

## Kurzfassung

Auswirkungen institutioneller Rahmenbedingungen und der Ressourcenverfügbarkeit auf den Gender Gap in der Selbstständigkeit – eine systematische Literaturanalyse

Teita Bijedić-Krumm und Siegrun Brink

## **1 Kurzfassung**

Institutionelle Rahmenbedingungen und die Verfügbarkeit von Ressourcen wirken sich auf vielschichtige und komplexe Weise auf die Selbstständigkeit von Frauen aus. Dies zeigt unsere systematische Literaturanalyse, in der wir internationale wissenschaftlichen Befunde seit 2013 identifiziert und anhand der Elemente unternehmerischer Gründungsökosysteme systematisiert und analysiert haben.

### **Wissenschaftlich kaum im Fokus: Politische Maßnahmen zur Begünstigung des Unternehmertums von Frauen**

Die Förderung weiblichen Unternehmertums steht zwar seit Langem im politischen Fokus. Entsprechende politische Maßnahmen zur gendersensiblen Ausgestaltung der Rahmenbedingungen und der Ressourcenverfügbarkeit werden jedoch nur selten empirisch berücksichtigt. Dies führt dazu, dass sich die Ausgestaltung der Unterstützungsmaßnahmen im Zeitverlauf kaum verändert, was zur Festigung des Gender Gaps beiträgt.

### **Rahmenbedingungen für das Unternehmertum sind nicht geschlechtsneutral**

Für Männer wie Frauen in vielen Ländern gelten formal die gleichen Voraussetzungen, wenn sie unternehmerisch tätig werden wollen. Sie finden die gleichen institutionellen Rahmenbedingungen vor. Auch sind prinzipiell die Ressourcen für beide Geschlechter gleichermaßen verfügbar. Dennoch wird beides von Männern und Frauen unterschiedlich wahrgenommen und genutzt.

### **Frauen unterschätzen ihre unternehmerischen Kompetenzen**

Obwohl wissenschaftlich belegt ist, dass Unternehmerinnen ihren männlichen Pendants in nichts nachstehen, nehmen Frauen sich in der Unternehmerrolle als weniger kompetent wahr als Männer. Dies führt dazu, dass sie seltener als Männer unternehmerische Chancen ergreifen und die verfügbaren Ressourcen zurückhaltender nutzen.

### **Defizitäres Unternehmerinnenbild ist nach wie vor dominant**

Für die unterschiedliche Wahrnehmung von Unternehmerinnen und Unternehmern scheinen insbesondere die gesellschaftlichen Geschlechterrollenbilder mitverantwortlich zu sein. So trägt das nach wie vor männlich geprägten

Unternehmerbild zu einem defizitären Bild weiblichen Unternehmertums bei, das sowohl die gesellschaftliche als auch die Selbstwahrnehmung von Unternehmerinnen negativ beeinflusst.

### **Gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kontext berücksichtigen**

Um die gesellschaftlich verankerten Verhaltens- und Denkmustern hin zu mehr Geschlechtergleichstellung zu verändern, bedarf es vor allem Zeit. Es ist zu bedenken, dass sich Maßnahmen, die sich in einem bestimmten gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Kontext als wirksam erweisen, unter Umständen nicht ohne Weiteres auf einen anderen übertragen lassen. Geschlechtersensible Maßnahmen zur Stärkung weiblichen Unternehmertums sollten daher stärker auf das jeweilige Umfeld zugeschnitten werden.