

Vom **Mythos** des Supergründers.

**Erfolgsfaktor
Persönlichkeit.**

Vom **Mythos** des Supergründers.

Erfolgsfaktor Persönlichkeit.



Was braucht es, um ein erfolgreiches Unternehmen zu gründen? Neben überzeugender Idee, überlegtem Businessplan und solider Finanzierung die richtige „Gründerpersönlichkeit“. Nicht zuletzt die Gründungsshow „Höhle der Löwen“ zeigt: Investoren interessieren sich nicht nur für Zahlen, Daten, Fakten. Sie wollen auch Gründer mit der richtigen Persönlichkeit – Menschen, die dafür brennen, ihr Produkt, ihre Idee nach vorne zu bringen.

Spätestens wenn im Businessplan die Beschreibung der eigenen Gründerpersönlichkeit gefragt ist, geraten viele Frauen ins Wanken. Denn das typische Gründer-Image betont eine stereotype Männlichkeit: der knallharte Macher, der sich seiner Idee verschrieben hat und diese ohne Rücksicht auf eigene Bedürfnisse oder Familie durchsetzt. Werden diese Eigenschaften auch von Gründerinnen erwartet? Sind das wirklich die Vorbedingungen für erfolgreiches Gründen?

Die Anzahl von weiblichen Gründungen stagniert.

Fakt ist: Frauen sind in der deutschen Gründer-szene unterrepräsentiert: Nur 36 Prozent aller Gründungen in Deutschland kommen von Frauen.¹ Besonders hinter kapitalintensiven Gründungen stehen deutlich seltener Frauen als Männer. Frauen investieren insgesamt weniger Geld und starten häufiger nebenberuflich in ihre Selbstständigkeit.

Noch geringer ist der Anteil von Gründerinnen in der Start-up Szene. So beträgt der Anteil der Gründerinnen lediglich rund 15 Prozent mit leicht wachsender Tendenz, wie der Female Founders Monitor 2019 zeigt. Immerhin haben 28 Prozent der Start-ups Frauen in ihren Gründer-Teams.

Weniger Erfolg als Männer haben Gründerinnen allerdings nicht – im Gegenteil: Von Frauen geführte Unternehmen sind stabiler und

halten sich tendenziell länger auf dem Markt. Eine US-amerikanische BCG-Studie zeigt, dass von Frauen gegründete Start-ups nachhaltig profitabler Gewinne erwirtschaften. Und das, obwohl Frauen seltener Risikokapital einsammeln und eher auf eigene Ersparnisse oder Finanzierung durch „Family and Friends“ setzen. US-Amerikanische Gründer erhalten zwar mit 930.000 US-Dollar 56 % weniger Investments als ihre männlichen Kollegen mit 2,1 Millionen US-Dollar, erzielen aber innerhalb von fünf Jahren höhere Erlöse, nämlich 78 Cent pro investiertem Dollar. Die Männer schafften durchschnittlich nur 31 Cent. Damit setzen Gründerinnen ihr Kapital zweieinhalb Mal so effektiv ein wie Männer – und das trotz geringerer Finanzmittel.²

¹ Quelle: KfW Gründungsmonitor 2020

² <https://www.her-career.com/frauen-gruenden-anders/>

Verhindern Geschlechter- stereotype Gründungen?

Frauen gründen anders als Männer, in vielerlei Hinsicht: Sie nehmen weniger Kapital in die Hand, sie gründen häufiger allein und seltener in Tech-Branchen. Doch sind Gründerinnen durchschnittlich erfolgreicher und länger am Markt als männliche Unternehmensgründer. Frauen gründen zudem aus anderen Motiven heraus und ihre Unternehmen sind weniger sichtbar. Worin aber genau liegen die Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern? Und was braucht es, damit mehr Frauen erfolgreich gründen?

Die wissenschaftliche Literatur deutet an, dass das Bild des erfolgreichen Unternehmers stereotype Männlichkeit betont.³ Das kann dazu führen, dass Frauen eine Unternehmensgründung erst gar nicht in Betracht ziehen. Entscheiden sich Frauen zu gründen, kann es sein, dass sie im Gründungsprozess benachteiligt werden, z. B. durch weniger Wagniskapital. Darauf hat eine einzelne Frau nur schwer Einfluss. Deshalb ist es wichtig, sich mit den Stereotypen zu beschäftigen, die Frauen davon abhalten können, ihr Gründungspotenzial voll auszuschöpfen und ihre Geschäftsideen in der Schublade verkümmern zu lassen.

Entmutigt durch ein männlich geprägtes Unternehmerbild?

Eine Ursache dürfte ein veraltetes Bild des klassischen Unternehmers sein: Durchsetzungsstark, risikofreudig, selbstbewusst, bereit 60 Stunden zu arbeiten und die Familie hintenan zu stellen. Der Unternehmer beweist Führungsstärke und hat kein Problem damit, seinen Willen auch gegen Widerstände durchzusetzen – eine Reihe von typisch männlichen Eigenschaften, mit denen Frauen sich seltener identifizieren können.

Top 8 der Gründungshemmnisse

(Quelle: KfW Gründungsmonitor 2020)

- **45 %** Finanzielles Risiko
- **42 %** Fehlende Finanzierung
- **28 %** Abstiegsangst bei Scheitern
- **27 %** Unausgereifte Geschäfts-Idee
- **24 %** Opportunitätskosten
- **24 %** Belastung von Familie
- **18 %** Fehlende Mitgründer
- **17 %** Bürokratie

Das Gegenmodell:

die Super- woman- Gründerin?

Müssen Frauen also die besseren Gründerinnen sein, um Erfolg zu haben? Oder ist das auch ein Stereotyp? Wissenschaftler aus Frankreich haben über zwei Jahre hinweg die Berichterstattung zu jungen Gründerinnen ausgewertet: Die Ergebnisse deuten an, dass ein bestimmtes Bild von Gründerinnen dominiert: das der „Superwoman-Gründerin“, die alles schafft und Arbeit und Privatleben erfolgreich meistert – sie verbessert die Welt und setzt sich gleichzeitig gegen alle Widerstände durch.

Stereotype

**bestimmen auch
über den Erfolg.**

Stereotype sind Zuschreibungen, die Personengruppen gemacht werden, zum Beispiel 'Gründerpersönlichkeiten sind echte Macher, gehen über Leichen und arbeiten Tag und Nacht'. Autostereotype, also die eigenen Zuschreibungen, behindern die Umsetzung der vorhandenen Fähigkeiten in konkrete Leistungen. Die Bewertung der eigenen Leistung erfolgt auf der Basis eines negativen Stereotyps und führt zu einer „Selbsterfüllung“. Beispiel: 'Ich glaube, dass Frauen schlechtere Gründerinnen sind, weil sie sich nicht gut genug durchsetzen'.

In der Forschung wird vom „Stereotype Threat“ gesprochen. Dieser definiert ein Gefühl der Bedrohung, das Personen in Situationen erleben, in denen sie befürchten, aufgrund eines negativen Stereotyps über ihre Gruppe beurteilt zu werden und durch ihr Verhalten das Stereotyp zu bestätigen. Die gefühlte Bedrohung führt zu einer Schmälerung der eigenen Leistung.

Gründen

heißt, die eigenen Denkroutinen zu hinterfragen.

Die Praxis zeigt: Die relevanten Eigenschaften erfolgreicher Gründerinnen und Gründer sind ähnlich. Hierzu gehören insbesondere Selbstbewusstsein einschließlich Wissen über die eigenen Stärken und Schwächen, Standfestigkeit, Risikobereitschaft, Kreativität bzw. gute Ideen, ein Gespür für Nutzer und Nutzerinnen sowie Kunden und Kundinnen, ein gutes Netzwerk und Überzeugungskraft (vor allem auch in Richtung der Investoren).

Allerdings brauchen Gründerinnen mehr Mut als Gründer, da sie oft risikoaverser sind und außerdem stärker unter Beobachtung stehen. Neben Mut benötigen Frauen mehr Resilienz, da sie vor allem bezüglich des Zugangs zu Kapital mit höheren Widerständen konfrontiert werden. Die Kriterien der Kapitalgeberinnen und Kapitalgeber sind meist maskulin geprägt, wodurch auch selbstbewusste Gründerinnen oft abgeschreckt werden. Gründen heißt also immer auch, die eigenen Stereotype, Denk- und Handlungsroutinen zu hinterfragen.

Die Eigenschaften erfolgreicher Gründerinnen und Gründer, welche als besonders relevant gelten, sind ähnlich. Man benötigt vor allem Selbstbewusstsein, Standfestigkeit, Risikobereitschaft und Kreativität. Bei Frauen müssen diese Eigenschaften jedoch stärker ausgeprägt sein, da sie auch stärker unter Beobachtung stehen. Sie sind in der Regel eine unter zehn Männern, weshalb sie mehr auffallen. Deswegen brauchen sie wahrscheinlich auch mehr Mut.

Quelle: Dr. Ursula Köhler
Female Founders in der Digitalbranche, 2020

Eigene Stereotype erkennen

**und neue Denk- und Handlungsrou-
tinen entwickeln.**



Gründen ist ein Prozess, mit dem eine maßgebliche Veränderung eingeleitet wird: persönlich für die Gründerin, für das Umfeld, für Familie und Freunde. Um die Herausforderung einer echten, erfolgreichen Veränderung zu ermöglichen, müssen neue Routinen gelebt werden.

Es erfordert einiges an Durchhaltevermögen, diese neuen Routinen aufzubauen. Denn jedes Mal, wenn wir eine Routine benutzen, belohnt uns das Gehirn mit der Ausschüttung von Dopamin, einem Hormon, das Glücksgefühle er-

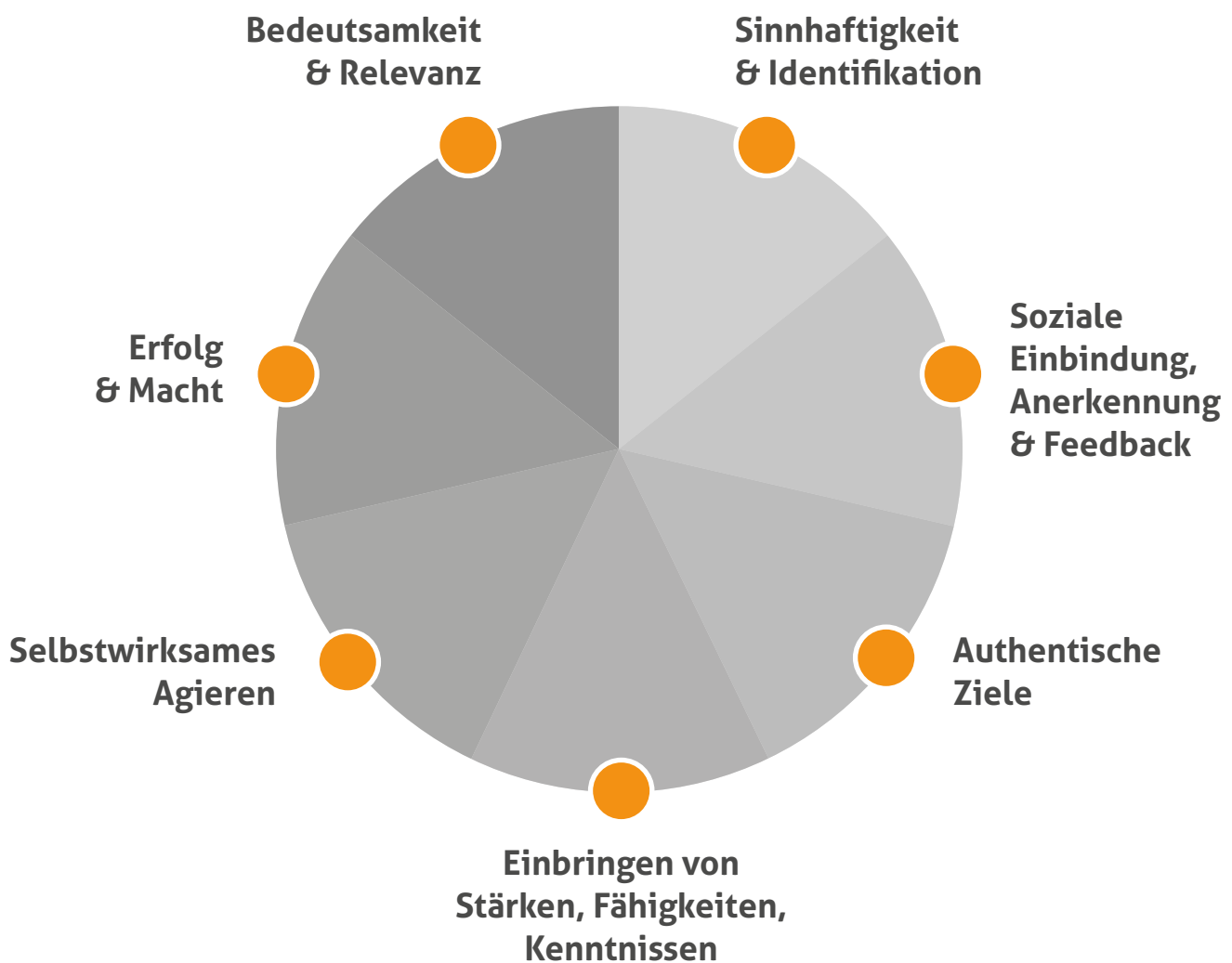
zeugt. Damit entsteht eine hohe Bereitschaft, ein bestimmtes Verhalten möglichst oft zu wiederholen. Neues, noch nicht in Routinen manifestiertes Verhalten löst dagegen noch keinen Belohnungsmechanismus aus.

Damit die neuen Routinen für uns „attraktiv“ sind und den Belohnungsmechanismus auslösen, brauchen wir authentische, stimmige Ziele, die auf die eigenen Stärken, Wünsche und Träume einzahlen.

Was treibt mich an?

Mitentscheidend für den Erfolg einer Gründung ist deshalb auch die persönliche Motivation. Warum will ich gründen? Passt das zu mir und meiner Lebenssituation? Wie ist meine Haltung als Gründungspersönlichkeit? Erst

dann entwickelt sich ein Bewusstsein für das eigene Potenzial. Und es entwickelt sich der Mut und die Kraft, eigene Denk- und Handlungsmuster zu verändern und neue zu entwickeln.



Die notwendige Energie zur Veränderung entsteht nur dann, wenn die individuellen Antriebe und Zufriedenheitsfaktoren berücksichtigt werden. Das Modell zeigt sieben Dimensionen, aus denen Gründerinnen Energie und Durchhaltevermögen beziehen, sich auf Neues einzulassen und durchzuhalten.

Authentizität und Persönlichkeit:

So überzeugen Gründerinnen.

Mit dieser Energie kann das „Projekt Gründung“ stufenweise angegangen werden. Dabei wird die Person der Gründerin in den Mittelpunkt gestellt und unterstützt, eigene, behindernde Denkroutinen zu erkennen und durch neue zu ersetzen.



Die Gründerin entwickelt einen klaren Blick auf ihr Projekt und kann ein Unternehmen planen, das perfekt zu ihr, ihren Bedürfnissen und Antrieben passt. Dazu lernt sie, auch in schwierigen Situationen authentisch und klar zu handeln und den Fallstricken eigener oder gesellschaftlicher Denkroutinen zu entkommen. So entsteht eine individuelle, authentische Haltung, mit der der eigene Weg kraftvoll gegangen werden kann.



Tipps für weibliche Gründerinnen:

- Die eigenen Denkroutinen kritisch hinterfragen.
- Bei der Gründungs-Idee die eigenen Stärken, Kompetenzen, Interessen und Wertvorstellungen in den Mittelpunkt stellen.
- Die beruflichen und privaten Rahmenbedingungen einbeziehen.
- Authentisch bleiben und authentische Ziele entwickeln.
- Die eigenen Stärken kennen und lernen, diese bewusst einzusetzen, um mit schwierigen Situationen umzugehen und sichtbarer zu werden.
- Wissen und Werkzeuge nutzen, um Veränderung selbstbestimmt zu gestalten.



motus5

Schule für Veränderung

willkommen@motus5.de
www.motus5.de