht nur um finanzielle Aspekte geht, sondern auch um Wertschätzung, Motivation und die Attraktivität des Mentorinnenprogramms.
- ▶ Wo stehen Mentorinnen in ihrem Gründungsprozess? Das hier beschriebene Mentorinnenprogramm hatte bewusst Mentorinnen gesucht, deren Gründung maximal 2 bis 3 Jahre zurücklag. Sie sollten möglichst dicht an der Lebenssituation ihrer Mentees dran sein. In dieser Zeit brauchen Jungunternehmerinnen jedoch noch sehr viel Kapazitäten für ihre eigenes Businesses. Jede Stunde, die sie nicht mit Akquise oder Projekten für Kundinnen und Kunden verbringen, zählt. Daher fällt es möglicherweise langjährigen Unternehmerinnen leichter, eine ehrenamtliche Mentorinnenschaft zu übernehmen.
- ▶ Budget für Reisekosten. Neben Online-Begegnungen sollten auch persönliche Treffen z. B. durch ein Budget für Reisekosten ermöglicht werden.
- ▶ Sichtbarkeit der Mentees und Mentorinnen fördern. Ein Weg, um den Mentorinnen etwas zurückzugeben und die Mentees noch stärker zu unterstützen, ist, beide in den zur Verfügung stehenden Kommunikationskanälen deutlich z. B. mit individuellen Portraits zu präsentieren. Dafür gab es die Instagram-Kanäle des WES und des Start-up Centers, die LinkedIn-Kanäle des WES und des Start-up Centers sowie eine Pressemitteilung über das Newsportal der BUW.

5. Die vier Experimentierräume: Umsetzung, Erkenntnisse, Auswertung



Das Start-up Center der Bergischen Universität Wuppertal warb im Vorfeld des impact-orientierten Mentorinnenprogramms zum Beispiel über Instagram- und LinkedIn-Kanäle mit den hier gezeigten Posts für das Programm.



KONTAKT & MATERIALIEN

- Hannah Jensen
Bergische Universität Wuppertal – Projektmit-
arbeitende Women Entrepreneurs in Science (WES)
Regionalverantwortliche der bga für
Nordrhein-Westfalen
www.wes.uni-wuppertal.de/

Materialien:

- Bedarfsanalyse
- Commitment Vereinbarung
- Mentorinnen Tätigkeit Bescheinigung
- Urkunde Pitch Wettbewerb
- Vorlage für Anmeldeprozess



5.4 Nachfolgerin for Future: Nachfolge als Nachhaltigkeitskatalysator, Hessen

Dem aktuellen Nachfolge-Monitoring Mittelstand 2024 der KfW zufolge wünschen sich rund 215.000 Unternehmen eine kurzfristige Nachfolgeregelung. Lediglich gut der Hälfte dieser Unternehmen können positive Erfolgsaussichten attestiert werden. Die Senior-Generation in den Führungsetagen im Mittelstand verbleibt immer länger im Unternehmen. Das Durchschnittsalter der aktuellen Inhabergeneration erreicht mit über 54 Jahren einen neuen Höchststand.¹⁸

Etliche Unternehmen verpassen es, die Nachfolge rechtzeitig zu organisieren und ihr Wissen an die nächste Generation weiterzugeben. So drohen Unternehmensschließungen speziell von KMU und deren wertvolle Branchenkenntnisse, Erfahrungen und Arbeitsplätze gehen verloren. Der Wirtschaftsstandort Deutschland leidet.

Frauen denken bei der unternehmerischen Selbständigkeit in erster Linie an eine Neu-Gründung und haben die Unternehmensnachfolge als attraktive Option noch nicht ausreichend im Fokus. Dies ist nicht nur mit Blick auf die gleichberechtigte Mitgestaltung der Wirtschaft ein großer Verlust. Denn Frauen zeigen ein überdurchschnittlich hohes Interesse an Nachhaltigkeitsthemen und berücksichtigen Aspekte von ökologischer, aber auch gesellschaftlicher Nachhaltigkeit häufig in ihren Gründungskonzepten.¹⁹ Ziel des Experimentierraums „Nachfolgerin for Future“ war es daher, Mädchen und Frauen für die Unternehmensübernahme zu interessieren, sie mit Informationen auszustatten, mit Netzwerkpartnerinnen und -partnern zu verbinden und sie zu ermutigen. Dabei sollten alle Facetten von familieninterner Nachfolge über Nachfolge aus der Belegschaft heraus bis hin zur externen Nachfolge sichtbar werden.

„Wir wollten mit dem Experimentierraum auch dazu beitragen, dass Nachfolge als Nachhaltigkeitskatalysator wahrgenommen wird. Nachfolge ist Nachhaltigkeit in Reinform, denn bereits bestehende Kontakte zu Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern werden weiter genutzt, ebenso Produktionsstätten, Werkzeuge und Arbeitsmittel. Im Zuge einer Übernahme können z.B. Produktionsverfahren umweltfreundlicher und effizienter gestaltet und so zukunftsfähig transformiert werden. Davon profitieren auch die Beschäftigten. Ihre Arbeitsplätze bleiben erhalten. Die Nachfolgenden führen zudem das Lebenswerk der vorgehenden Generation fort und profitieren von ihrem Wissen und ihren Erfahrungen.“

UNICA PETERS

GESCHÄFTSFÜHRUNG UND VORSTAND,
JUMPP - FRAUENBETRIEBE E.V. MIT DER ANLAUF-
STELLE UNTERNEHMENSNACHFOLGE IN HESSEN

¹⁸ KfW Research – Dr. Michael Schwartz (2025): Nachfolge Monitoring Mittelstand: <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-2025/Fokus-Nr.-481-Januar2025-Nachfolge.pdf> - Zugriff am 11.09.2025

¹⁹ Startup-Verband (2022): Female Founders Monitor 2022

FEDERFÜHRUNG

jumpp – *Ihr Sprungbrett in die Selbständigkeit*, Frauenbetriebe e.V. (jumpp) qualifiziert und unterstützt seit 1984 speziell Frauen, aber auch Männer in allen Phasen der beruflichen Selbständigkeit – von Gründung bis Nachfolge. Mit bedarfsgerechten Angeboten und einem sozioökonomischen Beratungsansatz, der neben marktwirtschaftlichen Aspekten auch die persönliche Situation der Ratsuchenden berücksichtigt, wurden bereits über 17.000 Menschen auf ihrem Weg begleitet.

Seit 2003 ist jumpp als Anlaufstelle für Unternehmensnachfolge in Hessen aktiv, aktuell mit dem Projekt „Generation N – Nachfolge. Nachwuchs. Nachhaltig.“, welches vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum, dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) sowie dem Frauenreferat der Stadt Frankfurt am Main gefördert wird.

Die praxisorientierten Angebote wenden sich an Inhaberinnen und Inhaber von hessischen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aus allen Branchen, die Unterstützung bei der Nachfolgeplanung suchen. Ebenso werden übernahmeinteressierte Gründende bei der Erarbeitung des Übernahme- und Finanzierungskonzepts unterstützt und während des gesamten Nachfolgeprozesses individuell begleitet. Geleitet wird „Generation N“ von jumpp-Beraterin Christine Acker, die auch die Federführung für den hier vorgestellten Experimentierraum „Nachfolgerin for Future“ innehat.



Christine Acker beim 6. Hessischen Tag der Nachfolge

Die Bausteine des Experimentierraums

Der Experimentierraum beinhaltete vielfältige Veranstaltungsformate, mit denen mehrere hundert Teilnehmende erreicht werden konnten – von der 14-jährigen Schülerin bis zur Berufstätigen. Im Zentrum stand dabei der von jump alle zwei Jahre ausgerichtete Hessische Tag der Nachfolge, bei dem erfolgreiche Unternehmensnachfolgen als Nachhaltigkeitskatalysator öffentlichkeitswirksam thematisiert wurden. Ergänzt wurde dieses Event durch einen anschließenden Round Table sowie zwei kleinere Formate, die als „Vorfluter“ fungierten und jeweils unterschiedliche Aspekte der Unternehmensnachfolge thematisierten.

Tag der Nachfolge für KMU in Hessen

Der 6. Hessische Tag der Nachfolge fand in Kooperation mit dem Handelsverband Hessen am 27.06.2024 in Hanau mit knapp 70 Teilnehmenden statt. Nach dem Grußwort von Staatssekretär Umut Sönmez aus dem Hessischen Wirtschaftsministerium berichtete Keynote-Speakerin Vanessa Weber von ihren Erfahrungen als familieninterne Nachfolgerin und ihren Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit (siehe Porträt Seite 53). Im Panel „Zukunft aus erfahrenen Händen“ diskutierten die externen Nachfolgenden Johanna Münch, CEO

Weindepot Vinum GmbH und Mario Drescher, Inhaber Sport Express mit Expertinnen aus der Wirtschaft und Gründungsförderung. Zentraler Bestandteil der Veranstaltung war ein interaktives Barcamp, bei dem sich Teilnehmende aller Branchen vernetzen und das Know-how der anwesenden Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in den verschiedenen Sessions nutzen konnten.

Round Table „Nachfolgerin for Future“

Am 28.06.2024 fand direkt im Anschluss an den 6. Hessischen Tag der Nachfolge ein vertiefender Round Table zum Thema „Nachfolgerin for Future“ des Experimentierraums in Frankfurt am Main statt, an dem Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem jump-Netzwerk teilnahmen: Neben den Regionalverantwortlichen der bga waren Vertreterinnen und Vertreter u. a. des Hessischen Wirtschaftsministeriums, der Wirtschaftsförderung und des Frauenreferats der Stadt Frankfurt sowie des RKW Kompetenzzentrums anwesend und brachten ihre Expertise ein. So stellte beispielsweise Katrin Fox, Referentin im Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum, das Instrument des Nachfolgechecks und weitere Angebote zum Thema „Unternehmensnachfolge“ vor, die das Ministerium unterbreitet.



Impression vom 6. Hessischen Tag der Nachfolge



Die Teilnehmenden des Round Tables zu „Nachfolgerin for Future“

In einem Designsprint wurden potenzielle weitere Angebote entwickelt, um Unternehmensnachfolge durch Frauen attraktiv zu machen.

„Hessen macht Zukunft“-Festival

Das von der KIZ gGmbH, einem Kooperationspartner von jump, am 29.02.2024 an der Hochschule Fresenius in Wiesbaden veranstaltete Festival bot dem Experimentierraum schon vor dem Tag der Nachfolge eine Chance zur Sichtbarkeit: In einem Paneltalk mit Christine Acker, der jungen Handwerkerin Jessica Jörges, die den Malerbetrieb ihrer Eltern übernimmt, und Sebastian Borst, Inhaber und Nachfolger Textildruckerei Grafik-Idee sowie Preisträger des Hessischen Gründerpreises, erhielten die Besucherinnen und Besucher Einblicke in die Wege der Unternehmensnachfolge. Der Festivalcharakter mit unterschiedlichen Bühnen zog generationsübergreifend Menschen an. jump präsentierte Beratung, Coaching und Vernetzungsmöglichkeiten für Gründende und Nachfolgeinteressierte.

Girls' Day

Als zweites Vorfluter-Event im Experimentierraum diente das Angebot von jump zum Girls' Day am 25.04.2024. Das Thema Übernahmegründung wurde

durch die Begegnung mit einer Unternehmerin im Rahmen der Familiennachfolge anschaulich gemacht: Dr. Marie Nauheimer, seit April 2012 Geschäftsführerin der Primus-Linie, einem traditionsreichen Personen-Schiffahrtsunternehmen in Frankfurt am Main. Die Schülerinnen waren von ihrer Erfolgsgeschichte beeindruckt und erfuhren mehr über Unternehmensnachfolge und hierfür benötigte Kompetenzen. Eine Schülerin fragte, ob sie das Unternehmen in der nächsten Generation übernehmen könne: „Wenn es einmal soweit ist, denken Sie bitte an mich.“ Rund 30 Schülerinnen im Alter von 14 bis 16 Jahren nahmen teil.



Impression vom Girls' Day

Nachfolge attraktiv machen: Role Models und Best-Practice-Beispiele

Um Nachfolge als unternehmerische Option sichtbar zu machen, braucht es Role Models und vor allem auch female Best Practices. Flankierend zum Experimentierraum hat jumpp - Frauenbetriebe e.V. daher kontinuierlich Öffentlichkeitsarbeit zur Thematik gemacht. Während der Laufzeit des Experimentierraums vermittelte die bundesweite gründerinnen-agentur eine Anfrage an jumpp, die zur Realisierung einer 30-minütigen Folge des ZDF-Doku-Formats „plan b“ unter dem Titel „Nachfolge dringend gesucht“ führte. Sowohl Christine Acker als Expertin und Nachfolgeberaterin als auch die von ihr bei der Übernahme der Weinhandlung Weindepot Vinum GmbH in Schlüchtern begleitete Johanna Münch sind Protagonistinnen. Die Sendung wurde am 13.06.2024 ausgestrahlt und ist in der ZDF-Mediathek abrufbar.²⁰

Drei weitere prominente Unternehmerinnen traten bei Veranstaltungen im Rahmen des Experimentierraums als Referierende auf und werden daher hier als Role Models vorgestellt.



Johanna Münch

Johanna Münch, Weindepot Vinum GmbH als weibliches Role Model aus Hessen für externe Übernahme in der ZDF-Dokumentation plan b: Nachfolge dringend gesucht



²⁰ Hier bis zum 30.06.2026 zu finden: <https://www.zdf.de/video/dokus/plan-b-104/plan-b-nachfolge-dringend-gesucht-100>



Vanessa Weber

„Als Nachfolgerin trete ich in die Fußstapfen meines Vorgängers, und ich kann meine eigenen Spuren hinterlassen.“

Role Model:

Vanessa Weber, ehem. Geschäftsführerin der Firma Werkzeug Weber GmbH & Co. KG

Das Familienunternehmen mit Sitz in Aschaffenburg handelt mit Werkzeugen und Betriebseinrichtungen. Nach ihrer Ausbildung zur Groß- und Außenhandelskauffrau übernahm Weber bereits mit 22 Jahren das Unternehmen. Vanessa Weber modernisierte das Unternehmen nach der Übernahme komplett und verfünffachte in den vergangenen fast 25 Jahren seinen Umsatz. 2025 hat sie ihr Unternehmen verkauft.

Kontinuierliche Transformation war Vanessa Weber während ihrer Tätigkeit als Geschäftsführerin durchgängig ein zentrales Anliegen. Insbesondere Nachhaltigkeit nahm sie dabei besonders in den Blick. Sie setzte dabei u. a. auf das papierlose Büro, die Wiederverwertung von Materialien sowie die Versorgung des Betriebs mit Solarenergie.

Weber nutzt ihr Netzwerk und ihren Einfluss als Unternehmerin, um Themen voranzubringen, die ihr wichtig sind. So hat sie u. a. den Verein „Klimahelden“ gegründet, der Kinder durch Baumpflanzaktionen und Akademien zu Klimabotschafterinnen und -botschaftern macht.

Vanessa Weber wurde mehrfach ausgezeichnet, beispielsweise im Jahr 2019 als „Vorbild-Unternehmerin“ vom damaligen Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz.

Role Model:
Claudia Hodel, Inhaberin des ZORN
Sachverständigenbüro Gartenbau

Hodel ist ausgebildete Gärtnerin und absolvierte anschließend ein Studium in Gartenbaumanagement sowie Landwirtschaft und Umwelt. 2009 trat sie als Mitarbeiterin in das Zorn Sachverständigenbüro Gartenbau in Usingen ein. Im Jahr 2016 fragte sie ihr Chef Matthias Zorn, ob sie sich vorstellen könne, das Unternehmen weiterzuführen, wenn er in den Ruhestand gehe. Damit begann ein einige Jahre währender Prozess des Übergangs in der Männerdomäne Gartenbau. Hodel absolvierte zunächst eine Fortbildung und Prüfung zur „Öffentlich bestellten“ und vereidigten Sachverständigen für Gartenbau, eine Qualifikation, die durch das Regierungspräsidium Kassel verliehen wird. Als solche übernahm sie den Betrieb von Matthias Zorn zum 01.01.2021.

Sowohl Claudia Hodel als auch Matthias Zorn wurden zweieinhalb Jahre lang von jumpp-Projektleiterin Christine Acker im komplexen Nachfolgeprozess begleitet. Zunächst warf sie gemeinsam mit der Nachfolgeberaterin einen – so Claudia Hodel – „kühlen Blick auf die betriebswirtschaftlichen Fakten“:

Würde es sich lohnen, das Unternehmen weiterzuführen? Wie groß wäre die finanzielle Belastung für den Unternehmenskauf? Hodel besprach mit ihrem Partner, ob und wie er sie in ihrer neuen Rolle unterstützen würde: „Sein Rückhalt ist elementar für mich.“

Schließlich fragte sie auch ihre Kolleginnen und Kollegen: „Würden sie sie als Vorgesetzte akzeptieren?“ Als diese das ebenfalls bejahten und die Kreditfinanzierung gesichert war, entschied sie sich, den Schritt ins Unternehmerintum zu gehen.



Claudia Hodel





Foto: Primus-Linie

Dr. Marie Nauheimer

„Als dreifache Mutter kann ich nicht alles im Unternehmen selbst erledigen und gebe daher Aufgaben und damit auch Verantwortung ab. Aber dank meiner Mitarbeitenden und ihrer Kompetenzen klappt das wunderbar: Ich vertraue meinem Team hundertprozentig und kann mich auf sie verlassen.“

Role Model:

Dr. Marie Nauheimer, Geschäftsführerin der Primus-Linie – Frankfurter Personenschiff-fahrts-GmbH

Fünf Schiffe, 90 Angestellte – die 1880 gegründete Primus-Linie mit Sitz in Frankfurt am Main ist das größte und modernste Schifffahrtsunternehmen in Hessen. Und das erste, das von einer Frau geführt wird.

Dass sie die Schifffahrtsgesellschaft in 5. Generation übernehmen würde, stand für Dr. Marie Nauheimer lange nicht fest. Nach der Schule studierte sie Wirtschaftswissenschaften in London, promovierte in St. Gallen. Danach sammelte sie Berufspraxis in DAX 30 Unternehmen. Vielfältige Erfahrungen, wie sie heute sagt. Während in ihr die Erkenntnis wuchs, dass die Arbeit in einem kleineren Unternehmen ihr mehr Möglichkeiten geben würde, Dinge zu bewegen, verkündete ihr Bruder, er werde die Nachfolge im Familienbetrieb nicht übernehmen.

Ein Jahr lang arbeitete sich Dr. Marie Nauheimer intensiv in alle Bereiche der Primus-Linie ein, bevor ihre Entscheidung endgültig fiel: Sie liebt das unternehmerische Handeln, die Verantwortung für das Familienunternehmen, schätzt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und stieg ein.

Der Übergang wurde sorgfältig vorbereitet, schließlich brachte er einige Umbrüche mit sich. Anders als Anton Nauheimer setzte die Nachfolgerin von Anfang an auf Teamarbeit und delegierte Aufgaben. Ab April 2012 haben Vater und Tochter das Unternehmen zunächst gemeinsam geführt, mittlerweile ist Dr. Marie Nauheimer alleinige Geschäftsführerin der Primus-Linie.

Learnings - Herausforderungen - Handlungs-Perspektiven

Handlungs-Perspektiven

Bislang sind - je nach Datenbasis - rund 20 bis 25 Prozent der Unternehmensnachfolgenden weiblich. Erfolgreiche Gründerinnen und Nachfolgerinnen treten zu wenig in Erscheinung. Ein Unternehmen zu gründen oder eine Unternehmensnachfolge antreten – diesen Weg ziehen Schülerinnen, Studentinnen, Berufsanfängerinnen oder auch Mitarbeiterinnen von Betrieben, in denen eine Nachfolge ansteht, daher selten in Betracht. Dazu trägt bei, dass die Themen Selbständigkeit und Unternehmensnachfolge nach den Beobachtungen von jump in Schulen, Hochschulen und in der Berufsausbildung generell zu kurz kommen. Wenn junge Menschen ins Berufsleben starten, haben sie meistens die Angestellten-Karriere im Blick. Und wenn sie sich überhaupt für Selbständigkeit interessieren, dann für eine klassische Gründung und keine Unternehmensübernahme.

Aus den Erfahrungen des Experimentierraums und dem Austausch mit im Kontext der Unternehmensnachfolge tätigen Personen ergeben sich daher folgende Handlungs-Perspektiven:

► **Vertiefende Bildungsangebote zur Unternehmensnachfolge bereits in der Schule:**

Projektwochen, Aufnahme ins reguläre Curriculum oder auch in Form des Girls' Days wie während des Experimentierraums „Nachfolgerin for Future“ – es braucht mehr Bildungsangebote, um die jüngere Generation für das Thema der Nachfolge als unternehmerische Option zu sensibilisieren.

► **Gezielte Qualifizierungsangebote für Mitarbeitende und Übergebende:**

Inhaberinnen und Inhaber eines Unternehmens müssen rechtzeitig beginnen, ihre Nachfolge zu planen. Häufig haben sie dabei ihre Mitarbeitenden als potenziell Nachfolgende zu wenig im Blick, auch im Hinblick auf ihr Potenzial. Dabei werden Frauen noch viel seltener als Nachfolgende in Betracht gezogen als ihre männlichen Kollegen. Daher braucht es hier noch mehr dezidierte und auch ganzheitliche Angebote, die den Übergabeprozess initiieren und in allen Phasen der Nachfolge begleiten – inklusive auch der Nachsorge durch die Person, die das Unternehmen übergeben hat.

► **Genderspezifische Qualifizierungsangebote:**

Insbesondere Mädchen und Frauen sollten ermutigt werden, den potenziellen Karriereweg als Übernahmegründerin einzuschlagen. Ein besonderer Schwerpunkt der Qualifizierungsangebote für Mädchen und Frauen sollte dabei auf dem Thema (Money-)Mindset liegen, da eine Unternehmensübernahme häufig mit einem höheren Kapitalbedarf als eine Neugründung verbunden ist. Gleichwohl lohnt sich die Investition, denn eine Übernahme ist für Frauen der direkteste Weg in den Cheffinnensessel eines bereits etablierten Unternehmens. Die Übernahme eines solchen Unternehmens bietet im Vergleich zur Neugründung tendenziell sogar einen größeren Hebel für nachhaltigkeitswirksame Maßnahmen, da bereits laufende Prozesse umweltfreundlicher gestaltet werden können. Der Experimentierraum hat verdeutlicht, dass Frauen eine Gründung oder Übernahme von Unternehmen häufig durch Selbstzweifel, gesellschaftliche Vorurteile und unzureichende Angebote erschwert wird. Trotz ihrer Qualifikationen und Erfahrung stoßen sie bei Kreditgesprächen häufiger auf Ressentiments. Zielgruppenspezifische Angebote, in denen an einer Übernahmegründung interessierte Frauen sich untereinander austauschen

und von fachlichem Input (möglichst durch Referentinnen mit viel Praxiserfahrung) profitieren können, sind daher wirksame Instrumente.

▶ **Gründungszuschuss für Nachfolgende:**

Ebenso wie Personen, die aus der Arbeitslosigkeit heraus gründen, haben auch arbeitssuchend gemeldete Übernehmende von „extern“ die Möglichkeit, einen sechsmonatigen Gründungszuschuss auf Basis ihres bisherigen Einkommens aus einer vorhergehenden Tätigkeit zu erhalten. Für übernehmende Mitarbeitende gilt das in der Regel nicht, da der Übernahmeprozess zumeist direkt erfolgt. In der Orientierungsphase würde es sich anbieten, auch für übernehmende Mitarbeitende ein derartiges Angebot zu entwickeln, das ihnen den Einstieg finanziell erleichtert.

▶ **Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit mit Best Practices und Role Models**

Das Thema Nachfolge ist noch viel zu wenig als unternehmerische Option im Fokus. Angesichts des demographischen Wandels stehen immer weniger potenzielle nachfolgende Personen den übergabewilligen Unternehmerinnen und Unternehmern gegenüber. Hier braucht es einen Shift in den Nachfolgezahlen. Insbesondere weibliche Role Models sollten dabei hervorgehoben werden, um entsprechende Anreize zu setzen. Auch im Umgang mit der Presse sollten Akteurinnen und Akteure im Gründungs-Ökosystem immer wieder hinterfragen, ob z. B. statt des nachgefragten Best-Practice-Beispiels einer Gründung nicht auch eine gelungene Unternehmensnachfolge durch eine Frau vorgestellt werden kann.



KONTAKT & MATERIALIEN

- ▶ Christine Acker
Projektleitung „Generation N – Anlaufstelle
Unternehmensnachfolge in Hessen“
www.jumpp.de/projekte/generation-n

Materialien:

- ▶ Dokumentation „Nachfolge dringend gesucht“ aus der ZDF-Sendereihe „plan b“
- ▶ Nachfolgecheck Hessen
- ▶ Website „Chance Unternehmensnachfolge“

6. HANDLUNGS-PERSPEKTIVEN: WIE GRÜNDERINNEN WIRTSCHAFT INNOVIEREN

Die vier Experimentierräume in Modellregionen geben detaillierte Handlungsanleitungen und zeigen funktionierende Erfolgsfaktoren auf. Sie können aufgegriffen, transferiert, weiterentwickelt und andernorts so oder modifiziert zum Einsatz gebracht werden.

Abgesehen von diesen vier experimentell umgesetzten und ausgearbeiteten Themenfeldern sind noch weitere Best Practice Beispiele erwähnenswert, die den Diskurs im Kontext nachhaltiger Gründungen von Frauen erweitern und die während des gfgw-Projekts eingeflossen sind sowie diskutiert wurden wie beispielsweise

- ▶ die Entwicklung von Finanzierungsansätzen wie das Mikrofinanzierungskonzept von „Goldtausch e.V.“, Poolfinanzierungen der WeiberWirtschaft eG oder Investments in frauengeführte Gründungen und Start-ups durch encourageventures e. V. sowie Studien zu weiblichen Business Angels wie „She’s got wings“,

- ▶ die Erweiterung des Spektrums an möglichen Rechtsformen wie die Gesellschaft mit gebundenem Vermögen, die neben wirtschaftlichen Interessen auch Festlegungen zu Mitspracherechten beziehungsweise zur späteren Veräußerung trifft, oder die SMART eG, eine Genossenschaft, die selbständig Tätigen soziale und finanzielle Absicherung ermöglicht,

- ▶ Weiterbildungen für Akteure und Akteurinnen aus dem Gründungs-Ökosystem durch „Sieben Schritte zur Verbesserung der Begleitung von Gründungen von Frauen“ (von GIG7/NEXT MANNHEIM), oder „Nachhaltige Gründerinnen – Gewusst wie!“ (von Frau und Arbeit e.V.),

- ▶ Denkansätze wie jene, Nachhaltigkeit als Kommunikationskompass oder gelebtes Konzept zu begreifen,

- ▶ sowie beispielhafte unternehmerische Role Models und Best Practices wie die der Velokonzept GmbH, der Share GmbH oder der WeTell GmbH, die Gründerinnen inspirieren.

Alle Handlungs-Perspektiven sind gebündelt hinterlegt auf: www.gfgw-bga.de/workbook und über den nebenstehenden QR-Code abrufbar.



Die Handlungs-Perspektiven sollen dazu inspirieren, neue Wege auszuprobieren, vergleichbare Handlungsansätze zu initiieren und auf die Rahmenbedingungen einzuwirken, Gründungsideen von Frauen und Gründerinnen zu fördern, Diversität als Innovationskraft zu verstehen und die Transformation gemeinsam zu gestalten.

Denn das Feld bietet gewaltige volkswirtschaftliche Chancen: Einer Studie des Europäischen Instituts für Gleichstellung (EIGE) zufolge wäre eine verbesserte Geschlechtergleichstellung EU-weit mit der Schaffung von bis zu 10,5 Millionen zusätzlichen Arbeitsplätzen und einem Anstieg des EU-weiten BIP pro Kopf von bis zu 10 Prozent bis 2050 verbunden.²¹ Der Strategierahmen für die ökonomische Gleichstellung 2030 der Bundesregierung stellt fiskalische Nettomehreinnahmen von 14 Milliarden Euro bis 2035 in Aussicht.²² Diese Entwicklungen würden auch zur Stabilität des Finanzsektors beitragen, Einkommensungleichheiten verringern und demografische Verschiebungen mildern.

Hinzu kommt: Frauen, die nachhaltig gründen, sind vielfach Treiberinnen einer zukunftsweisenden Wirtschaftsweise, die durch transformative Weiterentwicklungen Wohlstand, Innovation und Wachstum miteinander verbinden hilft. Sie entwickeln neue Konzepte, die Ressourcen nicht einfach aufbrauchen, sondern effizient nutzen. Dabei setzen Gründerinnen auf ihre

humanistische Werteüberzeugung. Denn die technologische und digitale Transformation bedingt zugleich auch gesellschaftliche Innovationen und soziale Digitalisierung.²³ Gründerinnen können wesentlich zu dieser Transformation beitragen.

Die Role Models in diesem Workbook machen deutlich, wie viel Potenzial in Gründerinnen steckt: Elizabeth Magie Phillips verkörperte bereits vor mehr als 100 Jahren das innovative unternehmerische Potenzial, das Frauen in die Wirtschaft einbringen können, als sie die Grundlagen für Monopoly legte - eines der erfolgreichsten Spiele der Welt.

Die aufgezeigten Best Practices und Handlungs-Perspektiven untermauern, was notwendig ist, damit dieses Potenzial zur Entfaltung kommt:

Gründerinnen brauchen gleiche Rechte, gleiche Ressourcen und gleiche Repräsentanz. Nicht zuletzt: Möglichkeitsinseln, die sie darin bestärken, ihre unternehmerischen Impulse umzusetzen. Dann tragen sie entscheidend zu Wachstum, Wohlstand und Stabilität bei.

²¹ Die Ergebnisse der EIGE-Studie werden hier skizziert: Neumann, Dr. Dirk / BMWK (2022): Frauen in der Wirtschaft Schlaglichter der Wirtschaftspolitik, S. 30 - https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Infografiken/Schlaglichter/2022/03/10-frauen-in-der-wirtschaft.pdf?__blob=publicationFile&v=1 - zuletzt abgerufen am 10.10.2025

²² Center for Responsible Research and Innovation Fraunhofer IAO (2024) Strategierahmen für die ökonomische Gleichstellung - <https://www.perspektiven-schaffen.de/resource/blob/254476/1e74919b6d67e14d678056bd9a4a31fc/strategierahmen-fuer-oekonomische-gleichstellung-pdf-data.pdf>, S. 31 - zuletzt abgerufen am 10.10.2025

²³ Schraudner, Prof. Dr, Martina (2025): Transformationen brauchen soziale und digitale Innovationen, in: M. Opielka und C. Erfurth (Hrsg.), Soziale Digitalisierung, Perspektiven der Sozialpolitik, S. 65-72 - https://doi.org/10.1007/978-3-658-46328-1_3 - zuletzt abgerufen am 10.10.2025

gfgw gründerinnen fördern
grüne wirtschaft



Unternehmen: Zukunft!

Bist du auch mit am Start?



Mehr Infos auf
www.gfgw-bga.de



Ein Projekt von:



Gefördert von:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Im Rahmen des Aktionsprogramms:



7. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

BARS	Business Angels Region Stuttgart e.V.
bga	bundesweite gründerinnenagentur
BUW	Bergische Universität Wuppertal
BWGF	Baden-Württembergisches Gründerinnenforum
EFRE	Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
EIGE	Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen
FFFF	Female Founders FINANCING Forum
gfgw	Gründerinnen fördern grüne Wirtschaft
HMTR	Hochschule für Musik und Theater, Rostock
IfM	Institut für Mittelstandsforschung, Bonn
IfUNE MV	Institut für Unternehmensnachfolge und Entrepreneurship Mecklenburg-Vorpommern
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen
MV	Mecklenburg-Vorpommern
RKW	Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V.
SDGs	Sustainable Development Goals
SIGU-Strategie	Strategie für soziale Innovationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen
SUBW	Landeskampagne Start-up Baden-Württemberg
TRACES	Transfercenter der Universität Stuttgart
WES	Women Entrepreneurs in Science
WM BW	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg
WRS	Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH

8. LITERATUR UND LINKS

Bertelsmann Stiftung (2025), Female Founders Monitor 2025, April 2025

<https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/ffm/2025FemaleFoundersMonitor.pdf> - letzter Zugriff: 11.09.2025

Birkner, Stephanie et al. (2018), #femalestartupsnds - Female Entrepreneurship in Niedersachsen, Mai 2018

<https://www.wirtschaftsfoerderung-hannover.de/medien/downloads/de/hannoverimpuls/PDF/Studiefemalestartupsnds-FemaleEntrepreneurshipinNiedersachsen.pdf> - letzter Zugriff: 11.09.2025

Brinck, Siegrun et al. (2018), Innovationstätigkeit des nichtforschenden Mittelstands, IfM-Materialien Nr. 266, Januar 2018, Bonn

https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/ifm_materialien/dokumente/IfM-Materialien-266_2018.pdf
letzter Zugriff: 11.09.2025

Bundesministerium für Bildung, Familien, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) (2025), Vierter Gleichstellungsbericht, Gleichstellung in der sozial-ökologischen Transformation, 12.03.2025

<https://www.bmbfsfj.bund.de/resource/blob/259446/a1b1575e3a549fb839fc25f9a7f59a0d/vierter-gleichstellungsbericht-bt-drucks--data.pdf> - letzter Zugriff: 26.09.2025

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) und Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR) (2023), Nationale Strategie für soziale Innovationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen

<https://sigu-plattform.de/wp-content/uploads/SIGU-Strategie.pdf> - letzter Zugriff: 11.09.2025

bundesweite gründerinnenagentur, o.J.

<https://www.gruenderinnenagentur.de> - letzter Zugriff: 11.09.2025

Center for Responsible Research and Innovation Fraunhofer IAO (2024) Strategierahmen für die ökonomische Gleichstellung

<https://www.perspektiven-schaffen.de/resource/blob/254476/1e74919b6d67e14d678056bd9a4a31fc/strategierahmen-fuer-oeko-nomische-gleichstellung-pdf-data.pdf> - letzter Zugriff: 12.10.2025

Deutscher Bundestag (2021), Dritter Gleichstellungsbericht der Bundesregierung, Drucksache 19/30750, 10.06.2021

<https://dserver.bundestag.de/btd/19/307/1930750.pdf> - letzter Zugriff: 26.09.2025

Deutscher Bundestag (2013), Schlussbericht der Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität - Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft“, Drucksache 17/13300, 03.05.2013

<https://dserver.bundestag.de/btd/17/133/1713300.pdf> - letzter Zugriff: 11.09.2025

Deutscher Frauenrat e.V. (2024), Feministische Wirtschaftspolitik, November 2024

https://www.frauenrat.de/wp-content/uploads/2024/11/Exp-Feministische-Wirtschaftspolitik_WEB.pdf - letzter Zugriff: 11.09.2025

Heinrich Böll Stiftung (Hrsg.) (2015), Wirtschaft ist Care, oder: Die Wiederentdeckung des Selbstverständlichen. Ein Essay von Ina Prätorius, Bd. 16, Berlin

https://www.boell.de/sites/default/files/2015-02-wirtschaft-ist-care.pdf?dimension1=division_sp - letzter Zugriff: 11.09.2025

Jurymitglieder Lizzie Gründerinnenpreis (2024)

www.kontorsieben.de/lizzie-gruenderinnenpreis - letzter Zugriff: 11.09.2024

KfW Bankengruppe (2022), Female Entrepreneurship, Mobilisierung von Gründerinnen ist wirtschaftliche Chance und gesellschaftliche Aufgabe, November 2022
<https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/Female-Entrepreneurship.pdf> - letzter Zugriff: 11.09.2025

Meadows, D. H. et. al. (1972): Die Grenzen des Wachstums: Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit, Stuttgart

Neumann, Dr. Dirk & Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) (2022), Frauen in der Wirtschaft, Wirtschaftspolitik, Schlaglichter, März 2022
<https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Schlaglichter-der-Wirtschaftspolitik/2022/03/10-frauen-in-der-wirtschaft.html> - letzter Zugriff: 26.09.2025

Prognos (2025), Frauenerwerbstätigkeit, ökonomische Gleichstellung: volkswirtschaftliche und gesellschaftliche Dimensionen, Februar 2025
https://www.prognos.com/sites/default/files/2025-03/Frauenerwerbst%C3%A4tigkeit_%C3%B6konomische%20Gleichstellung_Volkswirtschaftliche%20und%20gesellschaftliche%20Dimensionen.pdf - letzter Zugriff: 26.09.2025

Schraudner, Prof. Dr. Martina (2025): Transformationen brauchen soziale und digitale Innovationen, in: M. Opielka und C. Erfurth (Hrsg.), Soziale Digitalisierung, Perspektiven der Sozialpolitik, S. 65-72 – https://doi.org/10.1007/978-3-658-46328-1_3
 letzter Zugriff: 10.10.2025

Schwartz, Michael (2025), Nachfolge Monitoring Mittelstand, KfW Research, 10.01.2025
<https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-2025/Fokus-Nr.-481-Januar-2025-Nachfolge.pdf> - letzter Zugriff: 11.09.2024

Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND), o.J.
<https://www.send-ev.de/projekte-items/dsem/> - letzter Zugriff: 11.09.2025

Startup-Verband (2022), Female Founders Monitor 2022
https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/forschung/studien/ffm/Female_Founders_Monitor_2022.pdf
 letzter Zugriff: 26.09.2025

United Nations (2015), Sustainable Development Goals
<https://sdgs.un.org/goals> - letzter Zugriff: 26.09.2025

Volkman, Christine, & IHK NRW. (2023). Gründen und Nachfolgen durch Frauen – Studie der IHK NRW. Industrie- und Handelskammer NRW.,
<https://www.ihk-bonn.de/fileadmin/dokumente/Downloads/Unternehmensfoerderung/Existenzgruendung/frauenstudie-2023--data.pdf> - letzter Zugriff: 26.09.2025

WBGU (2011), Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine große Transformation, 17.03.11, Berlin
<https://www.wbgu.de/de/publikationen/publikation/welt-im-wandel-gesellschaftsvertrag-fuer-eine-grosse-transformation>
 letzter Zugriff: 12.10.2025

ZDF (2024), planb – Nachfolge dringend gesucht, Abrufbar in der Mediathek:
<https://www.zdf.de/video/dokus/plan-b-104/plan-b-nachfolge-dringend-gesucht-100> - letzter Zugriff: 11.09.2025

9. KONTAKTE

Kontakt zur bundesweiten gründerinnenagentur (bga)

Baden-Württemberg

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg

Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge

Schlossplatz 4 (Neues Schloss)

70173 Stuttgart

Ansprechpartnerin: Iris Kronenbitter

Tel.: (0711) 123 25 32

iris.kronenbitter@wm.bwl.de

www.startupbw.de

www.wm.baden-wuerttemberg.de



Bayern

GründerRegio M e.V.

Projekt guide – Beratung und Unterstützung für Existenzgründerinnen

Westendstraße 123

80339 München

Ansprechpartnerin: Dr. Bettina Wenzel

Tel. (089) 30 76 25 05

wenzel@gr-m.de

www.guide-muenchen.de

HOCHSPRUNG

Das Entrepreneurship-Netzwerk der bayerischen Hochschulen

Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München

Geschwister-Scholl-Platz 1

80539 München

Ansprechpartnerin: Antje Lenkmann

Tel. (089) 2180 722 37

kontakt@hoch-sprung.de

www.hoch-sprung.de

Berlin

WeiberWirtschaft eG

Anklamer Straße 38

10115 Berlin

Ansprechpartnerin: Dr. Katja von der Bey

Tel.: (030) 44 02 230

katja.vdBey@weiberwirtschaft.de

www.weiberwirtschaft.de



Brandenburg

Wirtschaftsförderung Land Brandenburg GmbH

Friedrich-Engels-Straße 103 (Bahnhofspassagen)
14473 Potsdam

Ansprechpartnerin: Ulrike Wohler

Team Gründung, Innovations- und Clusterkoordinierung

Tel.: (0331) 70 44 57 2936

ulrike.wohler@wfbb.de

www.wfbb.de

gruendung.wfbb.de

Ulrike Wohler
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Bremen

belladonna Kultur, Bildung und Wirtschaft für Frauen e.V.

Sonnenstraße 8

28203 Bremen

Ansprechpartnerin: Maren Bock

Tel.: (0421) 70 35 34

geschaeftsfuehrung@belladonna-bremen.de

www.belladonna-bremen.de

Hamburg

Frau und Arbeit e.V.

Behringstraße 5

22765 Hamburg

Ansprechpartnerin: Gila Otto

Tel.: (040) 392278

g.otto@frau-und-arbeit.de

www.frau-und-arbeit.de

Gila Otto
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Hessen

jump Frauenbetriebe e.V.

Hamburger Allee 96

60486 Frankfurt / Main

Ansprechpartnerin: Silvia Danckert

Tel.: (069) 71 58 95 50

silvia.danckert@jump.de

www.jump.de

Christine Acker
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Mecklenburg-Vorpommern

Kontor VII

im Ressourcen Center
Schnickmannstraße 4
18055 Rostock
Ansprechpartnerin: Yvette Dinse
Tel.: (0381) 40 33 743
info@kontorsieben.de
www.kontorsieben.de

Yvette Dinse
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Niedersachsen

Gründerinnen-Consult

Wirtschaftsfördergesellschaft hannoverimpuls GmbH
in Kooperation mit Unternehmerinnenzentrum Hannover GmbH
Haus der Wirtschaftsförderung
Vahrenwalder Straße 7
30165 Hannover
Ansprechpartnerin: Vivica Bree
Tel.: (0511) 9357125
vivica.bree@gruenderinnenconsult.de
www.wirtschaftsfoerderung-hannover.de/de/Gruendung/Gruenderinnen-Consult.php

Stephanie
Ristig-Bresser
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Nordrhein-Westfalen

Women Entrepreneurs in Science

im Freiraum – Innovationslabor der Bergischen Universität Wuppertal
Bärenstraße 11-13
42117 Wuppertal
Ansprechpartnerin: Hannah Jensen
Tel.: (0202) 2532 5787
JensenH@wiwi.uni-wuppertal.de
www.wes.uni-wuppertal.de

Hannah Jensen
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Rheinland-Pfalz

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Referat 8201: Berufliche Bildung, Chancengleichheit, Fachkräfte
Stiftstraße 9
55116 Mainz
Ansprechpartnerin: Elisabeth Kaiser
Tel.: (06131) 16 26 72
elisabeth.kaiser@mwwlw.rlp.de
gruenden.rlp.de/

Elisabeth Kaiser
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„Gründerinnen
innovieren
Wirtschaft“

Saarland

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Franz-Josef-Röder-Straße 17
66119 Saarbrücken
Ansprechpartnerin: Regina Dick
Referat B/1: Gründungen, Nachfolge, Förderung Unternehmertum
Tel.: (0681) 501 3804
referat.b1@wirtschaft.saarland.de
www.saarland.de

Sachsen

Sächsisches Staatsministerium für Soziales, Gesundheit und Gesellschaftlichen Zusammenhalt

Referat 73 Gleichstellung
gleichstellung@sms.sachsen.de

Sachsen-Anhalt

c/o bundesweite gründerinnenagentur (bga)

bga@gruenderinnenagentur.de
www.gruenderinnenagentur.de

Schleswig-Holstein

Investitionsbank Schleswig-Holstein IB.SH

IB.SH Förderlotsen für Unternehmen und Gründungen
Zur Helling 5-6
24143 Kiel
Ansprechpartnerinnen: Kathrin Graffunder
Tel.: (0431) 99 05 3364
kathrin.graffunder@ib-sh.de
www.ib-sh.de/foerderlotsen

Thüringen

Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.

Hochheimer Straße 47
99094 Erfurt
Ansprechpartnerin: Anette Morhard
Tel.: (0361) 60155 332
morhard@bwtw.de
www.bwtw.de

Anette Morhard
war Teil der
Facharbeitsgruppe
„GründerInnen
innovieren
Wirtschaft“



www.gfgw-bga.de