

# Female Founders Monitor 2025



# Impressum

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

April 2025

## Herausgeber

Bertelsmann Stiftung  
Carl-Bertelsmann-Straße 256  
33311 Gütersloh  
Telefon +49 5241 81-0  
www.bertelsmann-stiftung.de

## Autor:innen

Dr. Alexander Hirschfeld  
Jannis Gilde  
Vanusch Walk  
Franziska Teubert  
Clara Stellbrink

## Verantwortlich

Julia Scheerer  
Dr. Jennifer Eschweiler

## Lektorat

Rudolf Jan Gajdacz, München

## Grafikdesign

Markus Diekmann, Bielefeld  
Nicole Meyerholz, Bielefeld

## Bildrechte

Titelbild: : © GoodStudio – shutterstock.com;  
farblich bearbeitet

Seite 5: Verena Pausder © Patricia Lukas  
Hannes Ametsreiter © Besim Mazhiqi

Seite 9: Zoe Fabian © Startup-Verband

Seite 14: Jeannette Fürstenberg © Nic Hunger

Seite 19: Kati Ernst © Katja Hentschel

Seite 22: Kristina Nicolaus © Julian Glaab

## Druck

Hans Gieselmann Druck und Medienhaus,  
Bielefeld

Der **Text** dieser Publikation ist lizenziert unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International (CC BY 4.0) Lizenz. Den vollständigen Lizenztext finden Sie unter: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.de>



Davon ausgenommen sind alle **Illustrationen, Fotos** und **Logos**, sie unterfallen nicht der oben genannten CC-Lizenz und dürfen nicht verwendet werden.

## Zitiervorschlag

Hirschfeld Alexander, Jannis Gilde, Vanusch Walk, Franziska Teubert und Clara Stellbrink (2025): Female Founders Monitor 2025. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

[DOI 10.11586/2025011](https://doi.org/10.11586/2025011)

# Female Founders Monitor 2025

# Inhalt

---

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>Kernergebnisse</b>	<b>6</b>
<b>Key findings</b>	<b>7</b>
<b>1   Geschlecht und Unternehmertum</b>	<b>8</b>
1.1   Ausgangspunkt der Studie	8
1.2   Typisch Startup-Unternehmen	8
1.3   Gründerinnen und Ökosystem im Fokus	9
<b>2   Trends und Entwicklungen</b>	<b>10</b>
2.1   Gründungsgeschehen nach Geschlecht	10
2.2   Motive und Interessen	11
2.3   Gendergap im Startup-Ökosystem	12
<b>3   Probleme und Herausforderungen</b>	<b>15</b>
3.1   Kultur und Unternehmertum	15
3.2   Die Struktur des Ökosystems	16
3.3   Vereinbarkeit als zentrale Hürde	18
<b>4   Potenziale und Chancen</b>	<b>20</b>
4.1   Startup-Dynamik befeuern	20
4.2   Wachstumschancen nutzen	21
4.3   Offenheit und Diversität stärken	21
<b>5   Mehr Gründerinnen für mehr Innovation</b>	<b>24</b>
<b>Quellen</b>	<b>25</b>

# Vorwort

---

Aktuell braucht Deutschland vor allem eins: mehr Innovation – und dafür braucht es mehr Startups. Mit frischen Ideen und unternehmerischem Drive, machen sie unsere Wirtschaft zukunftsfest und nutzen Chancen in neuen Feldern, wie der Künstlichen Intelligenz.

Daher müssen wir vor allem ein Thema entschlossen vorantreiben: Wir brauchen mehr Frauen, die gründen! Ihr Anteil unter Startup-Gründer:innen liegt bei nur 19 Prozent und ist im Vergleich zum Vorjahr sogar leicht zurückgegangen. Das verdeutlicht, wie strukturelle Hürden und tradierte Rollenbilder die Entwicklung ausbremsen. Wir wiederholen im Startup-Bereich dieselben Versäumnisse wie in unseren großen Konzernen, an deren Spitzen Frauen weiterhin massiv unterrepräsentiert sind.

Im diesjährigen Female Founders Monitor zeigen wir, wie tief der unternehmerische Gendergap gesellschaftlich verwurzelt ist. Männer sehen häufig schon im Studium Vision und Risikobereitschaft als ihre Stärken. Frauen dagegen entdecken meist erst im Rahmen ihres Berufs die Option Unternehmertum für sich. Das unterstreicht, welche große Aufgabe wir in der schulischen und universitären Bildung haben. Wenn wir es schaffen, früh durch die richtigen Akzente und Vorbilder mehr Frauen fürs Gründen zu begeistern, können wir in Deutschland ein wahnsinniges unternehmerisches Potenzial freisetzen.

Ein weiterer Ansatzpunkt liegt im Bereich Finanzierung: So hat sich die Zahl der VC-Investments in Startups mit mindestens einer Gründerin seit 2017 fast

verdoppelt, das investierte Kapital sogar fast vervierfacht. Frauen haben also in Sachen Wachstum und Skalierung einen großen Schritt nach vorne gemacht – entsprechend gibt es heute mehr erfolgreiche Gründerinnen, Investorinnen und damit auch Role-Models. Doch die Lücke zwischen Männern und Frauen beim Kapital ist weiterhin enorm groß. Im Ergebnis können noch immer viel zu wenige Gründerinnen ihre unternehmerischen Ambitionen verwirklichen.

Mehr Frauen für mehr Startups! Das ist die Message dieser Studie, hinter der wir gemeinsam als Partner stehen. Unternehmerische Bildung voranbringen, Vereinbarkeit stärken und den Kapitalzugang für Gründerinnen verbessern – das sind die zentralen Felder, in denen wir aktiv werden müssen.



Verena Pausder  
Vorstandsvorsitzende  
Startup-Verband



Dr. Hannes Ametsreiter  
Vorstandsvorsitzender  
Bertelsmann Stiftung

# Kernergebnisse

---

- 1. Erstmals sinkt der Gründerinnenanteil im deutschen Startup-Ökosystem:** Nachdem der Wert in den letzten fünf Jahren kontinuierlich gestiegen ist, liegt er aktuell bei 18,8 Prozent. Die Zurückhaltung im privaten Konsum trifft besonders Business-to-Consumer-Geschäftsmodelle (B2C), in denen Frauen stärker vertreten sind.
- 2. Der Gendergap zeichnet sich schon im Studium ab:** Während 60 Prozent der Studentinnen größeren Wert auf Arbeitsplatzsicherheit legen, sind dies unter Männern nur 32 Prozent. So können sich 40 Prozent der Studenten vorstellen, ein Unternehmen zu gründen oder in einem Startup zu arbeiten – unter Frauen nur 21 Prozent.
- 3. Frauen entdecken das Unternehmertum später:** 65 Prozent der Startup-Gründer haben bereits in der Jugend oder im Studium das Karriereziel Unternehmertum für sich entdeckt – bei den Gründerinnen 43 Prozent. Gesellschaftliche Prägungen und Rollenvorstellungen beeinflussen berufliche Entscheidungen also bereits früh.
- 4. Gründer sehen Gendergap seltener als Problem:** 87 Prozent der Gründerinnen sehen die Ungleichheit im Startup-Ökosystem als Problem, jedoch nur jeder zweite Gründer. Wenn Gründer aber in Mixed Teams arbeiten und mindestens eine Mitgründerin haben, steigt das Problembewusstsein auf 64 Prozent.
- 5. Bei Investments gibt es einen positiven Trend:** Die Zahl der Venture-Capital-Finanzierungen (VC) für Startups mit mindestens einer Gründerin hat sich seit 2017 fast verdoppelt – das investierte Kapital fast vervierfacht. Dennoch fließen immer noch 91 Prozent des Kapitals in reine Männerteams.
- 6. Vereinbarkeit und Vorbilder sind die wichtigsten Hebel:** Sowohl Frauen (81 Prozent) als auch Männer (60 Prozent) im Startup-Ökosystem sehen die Vereinbarkeit von Familie und Unternehmertum als entscheidenden Faktor für den Abbau des Gendergaps – darüber hinaus wird die Bedeutung von Role Models betont.

# Key findings

---

- 1. Share of female founders declines for the first time:** After five years of steady growth, the proportion of female founders in Germany's startup ecosystem has dropped to 18.8%. The downturn in consumer spending has hit business-to-consumer (B2C) startups particularly hard – a sector where women are more strongly represented.
- 2. Gender gap emerges early in higher education:** Career priorities diverge early: 60% of female students prioritize job security, compared with just 32% of male students. In addition, while 40% of male students consider launching a business or working in a startup, only 21% of female students do.
- 3. Women enter entrepreneurship later:** Men are more likely to see entrepreneurship as a career goal early on: 65% of male startup founders first set their sights on starting a business in their youth or during studies, compared with just 43% of female founders. Social norms and gender expectations clearly shape career choices from an early stage.
- 4. Male founders less likely to see gender disparities as a problem:** While 87% of female founders recognize gender inequality as an issue in the startup ecosystem, only half of male founders share that view. However, awareness rises to 64% among male founders who work in mixed-gender founding teams.
- 5. Investment trends show progress:** Since 2017, venture capital (VC) funding for startups with at least one female founder has nearly doubled, and total investment has almost quadrupled. Yet, all-male founding teams still receive 91% of VC funding.
- 6. Work-life balance and role models are key to closing the gap:** Both women (81%) and men (60%) in the startup ecosystem cite the compatibility of family and work as a critical factor in narrowing the gender gap. The presence of visible female role models is also seen as essential to fostering greater participation.

# 1 | Geschlecht und Unternehmertum

---

## 1.1 | Ausgangspunkt der Studie

In Zeiten wirtschaftlicher Stagnation braucht es Kräfte der Erneuerung: Genau das sind Startup-Unternehmen. Mit ihren innovativen Produkten und Geschäftsmodellen unterstützen sie die Transformation bestehender Branchen, erschließen neue Märkte und stärken damit die Wettbewerbsfähigkeit. Gerade in der aktuellen Phase, in der unsere Wirtschaft mit massiven Herausforderungen kämpft, sind Startups entscheidend, um neue Impulse zu setzen und wieder Dynamik zu entfalten.

Die Zukunftsfähigkeit eines Landes hängt daher entscheidend davon ab, das gesamte Potenzial an Gründer:innen zu mobilisieren. Vor diesem Hintergrund ist es alarmierend, dass Frauen im Startup-Ökosystem nach wie vor massiv unterrepräsentiert sind. Ihr Anteil unter den Startup-Gründenden liegt in Deutschland bei nur 19 Prozent und ist sogar leicht rückläufig. Hier wiederholt sich ein Problem, das wir aus der etablierten Wirtschaft nur allzu gut kennen: Die Vorstände und Aufsichtsräte der großen deutschen Unternehmen werden trotz der Bemühungen der letzten Jahre und eines langsamen Anstiegs des Frauenanteils weiter von Männern dominiert (AIBright 2024; Kohaut und Möller 2023).

Ziel des Female Founders Monitors ist es, Startup-Gründerinnen in Deutschland zu unterstützen und auf diese Weise die Offenheit, Diversität und Wettbewerbsfähigkeit des Standorts zu fördern. Auf Grundlage der Studienergebnisse wollen wir das Bewusstsein für das Thema schärfen und bestehende Herausforderungen klar benennen. Gleichzeitig geht

es aber auch darum, die enormen Möglichkeiten für Frauen im Startup-Bereich deutlich zu machen und zu zeigen, welche ökonomischen Wachstumschancen hier noch zu heben sind.

## 1.2 | Typisch Startup-Unternehmen

Startups sind in aller Munde, gleichzeitig bleibt oft unklar, was genau sich hinter dem Begriff verbirgt. Im Rahmen dieser Studie ist zentral, den Gegenstand zu Beginn klar zu definieren und gegenüber anderen Themen abzugrenzen. Denn nicht jede Gründung ist ein Startup und die Spezifika und Unterschiede sind entscheidend, um die wirtschaftliche Bedeutung des Sektors und die Herausforderungen, denen Frauen begegnen, zu erfassen.

Der allgemeine Begriff „Gründung“ umfasst jede Form der selbstständigen Tätigkeit, in einem engeren Sinne bezieht er sich jedoch auf junge Unternehmen. Startups stellen eine besondere Form dieser Jungunternehmen dar, die sich durch einen hohen Innovationsgrad und ein skalierbares Geschäftsmodell auszeichnen. Ein typischer Bereich, in dem Startups aktiv sind, ist der Software-as-a-Service-(SaaS-)Sektor. Analog zu großen Tech-Unternehmen wie Amazon, Microsoft oder Google bieten Startups hier digitale Lösungen: von Tools zu Weiterbildung über Streaming-Dienste bis hin zum Management von Maschinen und Industrieanlagen. Um die nötigen technischen Grundlagen zu schaffen, Strukturen aufzubauen und eine Brand zu etablieren, sind in der Anfangsphase oft große Investitionen erforderlich, die sich im Erfolgsfall durch eine schnelle Durchdringung des Marktes auszahlen.



Es sind also skalierbare Geschäftsmodelle und die damit verbundene Geschwindigkeit, die Startups auszeichnen und von „normalen“ Unternehmensgründungen unterscheiden. Entsprechend sind Gründungen im Startup-Bereich oft mit hohen Risiken verbunden und leben, neben der Idee, immer auch vom Mut und der Überzeugungskraft der Gründer:innen. Unsere Studie orientiert sich an diesem Startup-Verständnis, das ebenfalls Grundlage des Deutschen Startup Monitors 2024 ist (Hirschfeld et al. 2024b). Unter einem „Startup“ werden Unternehmen verstanden, die die drei folgenden Kriterien erfüllen – sie sind:

- jünger als zehn Jahre,
- mit ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell innovativ und
- haben beziehungsweise planen ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum.

### 1.3 | Gründerinnen und Ökosystem im Fokus

Der Female Founders Monitor rückt die Bedeutung, Herausforderungen und Potenziale von Gründerinnen in der deutschen Startup-Landschaft in den Blick. Die Studie schließt am bewährten Forschungsansatz an und setzt mit jeder Veröffentlichung neue Schwerpunkte. In diesem Jahr liegt ein Fokus auf grundlegenden gesellschaftlichen Faktoren und ihrem Einfluss auf die Gründungsneigung von Frauen. Zweiter Schwerpunkt ist das Thema Finanzierung und die Entwicklung von Investments in Gründerinnen.

Im Rahmen der Studie werden drei Ebenen in den Blick genommen: Gründerinnen, ihre Unternehmen und das Ökosystem. Auf Grundlage unterschiedlicher Datenquellen werden sowohl die Lebenswelt der Gründerinnen, wie Bildungshintergründe, Motive und Einstellungen, als auch relevante Merkmale ihrer Unternehmen, zum Beispiel Geschäftsmodelle und Finanzierungen, berücksichtigt. Diese Informationen werden systematisch zu Entwicklungen auf der Ebene des Startup-Ökosystems, etwa generellen Investmenttrends in Deutschland, in Beziehung gesetzt und auf diese Weise kontextualisiert und eingeordnet.

Die Studie basiert auf Daten des Deutschen Startup Monitors (DSM), der umfassendsten Untersuchung des deutschen Startup-Ökosystems (Hirschfeld et al. 2024b). Sein spezifischer Fokus auf Startups unterscheidet den DSM von anderen Veröffentlichungen, wie dem KfW-Gründungsmonitor (Metzger 2024) oder dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2025), die das breitere Feld der Existenzgründungen in den Blick nehmen. Die hohe Qualität des Datensatzes des DSM, der insgesamt 1.828 Antworten von Gründer:innen und C-Level beinhaltet, wird durch die Verbreitung der Befragung durch ausgewählte Multiplikatoren im Startup-Ökosystem und eine umfassende Datenbereinigung sichergestellt. Die Daten des DSM werden im Female Founders Monitor nach dem Geschlecht der Befragten und der Zusammensetzung der Gründungsteams ausgewertet, um Besonderheiten und Unterschiede herauszuarbeiten. Ergänzend werden zwei weitere Quellen genutzt: eine Umfrage zur Gründungsneigung unter Studierenden mit 1.006 Befragten sowie Finanzierungsdaten der Plattform Dealroom zur Analyse von Investments in Gründerinnen.



*Die Stärkung von Frauen im Startup-Bereich ist nicht nur eine Frage der Gerechtigkeit, sondern am Ende auch eine kluge strategische und politische Entscheidung. Wer sie trifft und die richtigen Maßnahmen ergreift, sorgt dafür, dass wir unser volles wirtschaftliches Potenzial ausschöpfen. Wir müssen Barrieren abbauen, die Frauen zurückhalten und ihnen die gleichen Chancen bieten – nur so können wir Innovationen in Deutschland auf das nächste Level heben.*



*Zoé Fabian-Frey, General Partner Noteus und Vorstand Startup-Verband*

## 2 | Trends und Entwicklungen

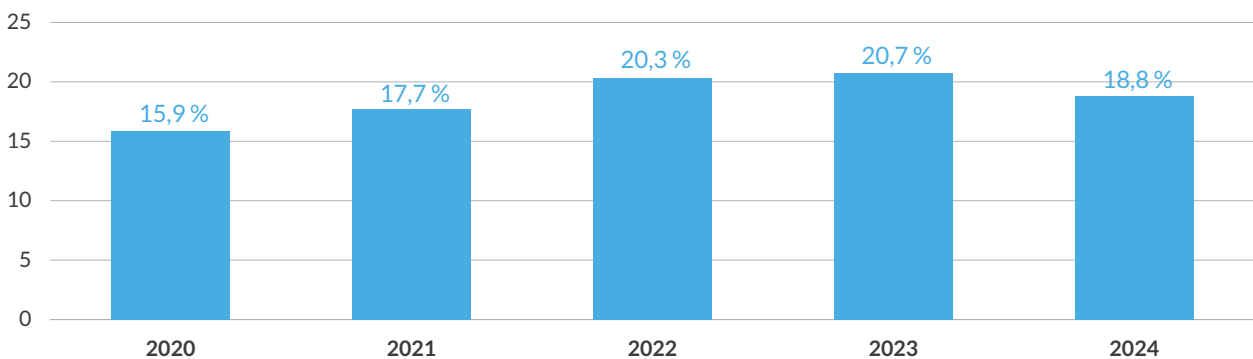
### 2.1 | Gründungsgeschehen nach Geschlecht

Wie eingangs erläutert, ist es wichtig, zwischen dem allgemeinen Gründungsgeschehen und Startups zu unterscheiden. Dies gilt insbesondere mit Blick auf geschlechterspezifische Besonderheiten und Entwicklungen. Denn während Frauen im Startup-Bereich stark unterrepräsentiert sind, sieht es bei Existenzgründungen anders aus: Zuletzt gingen 2023 44 Prozent der Existenzgründungen auf Frauen zurück und dieser Anteil ist über die Jahre relativ stabil (Metzger 2024). Das zeigt, dass die häufig vorgebrachte Erklärung, dass sich Frauen per se seltener selbstständige und unternehmerische Tätigkeiten zutrauen, zu kurz greift. Man muss beim Thema Startups also genauer hinschauen und nach den spezifischen Hürden und Herausforderungen fragen.

Der Anteil von Gründerinnen im Startup-Sektor liegt aktuell bei nur 18,8 Prozent und ist im Vergleich zum Vorjahr sogar leicht rückläufig (Abbildung 1). Auch wenn langfristig eine Steigerung zu erkennen ist, verharrt der Wert insgesamt auf einem niedrigen Niveau. Diese massive Schieflage ist kein rein deutsches Problem, sondern zeigt sich auch international: Weltweit liegt der Gründerinnenanteil im Bereich der 20 Prozent. Zugleich weisen Nordamerika und Asien einen geringfügig höheren Anteil auf als das europäische Ökosystem (Startup Genome 2023).

Neben dem insgesamt geringen Anteil an Startup-Gründerinnen ist der diesjährige Rückgang um zwei Prozentpunkte überraschend – insbesondere vor dem Hintergrund der moderaten Steigerung in den Vorjahren. Gleichzeitig hatten es in den letzten beiden Jahren Business-to-Consumer-(B2C-)Geschäftsmodelle

ABBILDUNG 1 | Gründerinnenanteil im deutschen Startup-Ökosystem



Quelle: Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

und insbesondere die Bereiche Food und Fashion, in denen häufig Frauen gründen, im Kontext der Zurückhaltung im privaten Konsum besonders schwer. Entsprechend stehen Gründerinnen hier vor besonderen Herausforderungen. Der damit verbundene Rückgang und der generell niedrige Anteil an Frauen tragen auch dazu bei, dass die Zahl neuer Startups in den letzten Jahren stagnierte. Eine deutliche Steigerung im Bereich der Gründerinnen ist daher ein zentraler Hebel für mehr Startups in Deutschland.

## 2.2 | Motive und Interessen

Doch warum gründen so wenig Frauen ein Startup? Woran liegt es, dass sich daran in den letzten Jahren so wenig getan hat? Welche Rolle spielen unterschiedliche Interessen und Motive sowie damit verbundene gesellschaftliche Strukturen und geschlechtsspezifische Rollenbilder? Um hier den Einfluss relevanter Aspekte bereits vor der Gründung zu identifizieren, wurde für den diesjährigen Female Founders Monitor eine Umfrage unter Studierenden durchgeführt, die sich auf deren berufliche Motive und Ziele konzentriert. Denn der Anteil der Startup-Gründer:innen mit Hochschulabschluss liegt bei 87 Prozent (Hirschfeld et al. 2024b) – Studierende sind

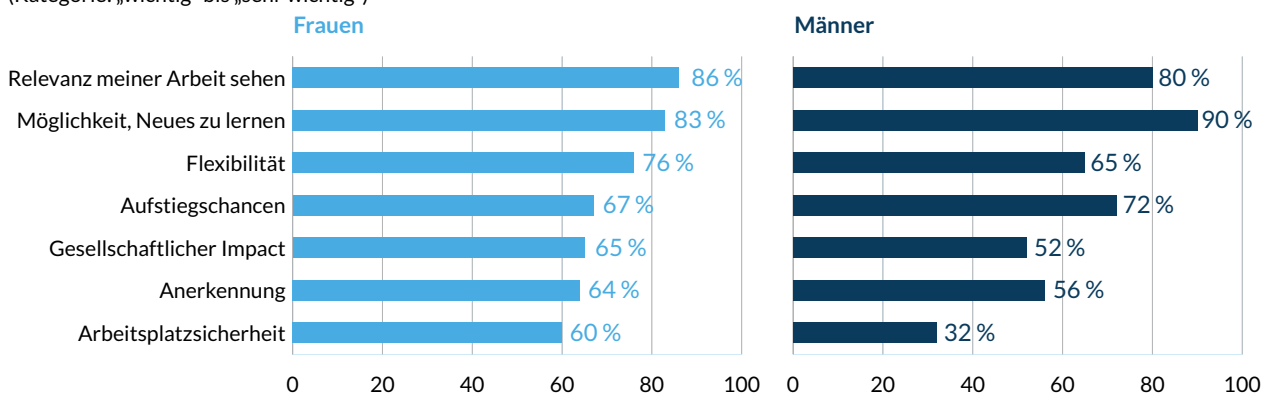
damit die zentrale Gruppe mit Blick auf zukünftige Gründer:innen.

Fragt man hier nach der Job-Motivation, springt vor allem ein Aspekt ins Auge: Das Thema Arbeitsplatzsicherheit wird von 60 Prozent der Studentinnen und nur von 32 Prozent der Studenten als wichtig bewertet (Abbildung 2). Das ist ein Hinweis auf die Wirkung gesellschaftlicher Strukturen und ihren geschlechtsspezifischen Einfluss auf Risikobewusstsein und Unternehmertum. Gleichzeitig ist erkennbar, dass sich Frauen bei den Dimensionen Flexibilität und gesellschaftlicher Impact stärker positionieren – beides Aspekte, die im Startup-Sektor eine wichtige Rolle spielen. So weist der Social Entrepreneurship Monitor einen hohen Anteil von Gründerinnen im Impact-Bereich auf (Kiefl et al. 2024). Gerade vor dem Hintergrund der großen Herausforderungen in Bereichen wie dem Bildungs- und Sozialsystem können Gründungen ein wichtiger Faktor sein. Um entsprechende Wirkung zu entfalten, geht es aber auch in diesem Feld darum, Skalierungsfähigkeit und Wachstum in den Fokus zu rücken.

Im Zusammenhang mit den beruflichen Motiven lohnt auch ein Blick auf die Studienabschlüsse der Gründer:innen. Eine gängige Erklärung für den gerin-

ABBILDUNG 2 | Motivation von Studierenden für den zukünftigen Job

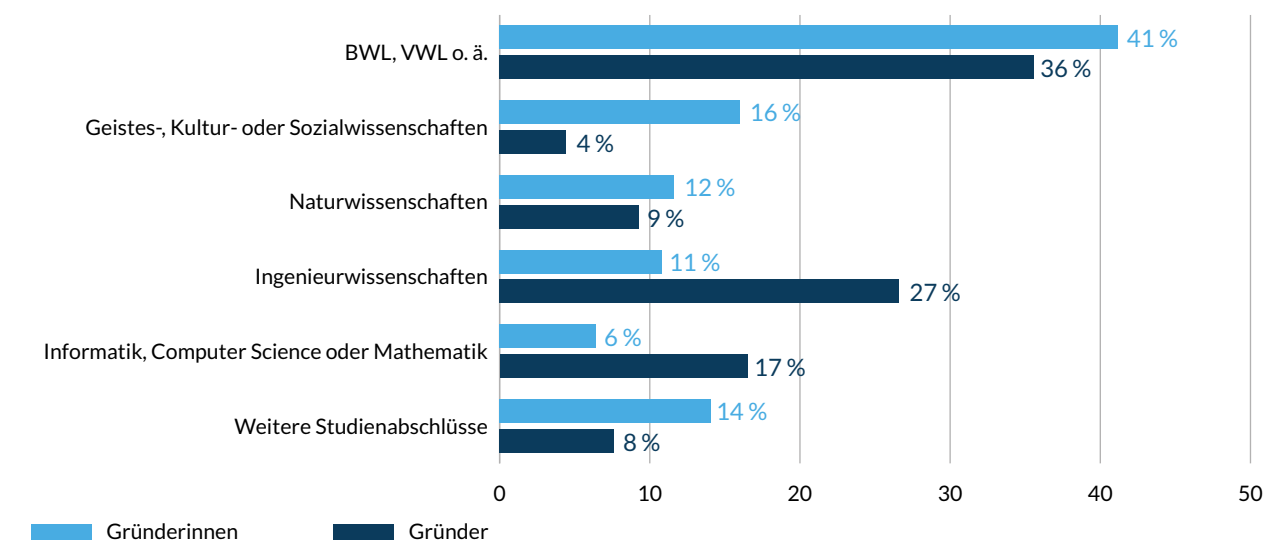
Wie wichtig sind dir die folgenden Aspekte in Bezug auf die Motivation bei deiner zukünftigen Arbeit?  
(Kategorie: „wichtig“ bis „sehr wichtig“)



Quelle: Studierendenbefragung

| BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 3 | Studienhintergründe der Gründer:innen



Quelle: Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

gen Anteil an Startup-Gründerinnen ist ihre schwächere Repräsentation im MINT-Bereich. Auch wenn dieser Zusammenhang eine Rolle spielt, muss man genau differenzieren: Die Wirtschaftswissenschaften stellen den größten Anteil deutscher Gründer:innen, unter den Frauen ist dieser Wert mit 41 Prozent sogar etwas höher als bei den Männern (Abbildung 3). Ähnliches ist im Feld der Naturwissenschaften erkennbar – 12 Prozent der Gründerinnen haben hier ihren Hintergrund gegenüber 9 Prozent der Gründer. Eine klare Schiefelage zeigt sich jedoch in den Bereichen Ingenieurwissenschaften und Informatik: Nur 17 Prozent der Gründerinnen haben einen Studienabschluss in diesen Fächern gegenüber 44 Prozent der Gründer. Da dieser Unterschied auch die generelle Verteilung in den Studiengängen widerspiegelt, geht es hier neben der Sensibilisierung für das Thema Gründung vor allem auch darum, mehr Frauen für die Ingenieurwissenschaften und Informatik zu begeistern.

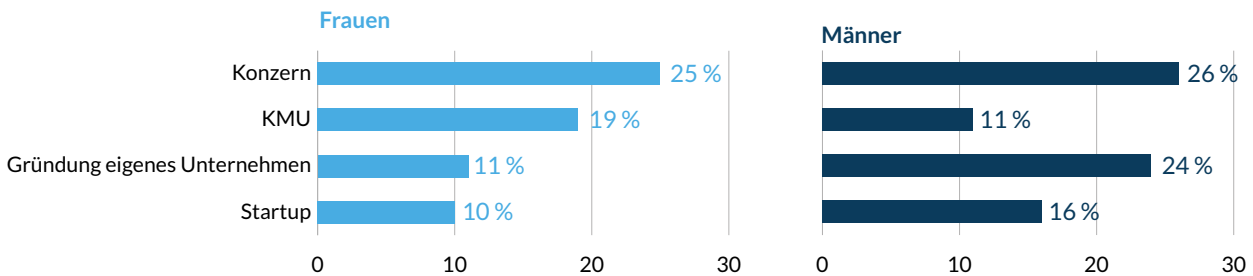
## 2.3 | Gendergap im Startup-Ökosystem

Neben der Motivation wurden auch die konkreten beruflichen Zukunftspläne der Studierenden erfasst. Bei der Interpretation der absoluten Zahlen ist eine gewisse Zurückhaltung geboten, da die Befragung mit ihrem Fokus auf Unternehmertum tendenziell eine stärker am Thema interessierte Zielgruppe erreichte. Gleichzeitig sind hier valide und interessante geschlechtsspezifische Unterschiede erkennbar: So geben 11 Prozent der befragten Studentinnen an, dass sie nach dem Studium gerne ein Unternehmen gründen würden – bei den Studenten sind es 24 Prozent (Abbildung 4). Auch die Arbeit in einem Startup ist für Studentinnen insgesamt seltener attraktiv.

Einerseits bestätigen sich hier die Tendenzen der beruflichen Motivation: Die zentrale Bedeutung der Arbeitsplatzsicherheit sorgt für eine gewisse Zurückhaltung, was die Präferenz für die Arbeit in Startups und die Gründungsneigung angeht. Spiegelbildlich dazu streben Studentinnen häufiger eine Karriere in Konzernen sowie kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) an. Trotz dieser Unterschiede ist der An-

## ABBILDUNG 4 | Angestrebter Karrierepfad nach Studienende

Dargestellt werden alle Karrierepfade, die mindestens zehn Prozent der Befragten anstreben.



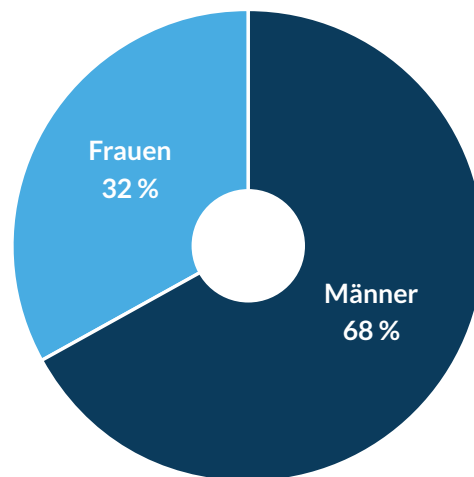
Quelle: Studierendenbefragung

| BertelsmannStiftung

teil gründungsinteressierter Studentinnen wesentlich höher als der an Startup-Gründerinnen: Auf alle gründungsinteressierten Studierenden hochgerechnet beträgt der Frauenanteil 32 Prozent – dem stehen nur 19 Prozent Startup-Gründerinnen gegenüber (Abbildung 5). Die Ursachen dafür, dass von der beruflichen Zielsetzung im Studium bis zur Gründung weitere Frauen verloren gehen, ist vielschichtig: Einen großen Einfluss hat das Thema Vereinbarkeit, das im weiteren Verlauf noch genauer beleuchtet wird – daneben spielen sicherlich auch unterschiedliche berufliche Laufbahnen und Karrierewege vor der Gründung eine Rolle.

Der Gendergap beim Thema Startup-Gründung zeigt sich also bereits für Studierende in hohem Maß, verschärft sich jedoch noch einmal beim Schritt zur Gründung (Abbildung 6). Im weiteren Verlauf der Unternehmensentwicklung spitzt sich der Gendergap weiter zu, was sich anhand der Investmentdaten veranschaulichen lässt: So stehen den 19 Prozent Startup-Gründerinnen in Deutschland aktuell nur 15 Prozent der Finanzierungsrunden und 9 Prozent des Investmentvolumens für Teams mit mindestens einer Gründerin gegenüber – Details dazu dann in Kapitel 4.2. In diesem Kontext wird außerdem erkennbar, wie wichtig gemischte Teams für die Stärkung von Gründerinnen im Bereich Wagniskapital sind, denn sie sammeln wesentlich häufiger und deutlich mehr Geld ein als Frauentams.

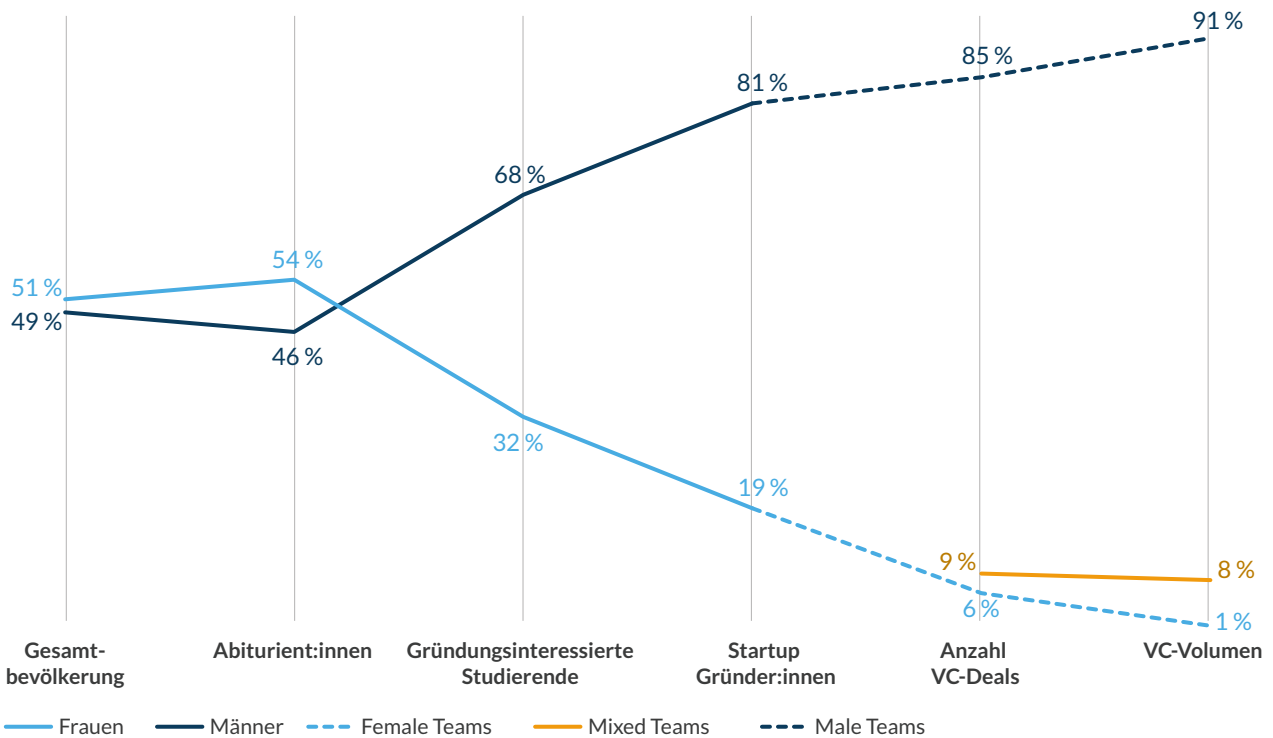
## ABBILDUNG 5 | Geschlechterverteilung unter allen gründungsinteressierten Studierenden



Quelle: Studierendenbefragung

| BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 6 | Gendergap im Startup-Ökosystem



Quelle: Statistisches Bundesamt (1&2), Studierendenbefragung (3), Deutscher Startup Monitor (4) & Dealroom (5&6)

| BertelsmannStiftung



*Damit mehr Gründerinnen in der Startup-Welt erfolgreich sind, muss sich auch der Investmentsektor weiterentwickeln. In unserer Branche herrscht oft die Annahme völliger Objektivität, doch Netzwerke, gewachsene Strukturen und unbewusste Denkmuster beeinflussen Entscheidungen stärker, als wir denken. Gezielte Maßnahmen – von diverseren Investmentteams bis hin zu strukturierten Entscheidungsprozessen – können dabei nicht nur das Startup-Ökosystem stärken, sondern auch langfristiges Wachstum und Innovation fördern. Entscheidend ist, dass wir aktiv an einem Wandel arbeiten, damit Kapital dort ankommt, wo es das größte Potenzial entfalten kann.*



*Jeannette zu Fürstenberg, Managing Director und Head of Europe General Catalyst*

# 3 | Probleme und Herausforderungen

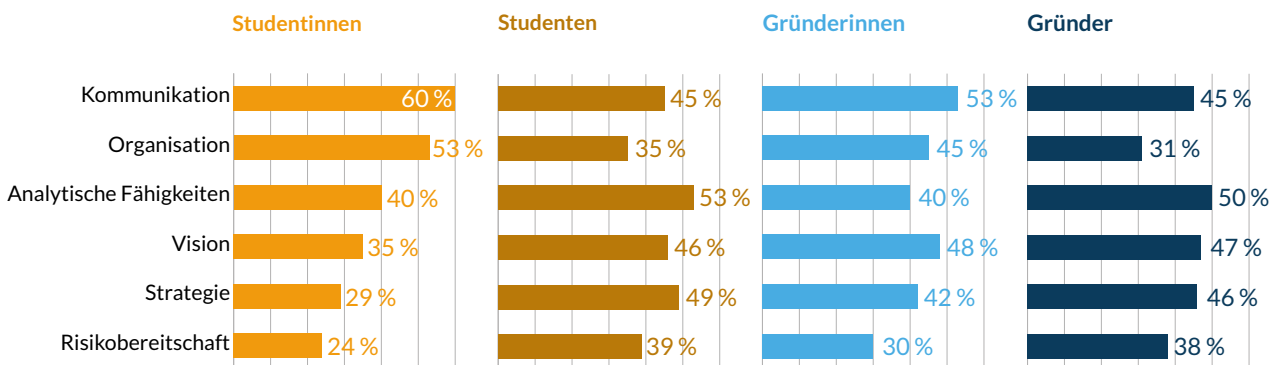
## 3.1 | Kultur und Unternehmertum

Startups betreten oft Neuland – die Produkte und Geschäftsmodelle sind vielversprechend, aber auch mit besonderen Risiken verbunden. Daher braucht es aufseiten der Gründer:innen Mut und ein ausgeprägtes unternehmerisches Mindset. Im Startup-Bereich spielt daher die Überzeugungskraft der Gründer:innen eine entscheidende Rolle, vor allem gegenüber Investor:innen. Es handelt sich hier nicht nur um erlernbare Skills, sondern auch um grundlegende Persönlichkeitsmerkmale, die stark durch Sozialisation und gesellschaftliche Zuschreibung geprägt sind (Hirschfeld et al. 2024b).

Die Wirkung gesellschaftlicher und kultureller Faktoren belegen auch die Daten unserer Studierendenbefragung. Gefragt nach den eigenen Stärken heben Studentinnen zwei „typisch weibliche“ Eigenschaften hervor: die der Kommunikation und der Organisation (Abbildung 7). Ihre männlichen Kommilitonen positionieren sich dagegen selbstbewusst als unternehmerische Prototypen mit ausgeprägten analytischen Fähigkeiten, Visionskraft, strategischem Mindset und hoher Risikobereitschaft. Auf die gleiche Frage im Deutschen Startup Monitor gaben Gründer:innen und Gründer ähnliche Antworten, jedoch sind die Differenzen weniger groß. Denn im Vergleich zu den Studentinnen sind unter den Gründerinnen die Werte für Vision, Strategie und Risikobereitschaft deutlich höher.

ABBILDUNG 7 | Persönliche Stärken im Vergleich

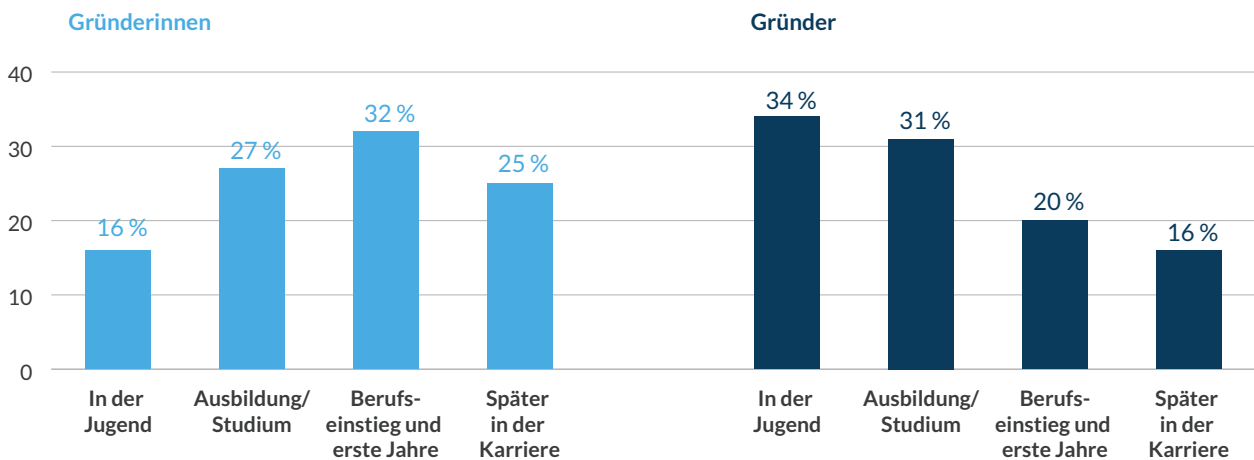
Dargestellt sind alle Eigenschaften mit Differenzen von mind. 10 Prozentpunkten zwischen Frauen und Männern unter den Studierenden.



Quelle: Studierendenbefragung & Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 8 | Entstehung Gründungswunsch



Quelle: Deutscher Startup Monitor

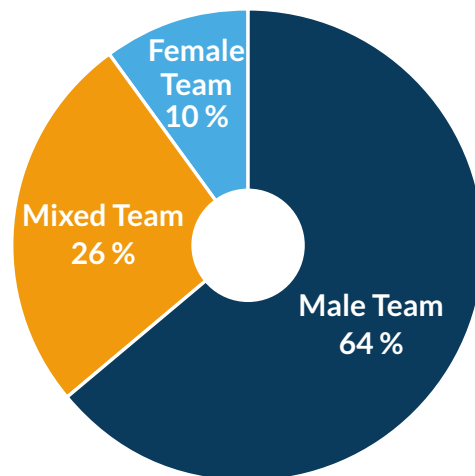
| BertelsmannStiftung

Die Ergebnisse unterstreichen, wie tief verankert Stereotypen sind und damit zusammenhängend wie stark tradierte Rollenbilder die Selbstzuschreibung auch heute noch unter Studierenden prägen und so einen Einfluss auf die Gründungsneigung von Frauen haben. Der Anstieg relevanter unternehmerischer Einstellungen zwischen Studentinnen und Gründerinnen deutet auf ein Zusammenspiel von Selbstselektion und Veränderung des Mindsets im Rahmen der beruflichen Entwicklung hin. Weitere Ergebnisse stärken die zweite Interpretation: Gefragt, wann sie das erste Mal drüber nachgedacht haben, ein Unternehmen aufzubauen, antwortet weit mehr als die Hälfte der Gründerinnen, dass das erst nach dem Berufseinstieg relevant wurde. Bei Männern zeigt sich das entgegengesetzte Bild: 65 Prozent geben an, bereits in der Jugend oder spätestens mit dem Studium die Startup-Gründung als berufliches Ziel für sich entdeckt zu haben (Abbildung 8).

### 3.2 | Die Struktur des Ökosystems

Männliche Gründungsteams dominieren weiterhin die Startup-Landschaft in Deutschland: Nur jedes zehnte Startup wird ausschließlich von Frauen gegründet und 26 Prozent der Gründungsteams sind gemischt be-

ABBILDUNG 9 | Teamzusammensetzung



Quelle: Deutscher Startup Monitor

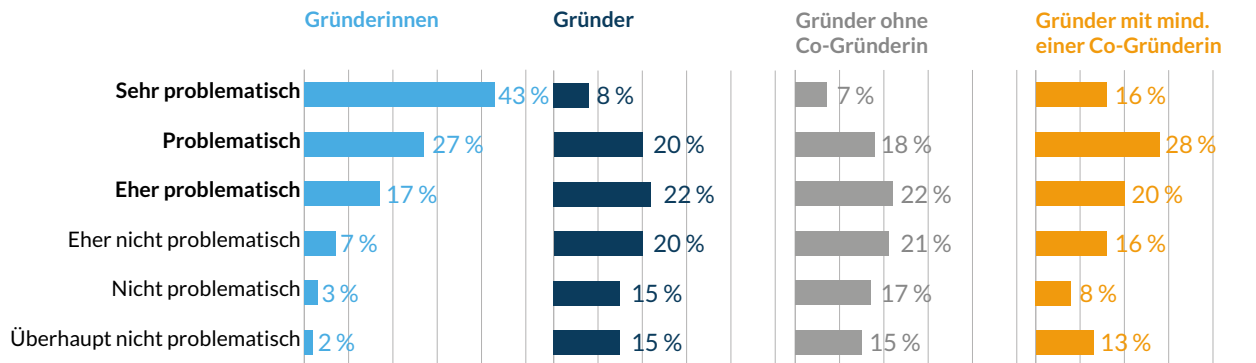
| BertelsmannStiftung

setzt (Abbildung 9). Der hohe Anteil rein männlicher Teams ergibt sich zwangsläufig aus der noch geringen Zahl an Startup-Gründerinnen. Er hat auch den Effekt, dass sich sowohl im Startup- als auch im Investment-Sektor homogene Netzwerke etablieren, die Frauen die Gründung und erfolgreiche Finanzierung zusätzlich erschweren. Hier wirkt der sogenannte „similarity bias“, also die Tendenz, dass man mit Blick auf poten-



## ABBILDUNG 10 | Problembewusstsein Gendergap

Aktuell gründen deutlich mehr Männer (80 %) als Frauen (20 %) in Deutschland ein Startup. Wie findest du das?



Quelle: Deutscher Startup Monitor

BertelsmannStiftung

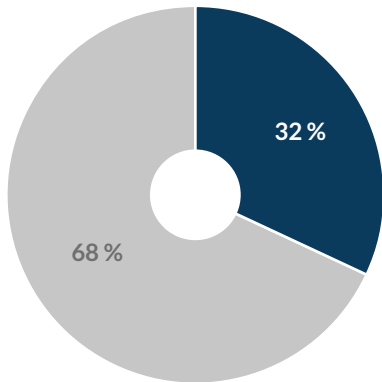
zielle Investments oder Mitgründer:innen nach Ähnlichkeiten sucht und damit Frauen häufig den Kürzeren ziehen (Kanze et al. 2017; Hassan, Varadan und Zeisberger 2020).

Neben dem „similarity bias“ weisen unsere Daten auf ein weiteres Problem hin: Die Wahrnehmung und Bewertung des Gendergaps ist zwischen den Geschlechtern sehr unterschiedlich. Während 87 Prozent der Gründerinnen die Schieflage zwischen Männern und Frauen als Problem im Ökosystem bewerten, teilen nur 50 Prozent der Männer diese Einschätzung (Abbildung 10). Bei den klaren Positionierungen zum Thema, also der Einschätzung des Gendergap als „sehr problematisch“, ist die Differenz sogar noch größer. Hier besteht also die Gefahr, dass sich Positionen verhärten und bei Stagnation oder Rückgang des Frauenanteils sogar wieder verstärken.

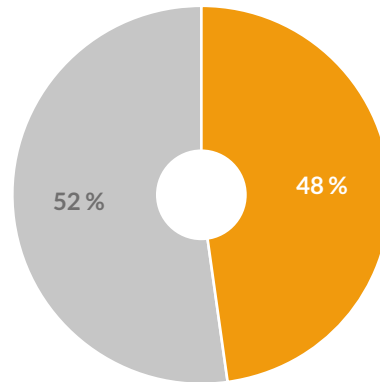
Gleichzeitig zeigt eine differenzierte Auswertung auch, dass und vor allem wie sich hier etwas ändern kann: Während nur 47 Prozent der Gründer in reinen Männerteams den Gendergap als Problem wahrnehmen, steigt der Wert in Mixed Teams auf 64 Prozent (Abbildung 10). Die Stärkung gemischter Gründungsteams ist also ein wichtiges Einfallstor für eine Steigerung der Sensibilität für das Problem. Studien zeigen zudem, dass die Geschlechterverteilung im Gründungsteam direkten Einfluss auf die Teamzusammensetzung im Unternehmen hat (Kauffman Fellows 2019), etwas, das auch in unseren Daten klar erkennbar ist (Abbildung 11).

ABBILDUNG 11 | Frauenanteil unter Mitarbeitenden

Startups mit mind. fünf Mitarbeitenden  
Male Teams



Gründungsteams mit mind. einer Frau



Quelle: Deutscher Startup Monitor

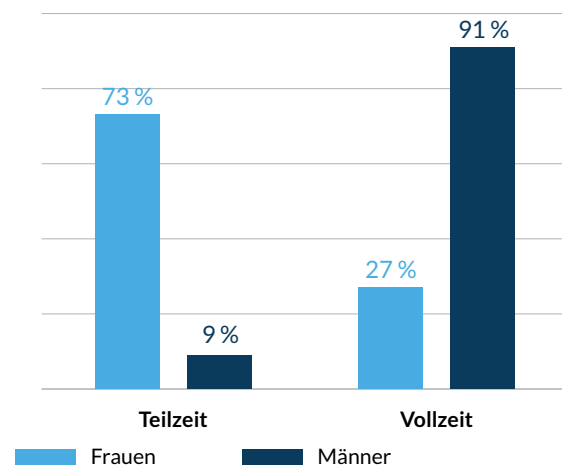
BertelsmannStiftung

### 3.3 | Vereinbarkeit als zentrale Hürde

Stereotypische Startup-Gründer:innen sind jung, haben vielleicht sogar ihr Studium abgebrochen und mit Anfang zwanzig ein Unternehmen aufgebaut. Zwar gibt es diese Beispiele wie Mark Zuckerberg als besonders erfolgreichen Fall, doch sie sind eher die Ausnahme als die Regel. Tatsächlich liegt das Durchschnittsalter von Startup-Gründerinnen aktuell bei 38 Jahren. 34 Prozent starten ihr Unternehmen im Alter zwischen 35 und 45, 39 Prozent zwischen 25 und 35 und lediglich 5 Prozent gründen vor ihrem 25. Lebensjahr. Die Gründungsphase fällt zeitlich also häufig mit der Familienplanung zusammen, was zu besonderen Herausforderungen hinsichtlich der Vereinbarkeit führt.

In Deutschland sind es nach wie vor meist die Frauen, die für die Familie beruflich zurückstecken. So arbeiten unter erwerbstätigen Frauen im Alter zwischen 20 und 49 mit Kindern unter sechs Jahren 73 Prozent in Teilzeit und nur 27 Prozent in Vollzeit – die gleiche Gruppe der Männer arbeitet dagegen mit einem Anteil von 91 Prozent fast ausschließlich in Vollzeit (Abbildung 12). Das macht das Thema Vereinbarkeit zu einer der größten Gründungshürden für Frauen.

ABBILDUNG 12 | Erwerbstätigkeit im Alter von 20 bis 49 Jahren mit Kindern unter 6 Jahren nach Geschlecht



Quelle: Statistisches Bundesamt

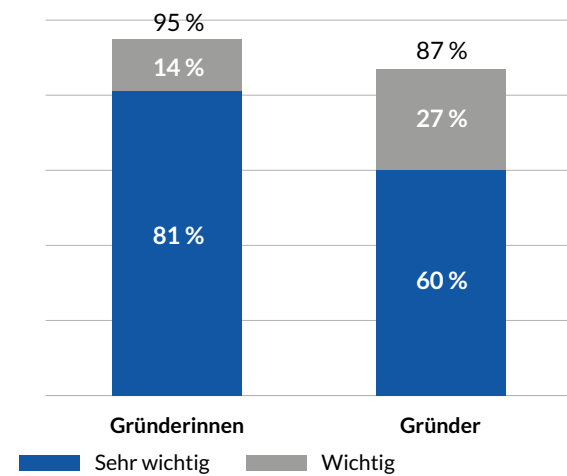
BertelsmannStiftung

Auch Gründerinnen übernehmen mehr Verantwortung bei der Care Arbeit und sind familiär stärker gefordert als Gründer. In einer früheren Studie konnten wir zeigen, dass Gründerinnen mit Kindern im Mittel signifikant weniger Arbeitszeit für ihr Startup zur Verfügung steht als Gründerinnen ohne Kind, wäh-

rend unter Männern zwischen diesen beiden Gruppen keine wesentliche Differenz erkennbar ist (Hirschfeld et al. 2019).

Trotz dieser geschlechtsspezifischen Unterschiede ist auffällig, dass sich Männer und Frauen im Start-up-Sektor einig darin sind, dass die Stärkung der Vereinbarkeit der zentrale Hebel ist, um den Anteil der Gründerinnen zu steigern. Die Vereinbarkeit von Familie und Unternehmertum wird also von Frauen und Männern gleichermaßen als Herausforderung und wichtiges politisches Handlungsfeld gesehen (Abbildung 13). Ähnlich wie im Falle der Mixed Teams ist hier erkennbar, wie die persönliche Auseinandersetzung die Sensibilität und Problemwahrnehmung erhöht. Das macht die Vereinbarkeit zu einem zentralen Ankerpunkt, um das Thema weiter voranzubringen.

ABBILDUNG 13 | Stärkung Vereinbarkeit als Ziel



Quelle: Deutscher Startup Monitor | BertelsmannStiftung



*Es ist alarmierend, dass der Anteil an Gründerinnen nach dem langsamen Anstieg der letzten Jahre nun sogar zurückgeht. Die Sichtbarkeit und Sensibilität für das Thema sind zwar gestiegen, doch die aktuellen Entwicklungen zeigen, dass grundlegende strukturelle Veränderungen nötig sind. Ganz vorne sehe ich hier das Thema Vereinbarkeit: Wir müssen Strukturen schaffen, die Care-Arbeit gleich verteilen, Gründerinnen finanziell entlasten und so dafür sorgen, dass sie ihre Karriere in entscheidenden Phasen stärker in den Fokus rücken können.*



*Dr. Kati Ernst, Gründerin ooia & Lifestyle of Longevity und Vorstand Startup-Verband*

# 4 | Potenziale und Chancen

## 4.1 | Startup-Dynamik befeuern

Mehr Startups, mehr Geld – im Ökosystem kannte man lange nur eine Richtung: die nach oben. Selbst die Coronakrise schien Startups nur kurzzeitig zu hemmen. Nach dem Rückgang der Investitionen im Jahr 2020 wurden 2021 alle Finanzierungsrekorde gebrochen. In den letzten drei Jahren hat sich jedoch im Zuge der Zinswende, politischer Konflikte und einer schwachen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung vieles verändert und die Krise ist auch im Startup-Sektor angekommen. In diesem Kontext stellt sich die bereits eingangs formulierte Frage, wie man mehr Menschen in Deutschland zum Gründen bewegen kann, umso dringlicher.

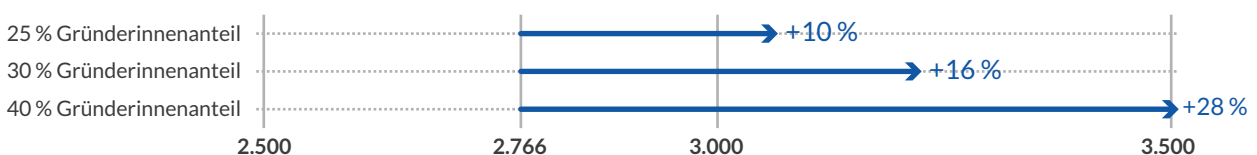
Hinzu kommt, dass wir in Deutschland mit der aktuellen wirtschaftlichen Transformation vor besonderen Herausforderungen stehen: Erstens muss die bestehende Industrie durch Innovation zukunftsfest gemacht werden. Das gilt im Besonderen für den Automotive-Sektor, in dem Digitalisierung und E-Mobilität zu einer echten Disruption führen, eine Phase, in der

Startups und ihre Innovationen eine tragende Rolle spielen (Gilde et al. 2023). Zweitens muss es Deutschland schaffen, Startups zu international wettbewerbsfähigen Unternehmen zu entwickeln und so die Mittelständler und Konzerne von morgen aufzubauen. Für beide Ziele braucht es vor allem eins: mehr Startups. Und um das zu erreichen, gilt es, in Sachen Talente aus dem Vollen zu schöpfen und deutlich mehr Frauen für das Gründen und die Arbeit in Startups zu begeistern.

In diesem Zusammenhang lohnt es sich, das vorhandene Potenzial durch mehr Geschlechterdiversität einmal zu beziffern. Dazu wurde in der folgenden Abbildung (Abbildung 14) die Zahl der Startup-Neugründungen im Jahr 2024 mit drei Zielmarken zur Steigerung des Frauenanteils in Beziehung gesetzt: Ein Anstieg von aktuell 19 Prozent auf 30 Prozent würde die Zahl an jährlichen Startup-Neugründungen von zuletzt 2.766 um 16 Prozent auf mehr als 3.200 Unternehmen steigern. Dieses Ziel formuliert auch die Innovationsagenda des Startup-Verbands und unterlegt es mit entsprechenden Maßnahmen (Startup-Verband

ABBILDUNG 14 | Veränderungen der jährlichen Startup-Neugründungen bei Erhöhung des Gründerinnenanteils von 2024 auf 2030

Hochrechnung der Zahl der Startup-Neugründungen bei Anstieg des Gründerinnenanteils bei gleichbleibender Zahl der Gründer



Quelle: Next Generation Report & Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

2024): Hierzu gehören beispielsweise die Berücksichtigung selbstständiger Frauen beim Mutterschutz oder auch mehr Vorbilder im Bildungssystem.

## 4.2 | Wachstumschancen nutzen

Im Rahmen der Debatte um mehr Gründerinnen wird gerne darauf verwiesen, dass Frauen anders gründen als Männer. In früheren Studien haben wir diese Besonderheiten immer wieder im Detail dargestellt: häufiger B2C, mehr Impact und eine weniger starke Ausrichtung an Wachstum und Skalierung. Dass es im Startup-Ökosystem diverse Formen der Gründung gibt, die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Mehrwert unterschiedlich stark gewichten, ist wichtig und richtig. Gleichzeitig sind die Themen Wachstum und Skalierung mit Blick auf die grundlegende wirtschaftliche Entwicklung und Stärkung von Frauen an der Spitze der Wirtschaft besonders relevant.

Aus diesem Grund konzentrieren wir uns hier gezielt auf die Wachstumsambitionen von Gründer:innen und machen uns dabei die lange Datenreihe des Deutschen Startup Monitors zunutze. Zwischen 2020 und 2023 wurde jedes Jahr die Exit-Ambition von

Gründer:innen erfasst. Männer zeichnen sich über alle Jahre hinweg durch höhere Werte aus, aber der der Frauen ist von 42 Prozent in 2020 auf 62 Prozent in 2023 deutlich angestiegen (Abbildung 15). Immer mehr Gründerinnen wollen also mit ihrem Unternehmen etwas Großes schaffen.

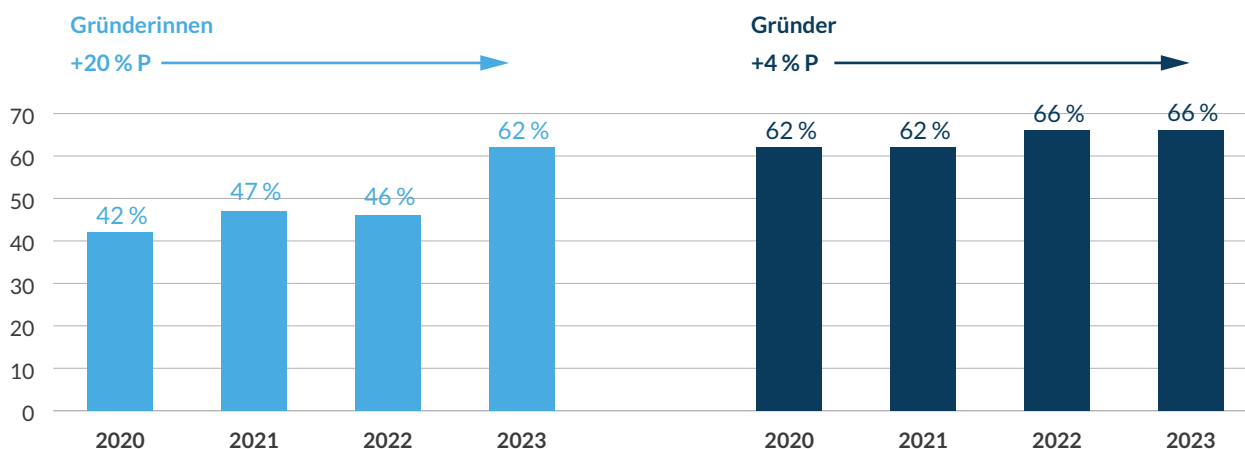
Neben diesen Wachstumsambitionen haben wir einen Blick auf die realisierten Investitionen und Finanzierungsvolumen geworfen. Auch wenn hier im Zeitverlauf gewisse Schwankungen zu beobachten sind, zeigt sich insgesamt doch eine klare Tendenz nach oben. Die Anzahl an VC-Finanzierungen von Female und Mixed Teams hat sich in Deutschland zwischen 2017 und 2024 fast verdoppelt und das Kapitalvolumen mehr als fast vervierfacht (Abbildung 16). Auch die Anteile sind angestiegen, vor dem Hintergrund des klaren Aufwärtstrends beim Wagniskapital insgesamt jedoch moderater.

## 4.3 | Offenheit und Diversität stärken

Im Bereich Wagniskapitalfinanzierung holen Frauen langfristig auf – eine Entwicklung, die sicherlich auch mit der steigenden Relevanz des Themas und der

ABBILDUNG 15 | Exit-Ambition

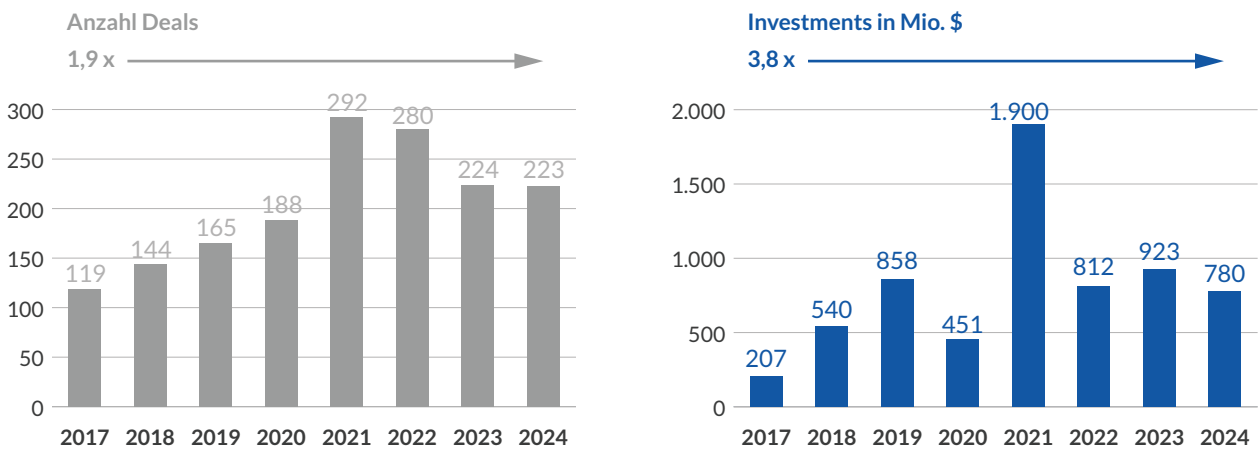
Anteil der Gründer:innen, die mit ihrem Startup einen Exit erreichen möchten



Quelle: Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 16 | Investments in Mixed und Female Teams in Deutschland



Quelle: Dealroom

| BertelsmannStiftung

Sichtbarkeit von immer mehr Role Models zusammenhängt. Dennoch bleibt der nach wie vor enorme Gendergap im Investmentsektor bestehen und darf nicht ignoriert werden. Eine exemplarische Gegenüberstellung von männlichen und weiblichen Gründungsteams zeigt zwar ein gleich hohes Ambitionsniveau bei Business-Angel-Finanzierungen, doch Frauenteam setzen diese bisher deutlich seltener erfolgreich um (Abbildung 17). Hier gibt es noch viel zu tun, denn insbesondere Business Angels spielen als erste Wachstumsimpulse und aufgrund ihrer unternehmerischen Erfahrung sowie ihres Netzwerks eine Schlüsselrolle.

Was kann also getan werden, um Gründerinnen in Deutschland weiter zu stärken? Bevor wir diese Frage vor dem Hintergrund der Studienergebnisse umfassend bewerten, richten wir den Blick auf die Einschätzungen der Gründer:innen selbst. Die Vereinbarkeit von Familie und Unternehmertum steht bei den Prioritäten an erster Stelle – ein Thema, das bereits ausführlich diskutiert wurde. Ebenso erhält das Thema Vorbilder enormen Zuspruch, vor allem von Gründerinnen. Es zeigt sich, dass Role Models weiterhin eine große Bedeutung haben und keineswegs an Relevanz verlieren. Vielmehr bleiben sie aus Sicht der Gründerinnen das zentrale Mittel, um die Motivation und den Mut zur Gründung zu stärken.

Anders sieht es bei „Netzwerken und Initiativen speziell für Frauen“ aus: Selbst unter Gründerinnen halten nur 32 Prozent diese für „sehr wichtig“ (Abbildung 18). Das bedeutet nicht, dass sie diese Form der Unterstützung ablehnen, aber es deutet darauf hin,

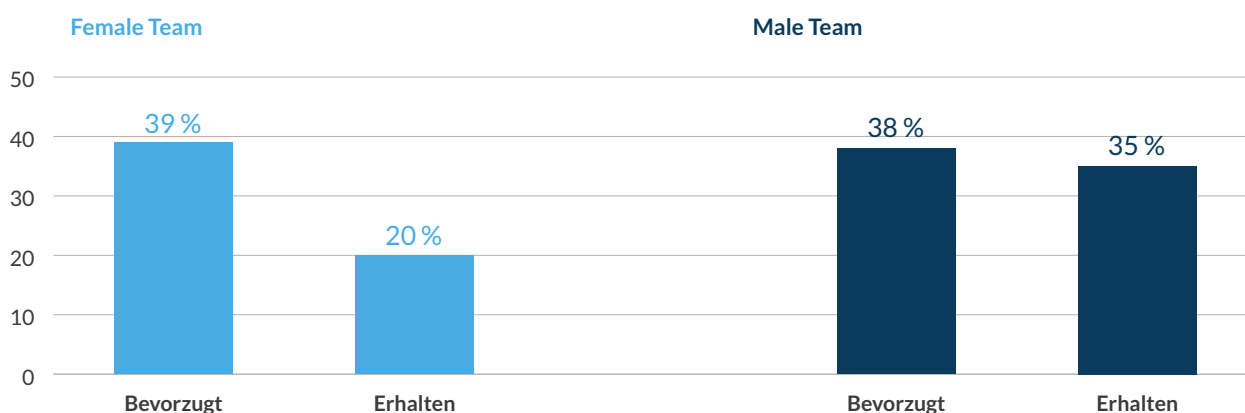


*Die Bedeutung von Vorbildern wird manchmal unterschätzt, obwohl das Thema oft angesprochen wird. Doch diese Studie zeigt eindrucksvoll, wie essenziell sie sind: für Schülerinnen, Studentinnen und Gründerinnen gleichermaßen. Gerade weil es noch immer so wenige von uns gibt, brauchen wir mehr sichtbare Gründerinnen, Investorinnen und Führungspersonlichkeiten. Sie machen den Wandel greifbar und treiben ihn aktiv voran.*



*Kristina Nikolaus, Co-Founder und CEO  
OKAPI:Orbits*

ABBILDUNG 17 | Business-Angel-Investments

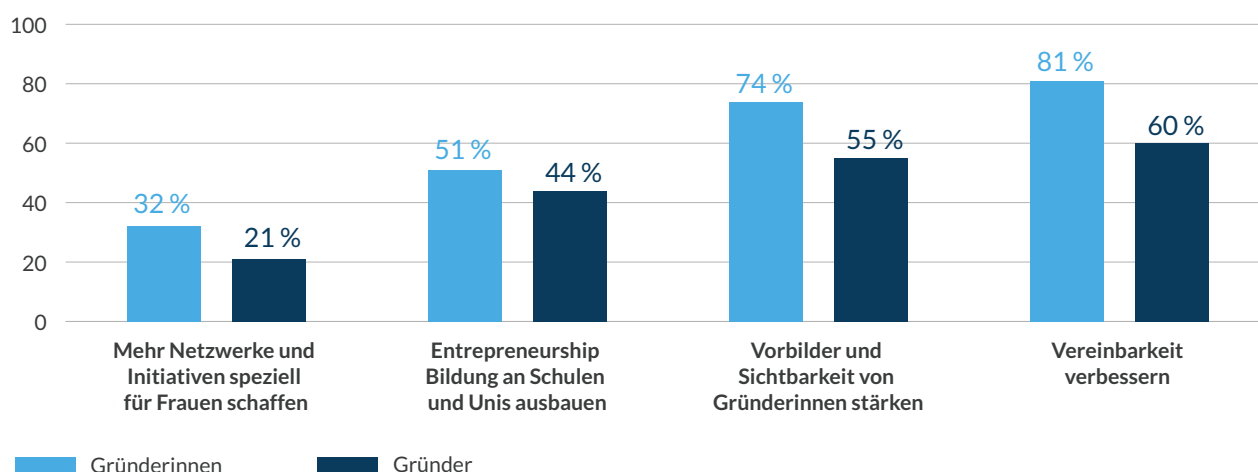


Quelle: Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 18 | Hebel zur Erhöhung des Gründerinnenanteils

Dargestellt wird der Anteil für die Antwortkategorie „Sehr wichtig“



Quelle: Deutscher Startup Monitor

| BertelsmannStiftung

dass sie nicht nur stärker mit anderen Frauen vernetzt werden wollen. Die entscheidenden Netzwerke sind häufig jene, die aktuell noch von Männern dominiert werden – und genau dort wollen Gründerinnen mitspielen. Die mittlere Platzierung des Themas Bildung und Entrepreneurship überrascht dagegen weniger: Einerseits ist es ein zentrales Handlungsfeld, andererseits erfordert es umfassende strukturelle Reformen,

deren Wirkung erst nach vielen Jahren spürbar werden. Unsere Ergebnisse aus der Studierendenbefragung zeigen jedoch deutlich, wie tief verankert viele geschlechtsspezifische Stereotype noch immer sind. Das Bildungssystem – beginnend im Kindergarten – nimmt dabei eine Schlüsselrolle ein, tradierte Rollenvorstellungen aufzubrechen und so langfristig einen echten Unterschied zu machen.

# 5 | Mehr Gründerinnen für mehr Innovation

---

Der Female Founders Monitor 2025 zeigt deutlich: Der Gründerinnenanteil im deutschen Startup-Ökosystem ist nicht nur niedrig, sondern sogar rückläufig und das ist nicht nur eine Frage der Gerechtigkeit, sondern ein handfestes wirtschaftliches Problem. Deutschland braucht Innovationen und neue Unternehmen, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Das in der Innovationsagenda des Startup-Verbands formulierte Ziel, den Gründerinnenanteil bis 2030 auf mindestens 30 Prozent zu steigern (Startup-Verband 2024), ist daher richtig und notwendig – und würde mehrere hundert zusätzliche Startups pro Jahr bedeuten. Es braucht gezielte Maßnahmen, die strukturelle Barrieren abbauen und Gründerinnen aktiv fördern:

- **Mehr Gründerinnen durch Bildung und Vorbilder**

Frauen gründen später als Männer und haben oft ein anderes Risikobewusstsein – nicht, weil ihnen die nötigen Fähigkeiten, sondern die Vorbilder fehlen und Stereotype sie früh ausbremsen. Schulen und Hochschulen sollten Unternehmertum gezielt fördern und Role Models sichtbar machen, um das Mindset für Gründungen frühzeitig zu verändern.

- **Vereinbarkeit von Familie und Unternehmertum stärken**

Die Gründungs- und Familienphase fallen häufig zeitlich zusammen. Daher ist die Vereinbarkeit ein ganz zentraler Faktor für Gründerinnen. Dazu gehören ein verlässliches Angebot an Ganztagesbetreuungsangeboten in Kitas und Grundschu-

len, aber auch weitere Reformen. Selbstständige Frauen müssen stärker beim Mutterschutz berücksichtigt, die Elterngeldregeln gemäß den Bedürfnissen von Gründerinnen flexibler ausgestaltet und die Kinderbetreuungskosten komplett absetzbar gemacht werden.

- **Besseren Zugang zu Kapital für Gründerinnen ermöglichen**

Nach wie vor fließen über 90 Prozent des Venture Capital an reine Männerteams – das muss sich ändern. Die Emerging Manager Facility, eine Initiative der KfW Capital für mehr Geschlechterdiversität in Fonds-Teams, ist ein richtiger Schritt, es gilt aber auch darüber hinaus weiterhin bei Fonds und relevanten Akteuren für unbewusste Biases zu sensibilisieren. Insgesamt sind im Investmentbereich in den vergangenen Jahren viele Initiativen ins Leben gerufen worden, die es weiter zu stärken gilt.

Die wirtschaftliche Transformation kann nur gelingen, wenn alle Talente ihr volles Potenzial entfalten können. Politik, Investor:innen und das gesamte Startup-Ökosystem sind gefordert, diese Rahmenbedingungen jetzt aktiv zu gestalten. Denn eines ist klar: Mehr Gründerinnen bedeuten mehr Innovation – und mehr Innovation brauchen wir für eine erfolgreiche Zukunft.



# Quellen

---

- Allbright Stiftung (Hrsg.) (2024). Mind the Gap. Allbright Herbstbericht 2024. Berlin. <https://www.allbright-stiftung.de/aktuelles/2024/10/14/der-allbright-herbstbericht-2024-ist-da> (Download 7.3.2025).
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2025). Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check. London: GEM. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report> (Download 7.1.2025).
- Gilde, Jannis, Vanusch Walk, Alexander Hirschfeld, Michelle Langer und Mia Ansorge (2023). „Die lokale Automotive-Branche im Wandel – Innovationspotenziale durch Mobility-Startups“. Hrsg. Startup Verband. Berlin. [https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige\\_studien/Die\\_lokale\\_Automotive-Branche\\_im\\_Wandel\\_-\\_Innovationspotenziale\\_durch\\_Mobility-Startups.pdf](https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/Die_lokale_Automotive-Branche_im_Wandel_-_Innovationspotenziale_durch_Mobility-Startups.pdf) (Download 7.3.2025).
- Hirschfeld, Alexander, Janina Mütze und Jannis Gilde (2019): „Female Founders Monitor 2019“. Hrsg. Bundesverband Deutsche Startups e. V. [ffm\\_2019.pdf](#) (Download 11.3.2025).
- Hirschfeld, Alexander, Jannis Gilde, Vanusch Walk und Mia Ansorge (2024a). „Start-ups und soziale Herkunft – Was Gründer:innen prägt und antreibt“. Hrsg. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/xxxxxx> (Download 7.1.2025).
- Hirschfeld, Alexander, Tobias Kollmann, Jannis Gilde, Vanusch Walk und Mia Ansorge (2024b). „Deutscher Startup Monitor 2024. Den Blick nach vorne“. Hrsg. Bundesverband Deutsche Startups e.V. Berlin. <https://startupverband.de/research/deutscher-startup-monitor/> (Download 7.3.2025).
- Hassan, Kamal, Monisha Varadan und Claudia Zeisberger (2020). „How the VC Pitch Process Is Failing Female Entrepreneurs“. Harvard Business Review (website). 13.1.2020. <https://hbsp.harvard.edu/product/H05CSZ-PDF-ENG> (Download 7.3.2025).
- Kanze, Dana, Laura Huang, Mark Conley und E. Tory Higgins (2017). „Male and Female Entrepreneurs Get Asked Different Questions by VCs – and It Affects How Much Funding They Get“. Harvard Business Review (website). 27.6.2017. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=54017> (Download 7.3.2025).
- Kauffman Fellows (2019). „Startups With At Least 1 Female Founder Hire 2.5 x More Women“. 17.10.2019. [Startups With At Least 1 Female Founder Hire 2.5x More Women. | Journal | Kauffman Fellows](#) (Download 7.3.2025).
- Kiefl, Sophia, Katharina Scharpe, Arian Ajiri, Jessamine Davis, Liana Heinrich und Martha O. Marik (2024): „Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2024“. Hrsg. Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V., Euclid Network. [Datengrundlage-DSEM\\_2024.pdf](#) (Download 11.3.2025).

Kohaut, Susanne, und Iris Möller (2023).

„Führungspositionen in Deutschland 2022: Frauen bleiben nach wie vor unterrepräsentiert“. IAB-Kurzbericht 22/2023. <https://www.econstor.eu/handle/10419/283029> (Download 7.3.2025).

Metzger, Georg (2024). „KfW-Gründungsmonitor

2024“. Hrsg. KfW Bankengruppe. Frankfurt/M. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gr%C3%BCndungsmonitor-2024.pdf> (Download 7.3.2025).

Startup Genome (Hrsg.) (2023). „Only 15% of

Tech Startup Founders Are Female“. <https://startupgenome.com/articles/only-15-percent-of-tech-startup-founders-are-female> (Download 7.3.2025).

Startup-Verband (2024). „Innovationsagenda

2030: Weltklasse Made in Germany“. <https://startupverband.de/politik/innovationsagenda/> (Download 7.3.2025).



## Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung  
Carl-Bertelsmann-Straße 256  
33311 Gütersloh  
Telefon +49 5241 81-0  
[www.bertelsmann-stiftung.de](http://www.bertelsmann-stiftung.de)

Julia Scheerer  
Senior Project Manager  
Nachhaltige Soziale Marktwirtschaft  
Telefon +49 5241 81-81509  
[julia.scheerer@bertelsmann-stiftung.de](mailto:julia.scheerer@bertelsmann-stiftung.de)

Bundesverband Deutsche Startups e. V.  
Schiffbauerdamm 40  
10117 Berlin  
[www.startupverband.de](http://www.startupverband.de)

Dr. Alexander Hirschfeld  
Head of Research  
Startup-Verband  
[alexander.hirschfeld@startupverband.de](mailto:alexander.hirschfeld@startupverband.de)