Diversity, Equity, & Inclusion

Was denken Gründende deutscher Startups?

Dezember 2024

Vorwort der Herausgebenden

Meta

Diversity, Equity und Inclusion (DEI) sind ein Schlüsselfaktor für Innovation und unternehmerischen Erfolg.

Divers aufgestellten Teams, die inklusiv arbeiten, gelingt es nachweislich auch und gerade in Startups, wettbewerbsfähige Produkte zu entwickeln, welche die Interessen und Bedürfnisse einer breiten und zurecht anspruchsvollen Kundenbasis besser berücksichtigen. Ein diverses und inklusives Arbeitsumfeld kann gleichermaßen die besten Talente am Markt überzeugen.

Diese wegweisende Studie bietet wertvolle Einblicke ins Denken und Handeln der deutschen Start-up-Szene und zeigt, welche Bedeutung DEI dort bereits hat. Die Studienergebnisse sind ermutigend und belegen, wie schon viele Gründer*innen DEI als essenziell für den Erfolg ihres Unternehmens betrachten und aktiv Maßnahmen ergreifen, um diese zu fördern.

Diesen Weg möchten wir bei Meta mit der deutschen Gründerszene gemeinsam beschreiten, um ein noch inklusiveres Unternehmens-Ökosystem zu schaffen. DEI betrachten wir als eine Herzensangelegenheit und freuen uns, Metas Engagement in Deutschland aktiv mitzugestalten, mit Programmen wie „Women in Tech“, DEI-Trainings als festem Bestandteil des Curriculums für alle Mitarbeitenden und die Unterstützung von Gründer*innen durch Mentorship-Programme.

Wir sind sicher, dass diese Studie einen wertvollen Beitrag zur weiteren Diskussion über die zentrale Rolle von DEI in deutschen Start-ups leistet und als Anstoß für weitere Initiativen dient.

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern verzeichnete im Jahr 2023, ca. 7.000 Erstberatungen für Existenzgründer, Startups und auch Scaleups.

Wir erkennen dadurch auch die Problemfelder in dieser Thematik, ebenso in unseren Innovation- und Gründerökosystemen. Neben den Finanzierungsbedingungen, überbordender Regulatorik und dem nicht angepasstem Abbild der Gesellschaft in der Gründungslandschaft möchten wir das Thema DEI mehr in den Fokus nehmen.

Basierend auf der Befragung von über 500 Startups in Deutschland zeigt die Studie, dass die Vielfalt in vielen jungen Unternehmen noch immer ein ungenutztes Potenzial darstellt. Startups mit einer klar definierten DEI-Strategie sind weiterhin in der Minderheit, was darauf hinweist, dass hier noch erheblicher Handlungsbedarf besteht.

Besonders auffällig ist, dass u.a. Frauen, internationale Talente und Menschen mit Migrationshintergrund in deutschen Startups weiterhin unterrepräsentiert sind. Dies ist nicht nur eine verpasste Chance für eine bereichernde Vielfalt, sondern auch im Kontext des Fachkräftemangels besonders bei jungen Unternehmen ein ernstzunehmender Faktor. Um die Innovationskraft sowie Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, sollten Startups daher auf alle Talente zugreifen und nicht aus Traditionsgründen nur auf einen kleinen Teil potenzieller Arbeitskräfte.

Jede Maßnahme, die unternommen wird, um DEI zu verbessern, ist ein Schritt in Richtung einer erfolgreichen und zukunftsfähigen Unternehmenswelt.

Vorwort der Herausgebenden

HV Capital

In der deutschen Gründerszene hat sich das Thema DEI (Diversity, Equity, Inclusion) mittlerweile oberflächlich etabliert und ist in den Köpfen der Unternehmer*innen präsent.

Trotz dieser positiven Entwicklung zeigen die Umfrageergebnisse jedoch, dass es an vielen Stellen noch Widerstände und Missinterpretationen gibt. Häufig wird DEI mit „Quoten“, „positiver Diskriminierung“ und zusätzlicher Bürokratie gleichgesetzt. Dabei geht es im Kern um Inklusion, bessere Repräsentation und die Schaffung vielfältigerer Arbeitsumfelder, von denen gerade innovations- und kreativitätsabhängige Unternehmen nachweislich profitieren. Es ist daher entscheidend, dass mehr Unternehmen in Zusammenarbeit mit dem Ökosystem, Investoren und Verbänden mit gutem Beispiel vorangehen und DEI als integralen Bestandteil ihrer Unternehmenskultur verstehen, anstatt es nur als Aspekt des ESG-Reportings zu betrachten. Inklusive Arbeitsumfelder fördern motivierte und loyale Mitarbeitende, die auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Resilienz zeigen und die inklusivere Produkte und Dienstleistungen entwickeln.

Investoren wertschätzen zunehmend Unternehmen, die DEI verinnerlichen und mit konkreten Maßnahmen, Daten und Initiativen aufwarten können. Denn auch Investoren sind Teil dieses Wandels und legen zunehmend Wert auf die eigene Inklusionsarbeit.

Insgesamt bleibt es also „progression over perfection“ und wir sind als Ökosystem noch längst nicht am Ziel – wenn auch mit positiven Tendenzen. Doch nur durch Zusammenarbeit und einen offenen gegenseitigen Wissensaustausch kann das gesamte Ökosystem voranschreiten und eine bessere Repräsentation und Inklusion erreichen.

PwC Deutschland

In einer Zeit, in der Innovation und Transformation über den wirtschaftlichen Erfolg entscheiden, spielt die Startup-Szene eine zentrale Rolle in Deutschland.

Doch während Startups als Motor für Kreativität und Fortschritt gelten, wissen wir bisher wenig darüber, wie es um die Themen Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion (Diversity, Equity, Inclusion – DEI) in der Startup-Branche wirklich steht.

Dabei ist längst klar: Diverse Teams sind kreativer, innovativer und besser in der Lage, die Bedürfnisse einer globalisierten Kundenbasis zu verstehen. Sie tragen dazu bei, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit von Unternehmen zu steigern und deren Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen. Trotz dieser Vorteile zeigen die vorliegenden Studienergebnisse erneut: In Sachen DEI hinken wir noch immer hinterher. Traditionelle Geschlechterrollen, bürokratische Hürden, Finanzierungsbarrieren oder einfach ein fehlendes Verständnis bzw. Interesse für DEI sind nur einige der Herausforderungen, denen auch die progressive Startup-Welt gegenübersteht. Das ist erschreckend.

Unsere Studie soll deshalb auch als Aufruf zum Handeln dienen. Denn nur durch die Förderung von Vielfalt und Inklusion können wir die Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit unserer Startups und damit unserer gesamten Wirtschaft nachhaltig stärken.

Vorwort der Herausgebenden

Deep Tech Momentum

“Wenn Wahrheit und Irrtum gleiche Chancen haben, ist erstere dem letzteren immer überlegen,” schrieb Benjamin Franklin als Verleger und betonte damit die Notwendigkeit eines offenen Diskurses.

Ähnlich wird aktuell um die Interpretation von DEI gerungen – besonders in den USA entwickelt sich DEI zunehmend zum politischen Kampfbegriff. Lasst uns DEI als Aufruf verstehen, Kommunikations- und Firmenkulturen zu schaffen, die den Austausch unterschiedlicher Meinungen, Einstellungen und Weltbilder auf Augenhöhe ermöglichen. Dazu gehören die Perspektiven der Minderheiten, aber auch die Bedürfnisse der Mehrheit. Im Sinne der Dialektik sollten wir diese Unterschiede nutzen, um neue Einsichten und Lösungen zu finden, die Gründerinnen und Gründer in ihr Potenzial bringen und Startups erfolgreicher machen. Ich hoffe, diese Studie trägt zu dieser Interpretation von DEI bei.

Executive Summary

Bunt, bunter, Startup-Szene? Die vorliegende Studie zeigt gemischte Perspektiven, Einstellungen und Meinungen der Gründenden deutscher Startups beim Thema Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion (engl. Diversity, Equity, Inclusion – DEI).

Relevanz von DEI für Gründende

Deutsche Gründende sehen DEI vor allem für die Arbeitgebermarke und die Talentgewinnung sowie für Innovation und den Gesamterfolg ihres Startups als relevant an. Etwas weniger wichtig wird DEI für Wachstum und Finanzierung eingestuft. Startups mit VC-Funding halten DEI für signifikant wichtiger für das Fundraising als Startups ohne VC-Funding.

Nur rund ein Drittel (35 %) der Befragten halten DEI für wichtig für den unternehmerischen Erfolg. 31 % hält DEI aus moralischen Gründen für wichtig. 7 % sehen DEI als wichtiges Signal an die Außenwelt.

Gründerinnen sind im Allgemeinen besorgter über zu wenig DEI in deutschen Startups und nehmen DEI als wichtiger für das eigene Startup wahr als ihre männlichen Kollegen. 76 % der Gründerinnen halten DEI für sehr wichtig oder wichtig in ihrem eigenen Startup; unter den Gründern ist dies nur bei 66 % der Fall.

Je später Startups in der Gründungsphase fortgeschritten sind, desto weniger wichtig ist ihnen Vielfalt in Geschlecht und Ethnizität. Startups in späteren Gründungsphasen sind zudem insgesamt weniger besorgt um DEI.

Einsatz und Wirksamkeit von DEI-Maßnahmen

Fast die Hälfte der Befragten (45 %) gab an, DEI aktiv im eigenen Startup zu fördern. Gleichzeitig hat jedoch die Mehrheit der Startups (64 %) noch keine konkreten Maßnahmen zur Erhöhung von DEI implementiert. Davon planen jedoch 17 % in Zukunft Maßnahmen umzusetzen.

DEI-Maßnahmen, die bereits am häufigsten zum Einsatz kommen, sind flexible Arbeitsmöglichkeiten, gleiche Bezahlung sowie transparente und inklusive Kommunikation. Gleichzeitig werden diese auch als am wirksamsten eingeschätzt, um DEI im eigenen Startup zu erhöhen.

Gründerinnen setzen sich häufiger und mit höherem Zeitaufwand aktiv für DEI in ihrem Startup ein als Gründer. Je älter das Startup, desto weniger setzen sich die Gründenden aktiv für DEI ein.

Diskriminierung im Gründungsprozess

Rund ein Viertel (24 %) der Gründenden ist der Meinung, dass Frauen im Gründungsprozess entweder extrem oder sehr stark diskriminiert werden. Mehr als die Hälfte der befragten Personen (57 %) gibt an, dass Frauen im Gründungsprozess überhaupt nicht oder nur wenig diskriminiert werden. 81 % der Frauen und 51 % der Männer nehmen Diskriminierung von Frauen im Gründungsprozess in irgendeiner Form wahr; 46 % der Frauen im Vergleich zu 15 % der Männer nehmen die Diskriminierung sogar als extrem oder sehr stark wahr.

Widerstände gegen DEI

Rund ein Viertel (26 %) der befragten Personen berichtet über geringe bis sehr starke Widerstände gegen die Einführung von Maßnahmen zur Förderung von DEI im eigenen Startup.

Je später ein Startup im Gründungsprozess ist, desto mehr Widerstände gegen DEI nehmen die Befragten unter den Mitarbeitenden wahr. Gleichzeitig steigt jedoch auch die Diversität unter der Belegschaft (Herkunftsland, körperliche Beeinträchtigung, LGBTQIA+).

DEI-Ziele in deutschen Startups

Die Mehrheit der Startups (77 %) hat keine mündlichen oder schriftlichen Zielvereinbarungen zur Förderung von DEI in ihrem Startup getroffen. Je weiter fortgeschritten Startups im Gründungsprozess sind, desto eher gibt es Zielvorgaben für DEI.

51 % der Startups geben an, dass sie entweder gar keine ESG[1]-Berichterstattung ablegen oder diese keine Angaben zur Geschlechterverteilung enthält. Nur 21 % machen im Rahmen der ESG-Berichterstattung Angaben zur Geschlechterdiversität im Startup.

[1] Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) sind Kriterien und Rahmenwerke für die Behandlung von Umwelt-, Nachhaltigkeits- und Sozialthemen in Unternehmensvorständen, öffentlichen Einrichtungen, Regierungen und Agenturen. ESG-Kriterien sollen in die Strategie eines Unternehmens eingebettet werden und die Bedürfnisse und Möglichkeiten zur Wertschöpfung für alle Stakeholder des Unternehmens (wie Mitarbeitende, Kunden, Lieferanten und Geldgeber) berücksichtigen.

Inhalt

01 SEITE 01
Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion in deutschen Startups

02 SEITE 05
Relevanz von DEI und Diskriminierungserfahrungen

03 SEITE 15
Einsatz und Wirksamkeit von DEI-Maßnahmen

04 SEITE 27
Widerstände gegen DEI-Maßnahmen und externe Herausforderungen für DEI

05 SEITE 35
Ziele zu DEI in deutschen Startups

06 SEITE 39
Wünsche für DEI-Maßnahmen

07 SEITE 45
Literaturverzeichnis

08 SEITE 47
Unterstützende der Studie

09 SEITE 49
Über die Herausgebenden

10 SEITE 57
Anhang

01

Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion in deutschen Startups

Neben dem unternehmerischen Erfolg gewinnen Verantwortung und nachhaltiges Wirtschaften für Unternehmen zunehmend an Bedeutung. Jedoch wurde die soziale Dimension von Environmental, Social, Governance (ESG) bisher weniger detailliert behandelt.

Diese Dimension umfasst nicht nur menschenrechtliche Fragen und Compliance im Personalwesen, sondern auch Themen wie Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion (eng. Diversity, Equity, Inclusion – DEI). Verschiedene wissenschaftliche Studien belegen seit vielen Jahren die potenziell positiven ökonomischen Korrelationen von diversen Teams. Daher sind der Umgang mit Vielfalt und die Implementierung einer inklusiven Unternehmenskultur zentrale Herausforderungen für zukunftsorientierte Unternehmen.

Eine Branche, die im Vergleich zu traditionellen und etablierten Unternehmen in Deutschland bereits als besonders progressiv und vielfältig gilt, ist die Startup-Szene. Aktuelle Zahlen zeigen jedoch ein ernüchternd homogenes Bild: Obwohl der Anteil von Gründerinnen seit 2020 langsam, aber relativ kontinuierlich gestiegen ist, ist er in 2024 im Vergleich zum Vorjahr von 20,7 % auf 18,8 % gesunken (Hirschfeld et al., 2024) und bei nur einem Drittel der Gründungsteams ist mindestens eine Frau vertreten (Kollman et al., 2023). Die große Mehrheit der Einzelgründenden (91 %) und der Gründungsteams (82 %) mit Risikokapitalfinanzierung ist in Deutschland weiterhin männlich (Treffers et al., 2022). Personen mit Migrationshintergrund stellen mit 21 % einen bedeutenden Anteil unter Gründenden in Deutschland dar, wobei 58 % dieser Personen außerhalb Deutschlands geboren sind. Die befragten Migrant Founders sind, mit einem Anteil von 44 %, häufiger Teil von weiblichen und gemischtgeschlechtlichen Gründungsteams (Hirschfeld et al., 2023).

Wenngleich diese Zahlen die Vielfalt deutscher Unternehmensgründungen quantitativ abbilden, so sind sie nicht geeignet, neben der Vielfalt auch Chancengerechtigkeit und Inklusion als zwei weitere wichtige Dimensionen abzubilden.

Denn während Vielfalt gut durch Statistiken abgebildet werden kann, beziehen sich Chancengerechtigkeit und Inklusion auch auf Unternehmenskontexte, -strukturen und -kulturen sowie persönliche Empfindungen von Personen, die sich nur schwer mit Sekundärdaten messen lassen. Es gibt bisher entsprechend keine Erhebung, die die Perspektiven, Einstellungen und Meinungen von Gründenden deutscher Startups zum Thema DEI beleuchtet.

Die aktuelle Studie zielt demnach erstmals darauf ab, diese Erkenntnislücke zu schließen und die folgenden Fragen zu beantworten: Wie relevant ist DEI für Gründende deutscher Startups? Wie sehen sie die Rolle von DEI für den Erfolg und das Wachstum ihrer Startups? Welche Maßnahmen ergreifen sie zur Förderung von DEI? Welche Hindernisse sehen sie bei der Umsetzung solcher Maßnahmen und welche Wünsche haben sie an die Stakeholder des Startup-Ökosystems? Diese Studie präsentiert die Umfrageergebnisse eines Onlinefragebogens, den 526 Gründende beantwortet haben.

Vielfalt (Diversity)

Bezieht sich auf das Vorhandensein einer Vielzahl von Unterschieden (z. B. Geschlecht, Alter, ethnische Zugehörigkeit) innerhalb einer Gemeinschaft, Organisation oder Gesellschaft.

Gleichbehandlung (Equity)

Konzentriert sich auf eine faire Behandlung aller Personen und stellt sicher, dass die eigene Identität keine Chancen oder Ergebnisse vorhersagt.

Zugehörigkeit (Inclusion)

betrifft eine Kultur, in der sich alle Personen gehört und wertgeschätzt fühlen.

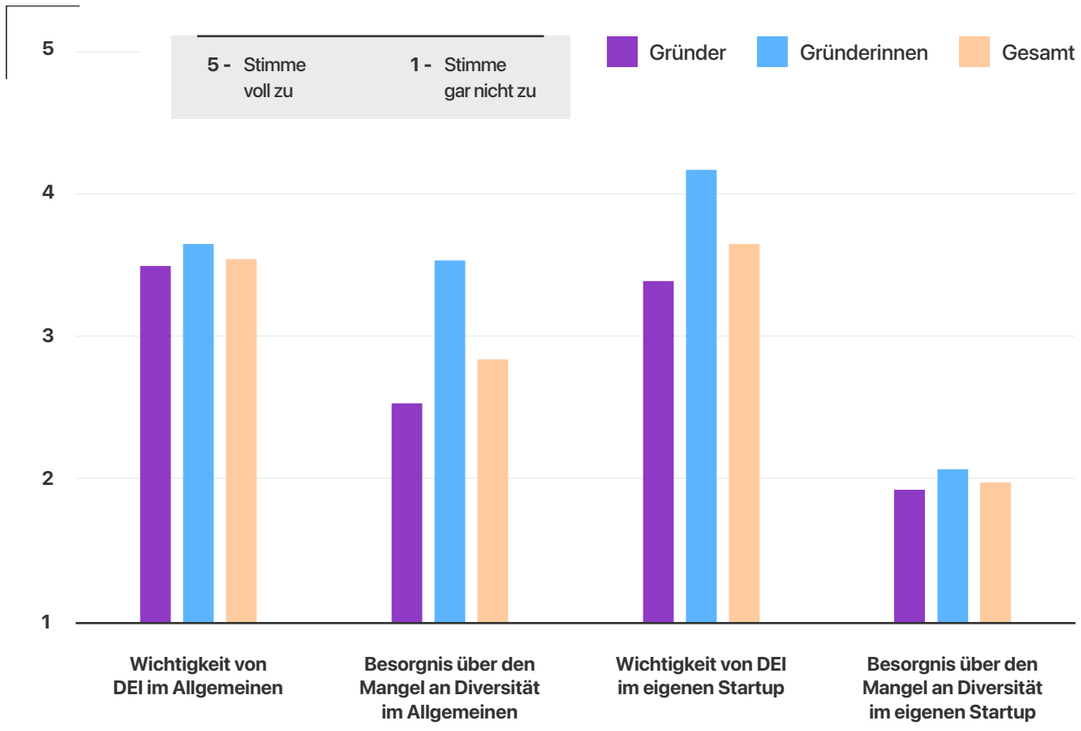
02

Relevanz von DEI und Diskriminierungserfahrungen

Wahrgenommene Wichtigkeit von DEI in deutschen Startups

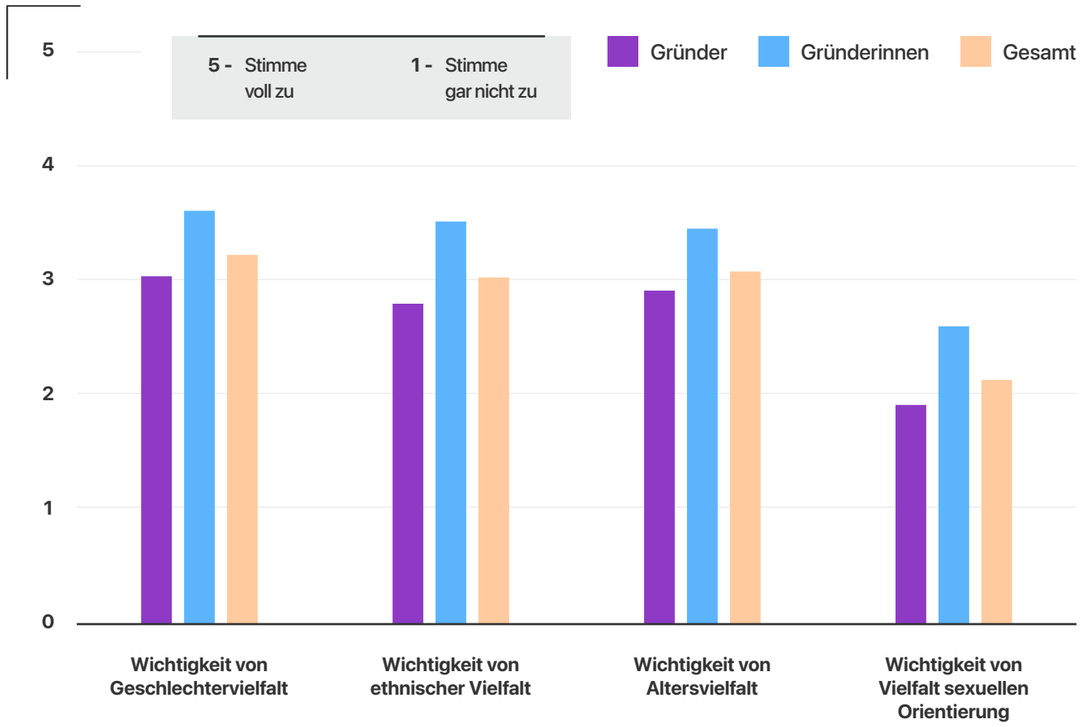
Auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 5 (sehr hoch) schätzen die befragten Personen DEI sowohl allgemein für Startups in Deutschland (M = 3,52) als auch für das eigene Startup (M = 3,56) als wichtig ein. Jedoch sind die befragten Personen besorgter über den Mangel an Diversität in den meisten Startups (M = 2,81) als im eigenen Startup (M = 1,96). Hierbei zeigen sich keine signifikanten Geschlechterunterschiede bei der wahrgenommenen Wichtigkeit von DEI im Allgemeinen sowie bei der Sorge um den Mangel an Diversität im eigenen Startup. Gründerinnen sind jedoch signifikant besorgter über den allgemeinen Mangel an Diversität in Startups und empfinden DEI im eigenen Startup als wichtiger als Gründer (Abbildung 1). So sind 33 % der Gründerinnen sehr besorgt über den Mangel an Diversität in Startups, während nur 19 % der Gründer diese Sorge teilen. Darüber hinaus halten 76 % der Gründerinnen DEI in ihrem eigenen Startup für sehr wichtig (42 %) oder wichtig (34 %) verglichen mit 66 % der Gründer, die DEI für sehr wichtig (29 %) oder wichtig (37 %) in ihrem eigenen Startup halten.

Abbildung 1: Wahrgenommene Relevanz von DEI in Startups nach Geschlecht



Den befragten Personen ist in ihrem eigenen Startup vor allem eine ausgeglichene Geschlechterverteilung wichtig (M = 3,2), knapp gefolgt von dem Wunsch nach einer Vielfalt von verschiedenen Nationalitäten (M = 3,0) und verschiedener Altersgruppen (M = 3,1). Weniger wichtig ist den Gründungsteams die Repräsentation von Personen mit Beeinträchtigungen (M = 2,2) und Personen aus der LGBTQIA+[2] Community (M = 2,1). Gründerinnen schätzen alle abgefragten Arten der Vielfalt als signifikant wichtiger ein als Gründer (Abbildung 2).

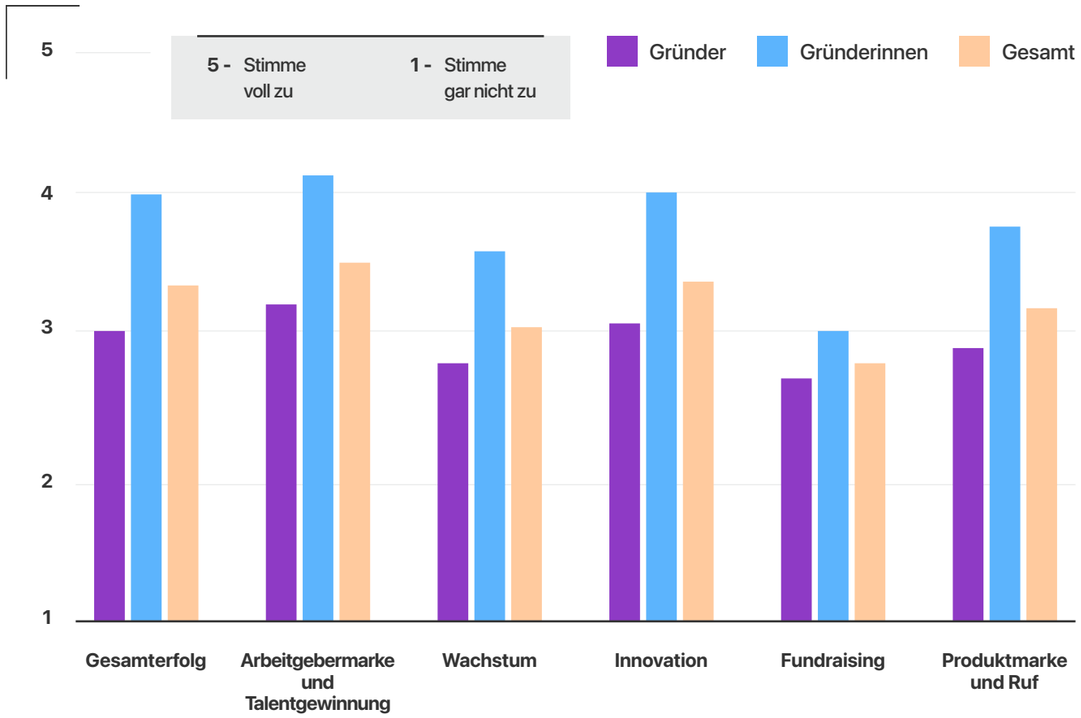
Abbildung 2: Wichtigkeit von DEI für das eigene Startup nach Geschlecht



[2] Die Abkürzung LGBTQIA+ steht für Lesbian (Lesbisch), Gay (Schwul), Bisexual (Bisexuell), Transgender (Transgender), Queer or Questioning (Queer oder Hinterfragend), Intersex (Intersexuell) und Asexual or Aromantic (Asexuell oder Aromantisch). Das "+" symbolisiert die Einbeziehung weiterer Identitäten und Orientierungen, die nicht explizit in der Abkürzung genannt werden, wie zum Beispiel Pansexuell, Genderqueer oder Non-binary, und dient als Sammelbegriff für die vielfältigen sexuellen Orientierungen und Geschlechtsidentitäten, die außerhalb der heteronormativen und cisnormativen Normen liegen.

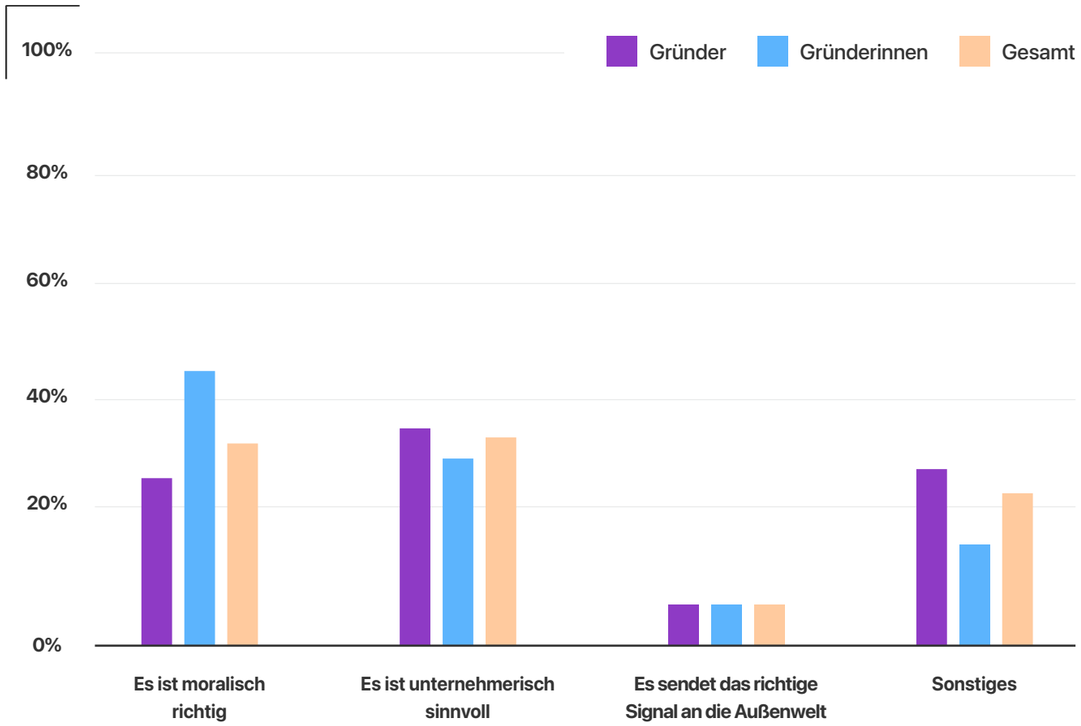
Die Befragten sehen DEI vor allem für die Arbeitgebermarke und die Talentgewinnung (M = 3,4) sowie für Innovation (M = 3,3) und den Gesamterfolg ihres Startups (M = 3,2) als relevant an. Etwas weniger wichtig wird DEI eingestuft für Wachstum (M = 2,9) und Finanzierung (M = 2,7). Gründerinnen schätzen DEI für alle abgefragten Kriterien als signifikant wichtiger ein; die einzige Ausnahme ist das Fundraising, bei dem die Einstellung von Gründern sich nicht signifikant von der Einstellung von Gründerinnen unterscheidet (Abbildung 3). In Bezug auf den Einfluss von DEI auf das Fundraising zeigt sich auch einer der wenigen signifikanten Unterschiede in der Wahrnehmung von DEI zwischen Startups mit und ohne Venture Capital (VC) Funding: Startups mit VC-Funding halten DEI für signifikant wichtiger für das Fundraising als Startups ohne VC-Funding.

Abbildung 3: Wichtigkeit von DEI für den Startup Erfolg nach Geschlecht



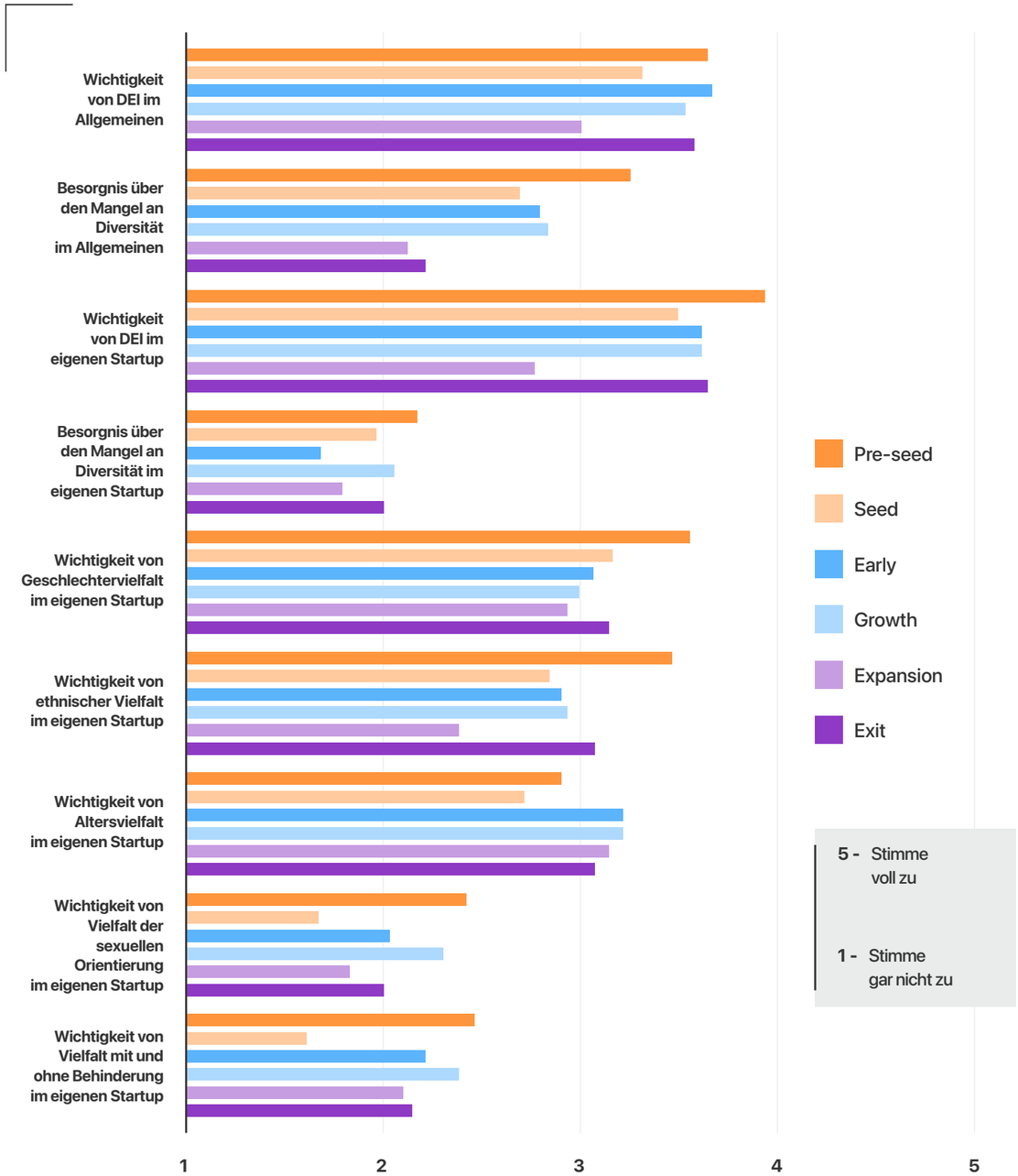
35 % der befragten Personen nannten als Hauptgrund für die Wichtigkeit für DEI in ihrem Startup geschäftliche Gründe, 31 % nannten moralische Gründe, 26 % andere Gründe und 7 % empfinden DEI als wichtiges Signal an die Außenwelt. Hierbei gaben Gründerinnen häufiger moralische Gründe an, während mehr Gründer unternehmerische Gründe nannten. In der offenen Kategorie „Sonstiges“ gaben die Befragten unter anderem an, dass das Gründungsteam DEI grundsätzlich ablehnt oder für wenig wichtig hält, dass die Relevanz von DEI unternehmens- und branchenabhängig sei, oder durch politischen und öffentlichen Druck sowie den Zugang zu Finanzmitteln beeinflusst wird. Insgesamt sind es mehr Gründer als Gründerinnen, die DEI für grundsätzlich nicht wichtig für ihr Startup halten (Abbildung 4).

Abbildung 4: Gründe für die Wichtigkeit von DEI im eigenen Startup



Je weiter Startups in der Gründungsphase fortgeschritten sind, desto weniger wichtig ist den befragten Personen eine ausgeglichene Verteilung in Geschlecht und Ethnizität. Startups in späteren Gründungsphasen sind zudem weniger besorgt um DEI im Allgemeinen und nehmen die Wichtigkeit von DEI für das eigene Startup als geringer wahr als Startups in frühen Phasen (Abbildung 5).

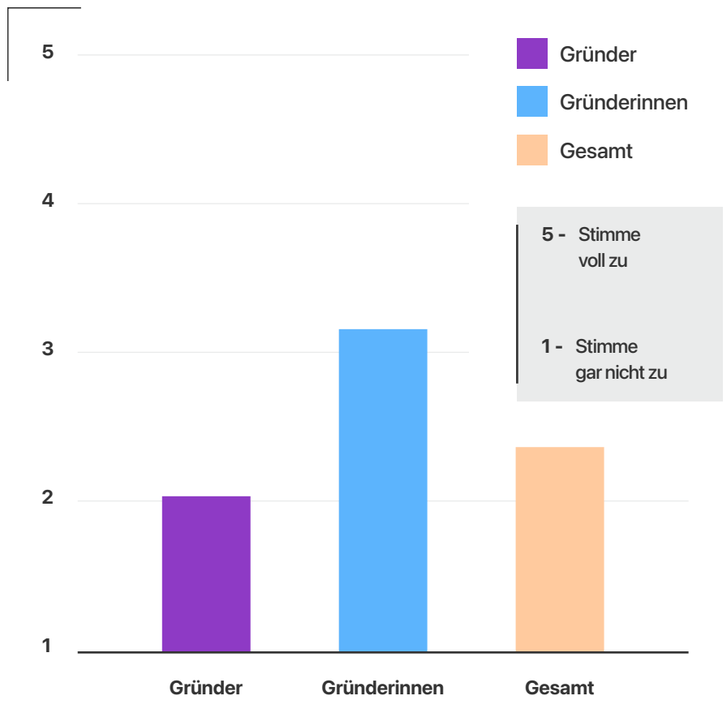
Abbildung 5: Wichtigkeit von DEI nach Gründungsphase



Wahrnehmung der Diskriminierung von Frauen im Gründungsprozess

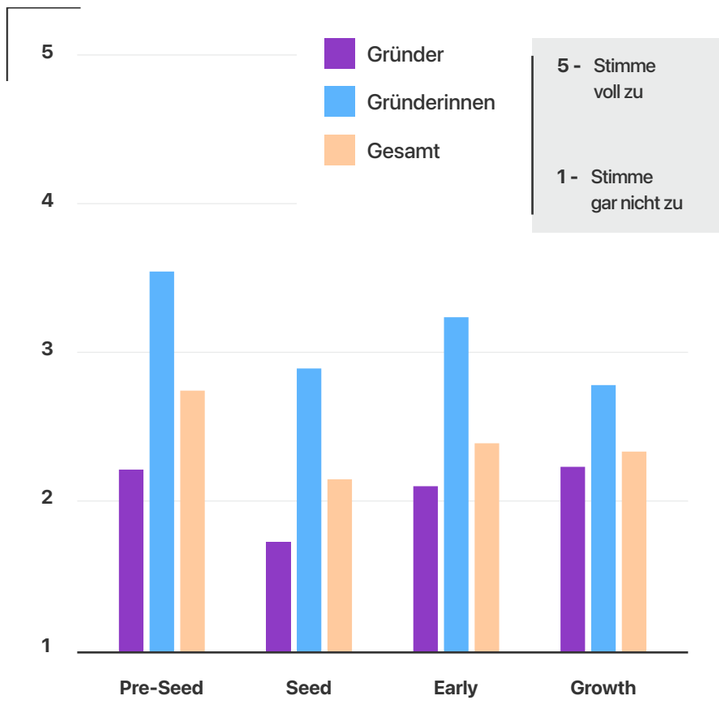
Über die Hälfte der befragten Personen (57 %) geben an, dass Frauen im Gründungsprozess überhaupt nicht oder nur wenig diskriminiert werden. Demgegenüber stehen 24 %, die angeben, dass Frauen im Gründungsprozess entweder extrem oder sehr stark diskriminiert werden. 81 % der Frauen und 51 % der Männer nehmen Diskriminierung von Frauen im Gründungsprozess in irgendeiner Form wahr; 46 % der Frauen im Vergleich zu 15 % der Männer nehmen die Diskriminierung sogar als extrem oder sehr stark wahr. (Abbildung 6).

Abbildung 6: Wahrnehmung der Diskriminierung von Frauen im Gründungsprozess nach Geschlecht



Je weiter fortgeschritten ein Startup im Gründungsprozess ist, desto weniger nehmen die befragten Personen eine Diskriminierung von Frauen wahr (Abbildung 7). Dies könnte u. a. daran liegen, dass Geschlecht und Startup-Phase negativ korreliert sind und Gründerinnen in späteren Phasen seltener vertreten sind. Die Wahrnehmung von Personen, die VC-Funding erhalten haben, unterscheiden sich hierbei nicht von Personen ohne VC-Funding.

Abbildung 7: Wahrnehmung der Diskriminierung von Frauen im Gründungsprozess nach Gründungsphase



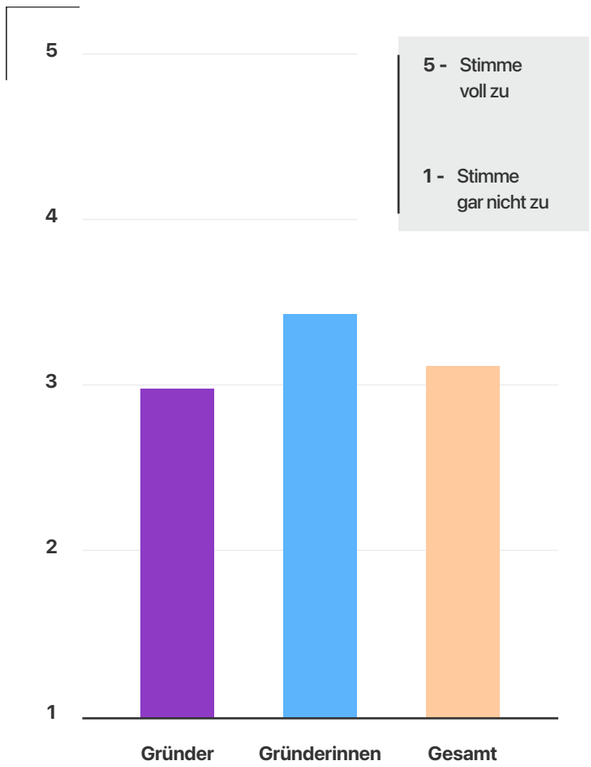
03

Einsatz und Wirksamkeit von DEI-Maßnahmen

Einsatz von DEI-Maßnahmen in deutschen Startups

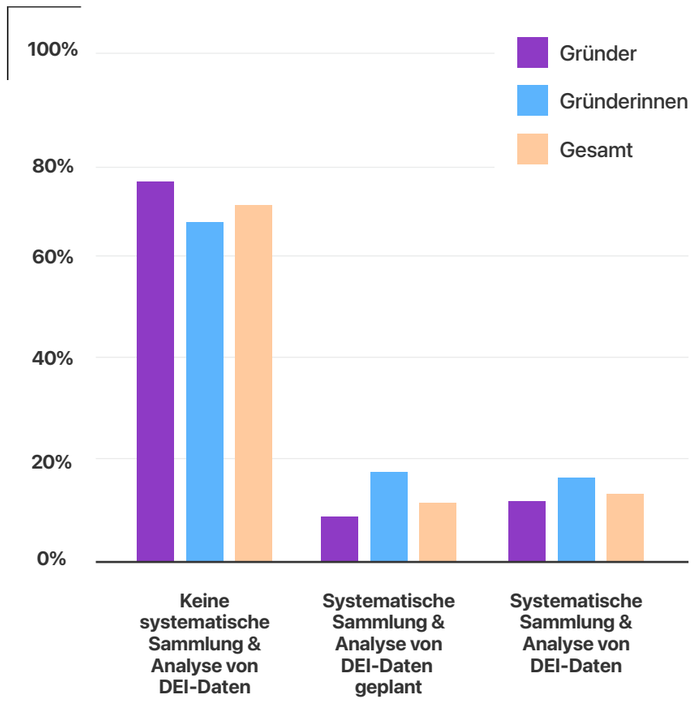
Fast die Hälfte der befragten Personen (45 %) gab an, DEI aktiv im eigenen Startup zu fördern. Durchschnittlich verbringen die Gründenden zwei Stunden pro Woche damit, DEI im eigenen Startup zu steigern. Gründerinnen gaben signifikant häufiger an, sich aktiv für DEI in ihrem Startup einzusetzen als Gründer (Abbildung 8). Darüber hinaus investieren sie mehr Stunden pro Woche in DEI.

Abbildung 8: Aktive Förderung von DEI im eigenen Startup nach Geschlecht



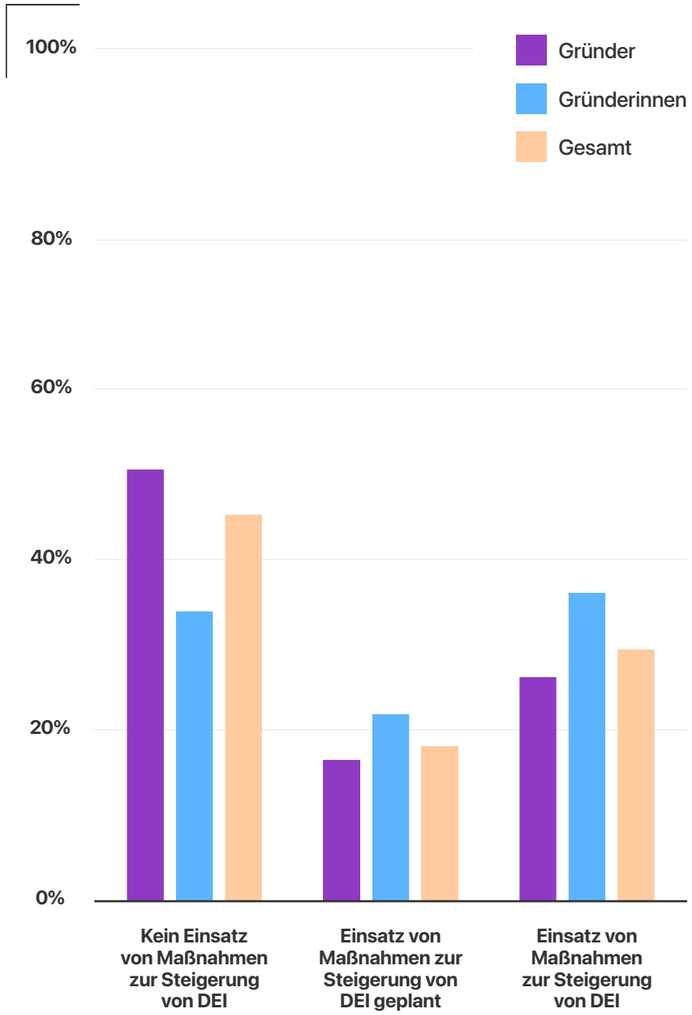
Rund 70 % der befragten Personen gaben an, dass sie im eigenen Startup keine Daten zu DEI systematisch sammeln und analysieren, z. B. Anzahl der Bewerbungen, Beförderungszeiten oder Gehaltsunterschiede aus verschiedenen Gruppen (Abbildung 9). Als häufigste Gründe dafür wurden u. a. angegeben, dass die Startups zu klein sind, nur DEI-Daten zu bestimmten Fragestellungen oder für Investierende gesammelt werden, DEI keine Priorität hat oder die DEI-Konzepte grundsätzlich abgelehnt werden. Hierbei zeigen sich keine signifikanten Geschlechterunterschiede, wobei Gründerinnen etwas häufiger angaben, dass sie die systematische Datensammlung in Zukunft planen.

Abbildung 9: Systematische Datensammlung und -analyse zu DEI nach Geschlecht der Gründenden



Die Mehrheit der Startups (64 %) hat bisher keine Maßnahmen zur Erhöhung von DEI im eigenen Startup implementiert. 29 % haben dagegen bereits Maßnahmen zur Erhöhung von DEI im eigenen Startup eingeführt. 7 % gaben in der Kategorie „Sonstiges“ an, dass ihr Team zu klein bzw. das Startup-Stadium sehr früh sei oder dass Überlegungen zu DEI in verschiedenen Entscheidungsprozessen zwar eine Rolle spielen, jedoch noch keine konkreten Maßnahmen umgesetzt wurden. Gründer berichten etwas häufiger davon, DEI-Maßnahmen in ihren Startups einzusetzen als Gründerinnen (Abbildung 10).

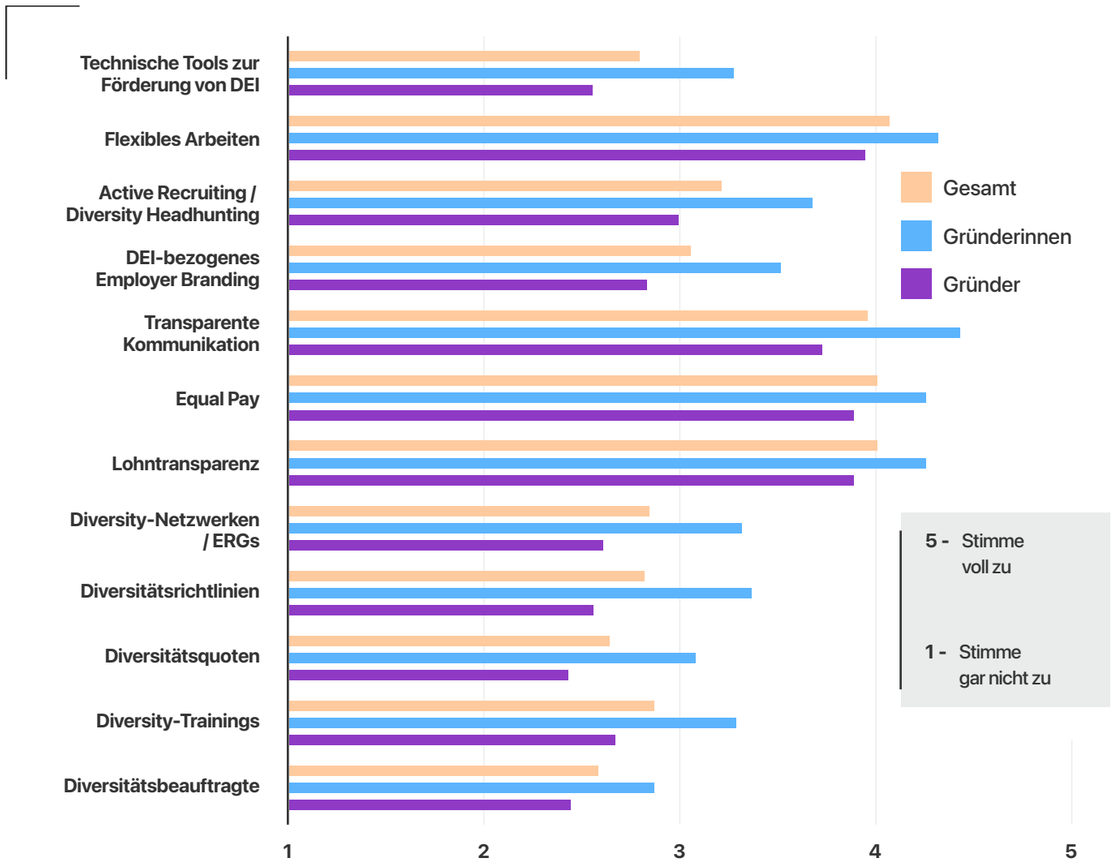
Abbildung 10: Einsatz von DEI-Maßnahmen nach Geschlecht der Gründenden



Wirksamkeit von DEI-Maßnahmen

Flexible Arbeitsmöglichkeiten, gleiche Bezahlung sowie transparente und inklusive Kommunikation sind die gängigsten Maßnahmen, die in deutschen Startups bereits eingesetzt werden. Gleichzeitig werden diese drei Maßnahmen auch als am wirksamsten eingeschätzt, um DEI im eigenen Startup zu erhöhen (Abbildung 11).

Abbildung 11: Wirksamkeit von Maßnahmen zur Erhöhung von DEI nach Geschlecht der Gründenden



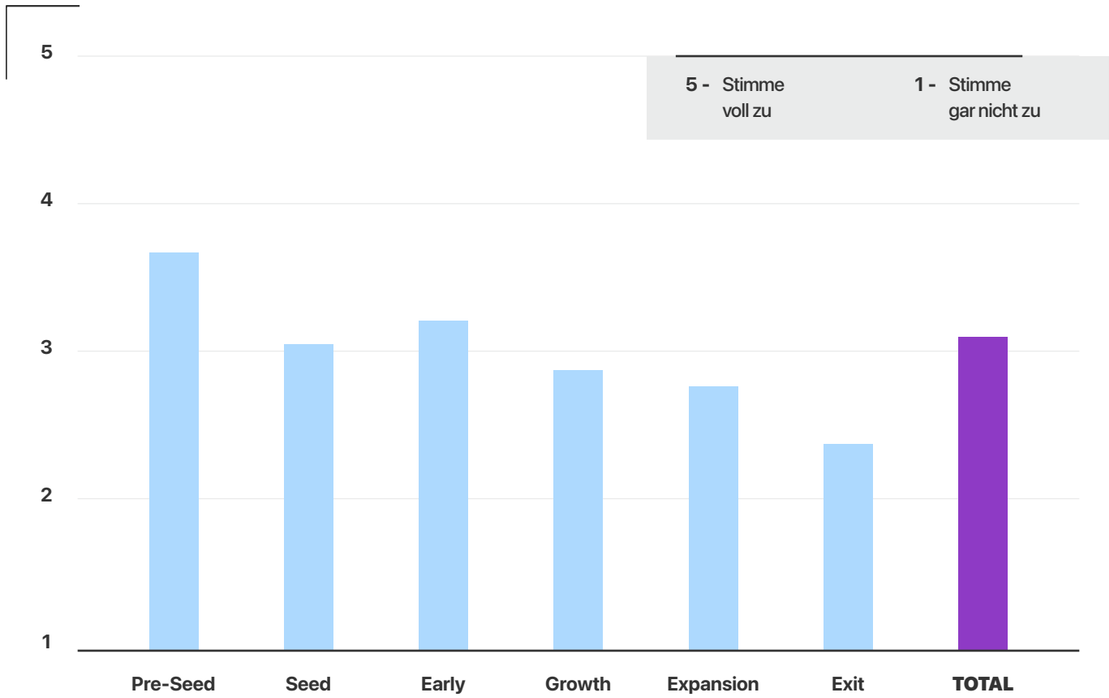
Obwohl Gründerinnen seltener „härtere“ DEI-Maßnahmen wie Quoten oder DEI Policies in ihren Startups eingeführt haben, schätzen sie diese als wirksamer ein als Gründer. Gründerinnen stufen insbesondere Diversity-Beauftragte, Diversity-Trainings, Quoten, Policies, Netzwerke, Equal Pay, inklusive Kommunikation, DEI Employer Branding, aktives Recruiting und flexible Arbeitsbedingungen als signifikant wirksamer ein als Gründer.

Je später im Gründungsprozess ein Startup ist, desto weniger setzen sich die Gründenden aktiv für DEI ein und desto eher berichten sie von inklusiver Kommunikation als implementierter Maßnahme. Ebenso finden die befragten Personen in späteren Gründungsphasen Diversity-Beauftragte, Quoten, DEI Policies, Lohntransparenz, inklusive Kommunikation, Netzwerke, DEI Employer Branding, aktives Recruiting und flexible Arbeitsbedingungen weniger wirksam. Kurz: alle DEI-Maßnahmen, für deren Umsetzung mehr zeitliche und monetäre Ressourcen nötig sind.

Einschätzungen zu spezifischen DEI-Maßnahmen

43 % der Befragten wären aus Solidarität mit Gründerinnen dazu bereit, einen Beitrag zur U2-Umlage[3] zu leisten, um ihnen Zugang zu Mutterschutzleistungen zu verschaffen; 31 % wären nicht dazu bereit. Gründerinnen sind eher bereit als Gründer einen Beitrag zur U2-Umlage zu leisten. Je später ein Startup im Gründungsprozess ist, desto weniger bereit sind die Gründenden einen Beitrag zur U2-Umlage zu leisten (Abbildung 12).

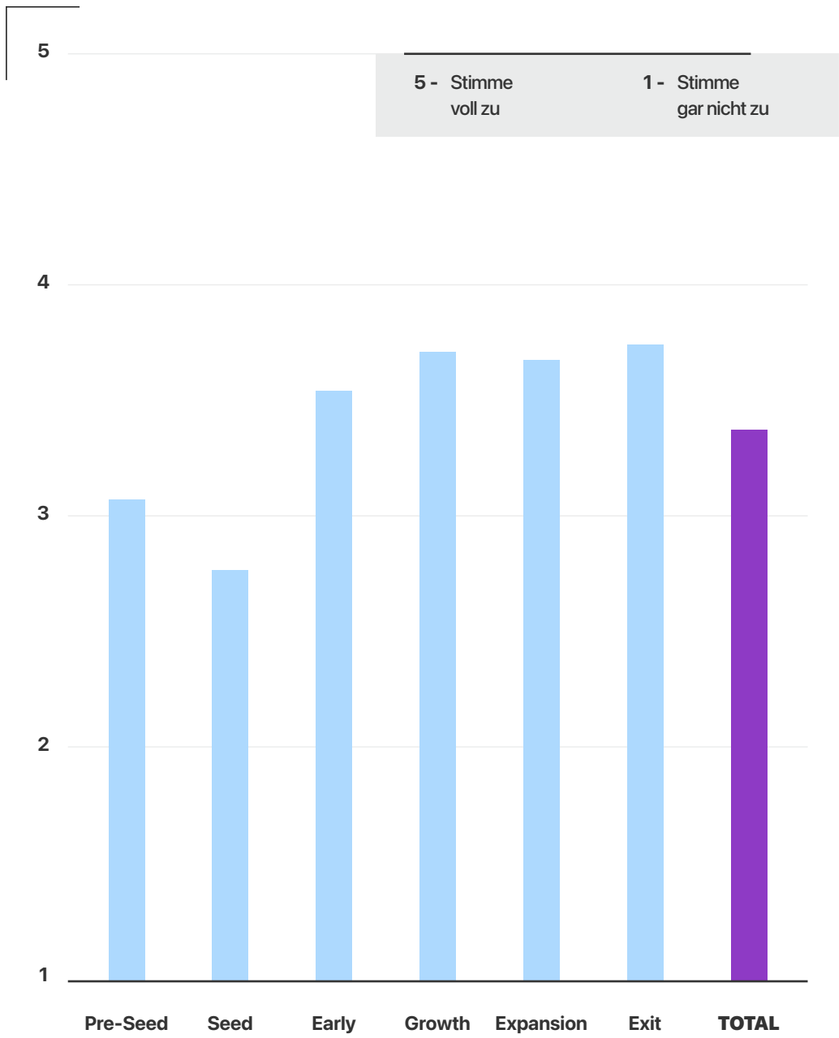
Abbildung 12: Bereitschaft für Beitrag zur U2-Umlage der Gründenden nach Gründungsphase



[3] Die U2-Umlage für Selbstständige ist ein Verfahren für Arbeitgeber zum Ausgleich der finanziellen Belastungen, die durch den Mutterschutz entstehen. Durch dieses Entschädigungsverfahren erhält der Arbeitgeber von der für die Arbeitnehmerin zuständigen Krankenkasse die Vergütung aller nach dem Mutterschutzgesetz zu zahlenden Vergütungen. Zu diesem Zweck werden von allen Arbeitgebern Beiträge – die Umlage – erhoben.

56 % der befragten Personen gaben an, dass ihr Startup derzeit Mitarbeitende mit Beeinträchtigungen einstellt und bei Bedarf die notwendige Unterstützung bereitstellen könnte. Dabei gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen Gründerinnen und Gründern. Je später ein Startup im Gründungsprozess ist, desto eher hat es eine barrierefreie Ausstattung (Abbildung 13).

Abbildung 13: Anpassungsfähigkeit zur Barrierefreiheit des Startups nach Gründungsphase



Auf die offene Frage, welche technischen Tools (z. B. Textanalyse zur Reduzierung von Biases in Stellenausschreibungen, Tools zur Verblindung von Lebensläufen, automatisierte DEI-Analysen) die Startups nutzen, um DEI zu fördern, gaben die meisten Startups an, dass sie derzeit keine DEI-Tools verwenden. Einige setzen stattdessen auf manuelle Prozesse und kulturelle Ansätze, wie persönliche Voreingenommenheitsprüfungen und eine angestrebte Meritokratie.

Es gibt jedoch auch Startups, die spezifische Tools wie Textanalysetools zur Reduzierung von Biases in Stellenausschreibungen und CV-Blinding-Tools verwenden. Einige Startups planen in Zukunft DEI-Tools einzusetzen oder haben DEI-Bemühungen bereits in ihre allgemeinen Rekrutierungs- und Betriebsprozesse integriert. Es zeigten sich jedoch auch kritische Ansichten zur Relevanz und Notwendigkeit von DEI-Tools, insbesondere im Kontext von Startups. Einige der Befragten argumentieren beispielsweise, dass Einstellungsentscheidungen ausschließlich auf wahrgenommener Leistung basieren sollten und betrachten die Nutzung solcher Tools als unethisch oder gar verfassungswidrig.

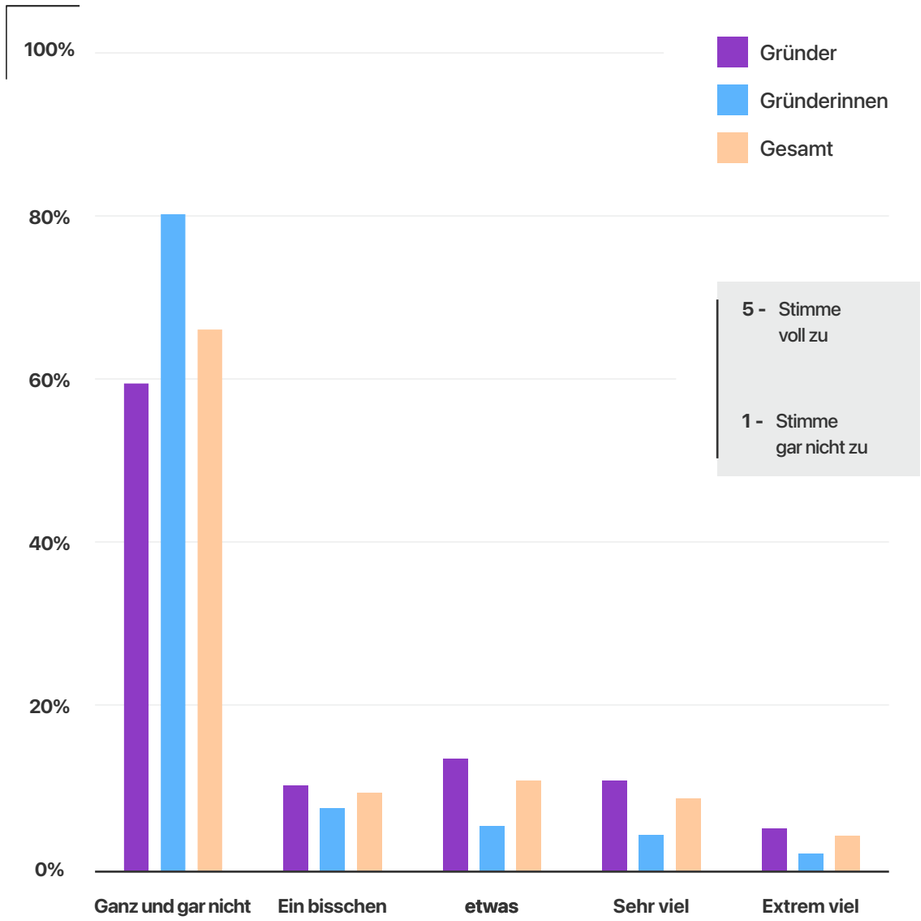
04

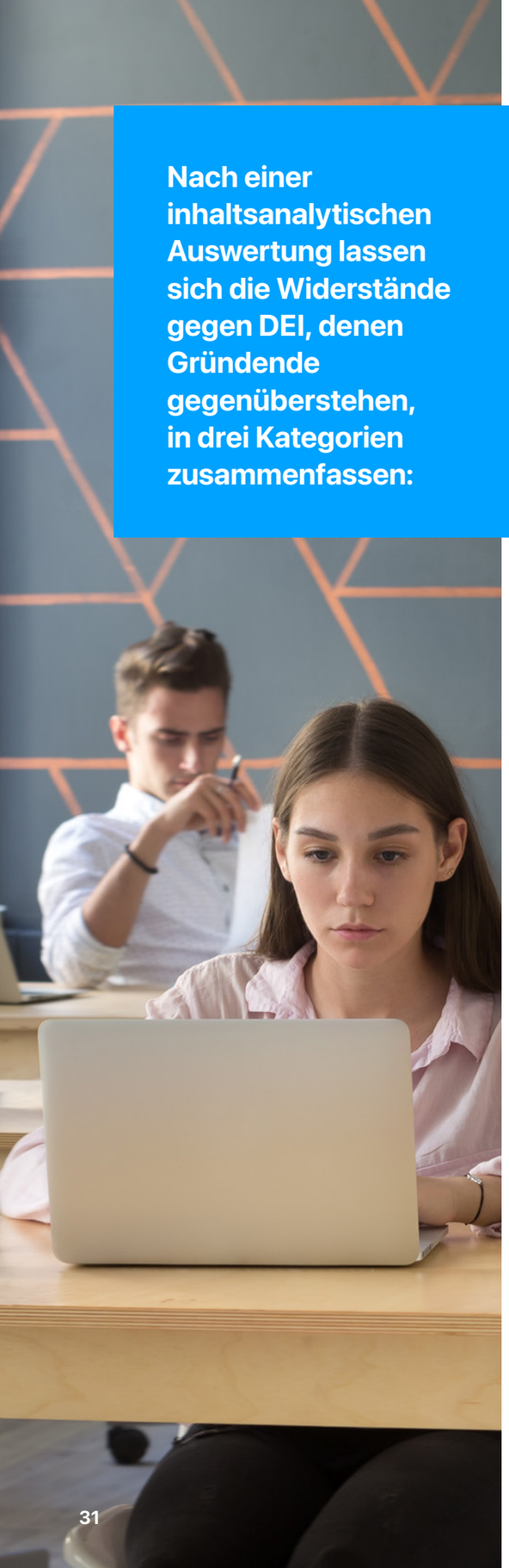
Widerstände gegen DEI-Maßnahmen und externe Herausforderungen für DEI

Wahrgenommene Widerstände gegen DEI-Maßnahmen

63 % der befragten Personen berichten überhaupt keine, weitere 10 % geringe Widerstände gegen die Einführung von Maßnahmen zur Förderung von DEI im eigenen Startup. 6 % der befragten Personen gaben extreme und 10 % sehr starke Widerstände gegen die Einführung von Maßnahmen zur Förderung von DEI im eigenen Startup an. Hierbei nahmen Gründerinnen weniger Widerstände gegen DEI unter ihren Mitarbeitenden wahr als Gründer (Abbildung 14).

Abbildung 14: Widerstände gegen DEI-Maßnahmen von Mitarbeitenden in deutschen Startups





Nach einer inhaltsanalytischen Auswertung lassen sich die Widerstände gegen DEI, denen Gründende gegenüberstehen, in drei Kategorien zusammenfassen:

01

Widerstand aufgrund von Skepsis und vermeintlicher Meritokratie

Gründende dieser Kategorie hinterfragen die Existenz von Diskriminierung sowie möglichen Wahrnehmungsverzerrungen in ihren Gründungsprozessen und sind der Überzeugung, dass in ihren Startups ausschließlich nach Qualifikation und Leistung entschieden wird – frei von Vorurteilen oder Ausgrenzung. Sie glauben, dass ihre Auswahlprozesse meritokratisch sind, also auf objektiven Leistungs-und Fähigkeitskriterien beruhen. Ein häufiger Standpunkt ist, dass DEI-Maßnahmen wie ESG-Regulierungen und Diversity-Quoten im Widerspruch zu einer rein auf Leistung basierenden Auswahl stehen. Diese Personen betonen, dass sie in Bewerbungs- und Einstellungsverfahren stets die am besten qualifizierte Bewerbung ohne jegliche Form von Diskriminierung auswählen. Gleichzeitig geben sie an, zwar bereits DEI-Maßnahmen implementiert zu haben, jedoch bisher keine wirklich wirksamen Ansätze gefunden zu haben. Diese Haltung steht oft im Zusammenhang mit dem „Paradox of Meritocracy“. Dieses Paradoxon besagt, dass in Umgebungen, die stark auf Meritokratie setzen, Menschen unbewusst mehr Vorurteile zeigen können, da sie sich selbst als fair und objektiv wahrnehmen. Diese Selbstwahrnehmung führt dazu, dass sie weniger sensibel gegenüber möglichen Biases sind, wodurch Diskriminierung sogar verstärkt werden kann (Castilla & Benard, 2010).

02

Glaube, dass DEI eine Ablenkung oder Modeerscheinung ist

Personen dieser Kategorie vertreten die Ansicht, dass DEI eine unnötige Ablenkung von den eigentlichen Zielen eines Startups darstellt und oft für Marketing- und PR-Zwecke genutzt wird. Sie argumentieren, dass der Erfolg eines Startups allein auf harter Arbeit und der Vielfalt an Ideen basiert, die durch natürliche Teamdynamiken entsteht, und nicht durch externe DEI-Initiativen und -Regularien. Sie nehmen DEI-Initiativen als Täuschung oder Modeerscheinung ohne messbaren Mehrwert für den unternehmerischen Erfolg wahr. Gründende dieser Kategorie fühlen sich durch staatliche Vorschriften oder gesellschaftlichen Druck gezwungen, DEI umzusetzen, obwohl sie keinen klaren Nutzen darin sehen. Sie sehen in DEI eher Konfliktpotenzial in der Belegschaft statt Innovation.

03

Widerstand aufgrund von bürokratischer Überlastung

Personen dieser Kategorie sehen in DEI-Initiativen eine zunehmende Bürokratisierung, die zu einer allgemeinen Abneigung gegenüber neuen Vorschriften führt. Sie sehen DEI oft als zusätzlichen administrativen Aufwand ohne einen erkennbaren Mehrwert. Sie argumentieren, dass DEI-Regelungen oft als Formalität wahrgenommen werden, die externe Anforderungen erfüllen, statt echte Verbesserungen in der Unternehmenskultur oder den Geschäftsergebnissen zu bewirken.

Externe Herausforderungen für die Förderung von DEI

Durch eine inhaltsanalytische Auswertung der offenen Antwortfelder, lassen sich vier Kategorien von externen Herausforderungen oder Hindernissen zusammenfassen, die es den Gründenden erschweren, DEI im eigenen Startup zu fördern:

01

Begrenzter Talentpool und Rekrutierungsprobleme

Gründende dieser Kategorie berichten von Schwierigkeiten, ausreichend qualifizierte Mitarbeitende zu finden. In diesem Zusammenhang befürchten sie, dass verschärfte DEI-Regularien dazu führen könnten, Bewerbungen von Personen, welche die Diversität im Startup nicht erhöhen würden, ablehnen zu müssen, obwohl keine ausreichende Anzahl an Kandidatinnen und Kandidaten verfügbar sei, welche die Diversität erhöhen würden – insbesondere im MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik). Sie sehen die DEI-Initiativen großer Unternehmen als kritisch, da diese dadurch einen Vorteil bei der Rekrutierung der besten Talente aus unterrepräsentierten Gruppen haben und so den ohnehin kleinen Talentpool für Startups weiter schrumpfen lassen. In der Folge seien Startups weniger in der Lage, Diversitätsziele effektiv zu verfolgen, obwohl der Wille zur Förderung von DEI grundsätzlich vorhanden sei.

02

Bürokratie und administrative Herausforderungen

Gründende dieser Kategorie sehen die bestehende Bürokratie und die Vielzahl an Verwaltungsvorschriften als eine der größten Herausforderungen für deutsche Startups bei der Förderung von DEI, da sie den Zugang zu internationalen Talenten erheblich erschweren. Sie empfinden die asymmetrische Begünstigung bestimmter Gruppen durch gesetzliche Regelungen als besonders belastend, da diese zusätzlichen administrativen Aufwand verursacht. Darüber hinaus bemängeln sie die langsame Bearbeitung von Visa-Anträgen für internationale Fachkräfte, was die Rekrutierung qualifizierter Mitarbeitender aus dem Ausland erschwert.

03

Wahrnehmung durch Investierende und den Markt

Die Befragten dieser Kategorie nehmen eine Diskrepanz zwischen den Versprechungen von Investierenden, mehr in Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion zu investieren, und dem Mangel an tatsächlichen Investitionen in z. B. von Frauen geführte Unternehmen oder Fonds. Wahr empfinden die entsprechenden Initiativen der Investierenden als überwiegend symbolisch und als Teil von Marketingstrategien. Insbesondere Gründende aus marginalisierten Gruppen berichten, dass sie sich von einer überwiegend weißen Investorenschaft nicht wahrgenommen oder systematisch anders bewertet fühlen. In der Folge sehen sie geringere Chancen auf Investments, was wiederum ihre Bereitschaft, sich aktiv um solche Finanzierungen zu bemühen, negativ beeinflusse. Sie berichten von Denkmustern der Investierenden, die sich an traditionellen Bewertungsmustern orientieren und tendenziell weniger offen für Gründende aus unterrepräsentierten Gruppen seien.

04

Unternehmenskultur und interne Einstellung

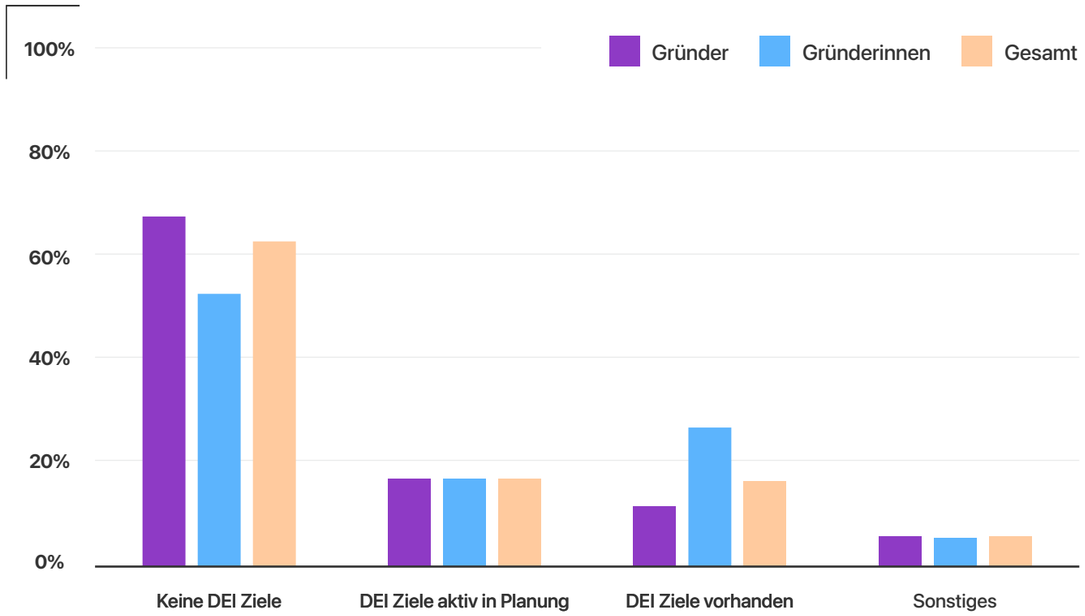
Gründende dieser Kategorie vermeiden in ihren Startups bewusst Kategorisierungen bzw. Einteilungen in Personengruppen und steuern beim Auftreten solcher Tendenzen aktiv gegen. Sie argumentieren, dass DEI-Initiativen in ihren Unternehmen nicht umgesetzt werden, weil sie aus ihrer Sicht keinen Mehrwert bieten. Darüber hinaus gibt es in dieser Kategorie Befragte, die ausdrücklich kein Interesse an DEI zeigen und entsprechende Richtlinien als diskriminierend empfinden. Sie empfinden DEI-Initiativen als Bevorzugung bestimmter Gruppen und sind der Meinung, dass sie eher zu Ungleichheiten führen würden statt diese abzubauen. Einige Personen dieser Kategorie weisen zudem auf die dynamischen Strukturen in Startups hin, welche den Einsatz von Mitarbeitenden mit Beeinträchtigung erschweren und zu praktischen Herausforderungen bei deren Integration führen.

05

DEI-Ziele in deutschen Startups

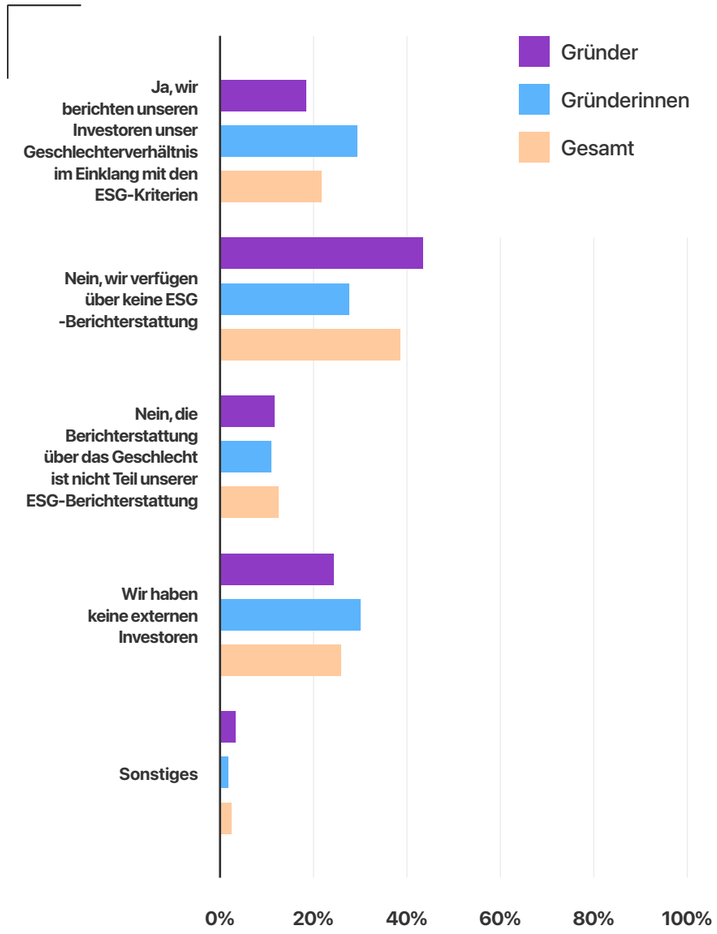
Die Mehrheit deutscher Startups (77 %) hat keine mündlichen oder schriftlichen Zielvereinbarungen zur Förderung von DEI in ihrem Startup getroffen; nur 16 % haben DEI-Zielvereinbarungen formuliert; 3 % geben Gründe für fehlende Zielvorgaben an: darunter die fehlende Relevanz bzw. Ablehnung von DEI, das Vorhandensein von Diversität ohne Zielvorgaben, die Verwerfung früherer als ineffektiv wahrgenommener DEI-Zielvereinbarung oder auch eine fehlende Formalisierung oder das frühe Startup-Stadium. Gründer haben seltener DEI-Zielvorgaben als Gründerinnen. Je weiter ein Startup im Gründungsprozess ist, desto eher hat es Zielvorgaben für DEI (Abbildung 15).

Abbildung 15: Ziele zur Steigerung von DEI in Startups nach Geschlecht der Gründenden



51 % der Startups geben an, dass sie entweder gar keine ESG-Berichterstattung ablegen oder ihre ESG-Berichterstattung keine Angaben zur Geschlechterverteilung enthält. Nur 21 % geben im Rahmen der ESG-Berichterstattung die Geschlechterverteilung in ihrem Startup an. 25 % der Startups haben keine externen Investoren und somit keine Berichterstattungspflicht und 3 % geben andere Gründe für die fehlende Berichterstattung an (Abbildung 16).

Abbildung 16: ESG-Berichterstattung in den Startups



06

Wünsche für DEI-Maßnahmen

Wünsche für DEI-Maßnahmen an Investierende

Die Mehrheit der befragten Personen hat keine konkreten Wünsche an Investierende und spricht sich sogar gegen verpflichtende Maßnahmen zur Förderung von DEI in Startups aus. Wenngleich die Gründenden proaktive Unterstützung der Investierenden begrüßen würden, sehen sie es als Aufgabe der Gründenden, DEI sicherzustellen. Pauschale Maßnahmen oder allgemeine Auflagen werden als wenig zielführend erachtet; vielmehr sollten Gründende durch ihre Vorbildfunktion und gezielte Einzelgespräche im Bedarfsfall gegensteuern. Diese Wünsche der Gründenden finden sich auch in bestehenden wirtschaftspolitischen Forderungen wieder, bspw. in einem Positionspapier des Beirats Junge Digitale Wirtschaft beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (bjdw, 2021), indem dieser vorschlägt, dass Investierende sensibilisiert werden für unconscious biases (unbewusste Vorurteile) und sich auch selbst als wichtige Akteure im Startup-Ökosystem diversifizieren.

Einige der Befragten betrachten DEI grundsätzlich kritisch: Investitionsentscheidungen sollten auf Basis des Produktes oder Geschäftsmodells getroffen werden und DEI-Maßnahmen so gestaltet sein, dass sie die spezifischen Herausforderungen des Startups lösen und nicht verstärken.

Wünsche für DEI-Maßnahmen an die Politik

In Bezug auf die Wünsche für DEI-Maßnahmen an die Politik zeigt sich ein gemischtes Bild: Ein Teil der Befragten lehnt zusätzliche politische Maßnahmen ab und äußert zudem Besorgnis über bereits bestehende Regulierungen in Deutschland. Diese Gründenden vertreten die Ansicht, dass die Politik keinen direkten Einfluss auf DEI haben sollte und sehen Gründende selbst in der Pflicht, als Vorbilder aufzutreten und künftigen Generationen Inklusion vorzuleben.

Ein zweiter Teil der Befragten spricht sich für spezifische DEI-Maßnahmen seitens der Politik aus, darunter Quoten für Diversität (nicht nur in Bezug auf das Geschlecht), Maßnahmen für mehr Barrierefreiheit, Transparenz über Lohngerechtigkeit sowie die frühzeitige Förderung von Mädchen und Frauen in MINT-Fächern. Zudem fordern Gründende, dass mehr Daten zu DEI erhoben werden sollten, sodass Politiker datenbasierte Entscheidungen treffen können.

Ein dritter Teil der Befragten fordert systemische und strukturelle Veränderungen durch die Politik. Sie fordern Maßnahmen, die das Gründen attraktiver machen – neben Maßnahmen für Personen mit wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund fordern sie insbesondere Angebote für Tech-Talente. Zum Abbau solcher struktureller Hürden im Gründungsprozess bestehen bereits Forderungen an die Politik, Ungleichbehandlungen, diskriminierenden Rahmenbedingungen und mangelnde oder fehlerhafte steuerlich-rechtliche Anreize zu beseitigen (bjdw, 2021). Für gründungsfreundliche Hochschulen hat die bundesweite Gründerinnenagentur (bga, 2024) umfangreiche Handlungsempfehlungen erarbeitet.

Weitere Forderungen umfassen die Vereinfachung der Elternzeit, insbesondere für Selbstständige sowie Unternehmerinnen und Unternehmer. Diese Forderung der Gründenden wird von einer Initiative des Startup-Verbands, des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) und des Bundesverbands der Freien Berufe (BFB), sich für die Verbesserung der Vereinbarkeit von Unternehmertum und Familie einzusetzen, unterstützt (Startup-Verband, VdU, & BFB 2023).

Ein letzter und großer Teil der Gründenden wünschen sich den Abbau von Bürokratie im Gründungsprozess. Der Bürokratieabbau, um das Gründen vor allem für Migrant Founders attraktiver zu machen, wurde bereits vom Startup-Verband gefordert (Hirschfeld et al., 2023).

Wünsche für DEI-Maßnahmen an Verbände und Netzwerke im Startup-Ökosystem

Auch mit Blick auf die Wünsche an Verbände und Netzwerke im Startup-Ökosystem, sind die Befragten geteilter Meinung: Ein Teil der Gründenden wünscht sich keine konkreten Maßnahmen zur Förderung von DEI, da andere Herausforderungen wie beispielsweise die wirtschaftliche Rezession höhere Priorität für sie haben. Ein anderer Teil fordert dagegen sehr konkrete Maßnahmen. Insbesondere im Investitionsbereich wünschen sich die Gründenden konkrete DEI-Standards. Darüber hinaus fordern sie mehr Vielfalt in den Verbänden und Netzwerken selbst: Diese sollten sich dafür einsetzen, mehr Personen aus unterrepräsentierten Gruppen für die Interessenvertretung zu gewinnen, um echtes Verständnis sicherzustellen. Weitere Wünsche umfassen Mentorship- und Sponsorship-Programme, die gezielte Förderung von Frauen in MINT-Fächern sowie die Einführung anonymer Lebensläufe als Branchenstandard, um Diskriminierung zu minimieren.

Ein weiterer Teil der Befragten spricht sich explizit gegen DEI-Quoten und -Standards aus, da sie befürchten, dass diese DEI konterkarieren. Sie sind der Meinung, dass die Fähigkeiten der Mitarbeitenden im Fokus stehen sollten- ohne Unterschiede basierend auf demografischen Merkmalen zu betonen und weitere bürokratische Herausforderungen zu schaffen. Darüber hinaus wünschen sie sich Maßnahmen, um den Standort Deutschland für ausländische Fachkräfte attraktiver zu gestalten.

Literaturverzeichnis

Gründerinnen an den Start: Handlungsempfehlungen für Hochschulen

Bundesweite Gründerinnenagentur (2024)

ONLINE VERFÜGBAR

Female Founders Monitor 2022

Hirschfeld, A., Gilde, J., & Walk, V. (2022)

ONLINE VERFÜGBAR

Migrant Founders Monitor 2023

Hirschfeld, A., Gilde, J., & Walk, V. (2023)

ONLINE VERFÜGBAR

Deutscher Startup Monitor 2024

Hirschfeld, A., Kollmann, T., Gilde, J., Walk, V., & Ansorge, M. (2024)

ONLINE VERFÜGBAR

The Paradox of Meritocracy in Organizations. Administrative Science Quarterly, 55(4), 543-676

Castilla, E. J., & Benard, S. (2010)

Positionspapier zum Thema Diversität und Gründerinnen

Beirat Junge Digitale Wirtschaft beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2021)

ONLINE VERFÜGBAR

Mehr Diversität in der Wirtschaft durch bessere Vereinbarkeit von Familie und Unternehmertum

Eine Initiative des Startup-Verbands, des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) und des Bundesverbands der Freien Berufe (BFB) (2023)

ONLINE VERFÜGBAR

Unterstützende der Studie

Allbright Stiftung	ALLBRIGHT
Encourage Ventures	encourageventures
Verband deutscher Unternehmerinnen	VdU Verband deutscher Unternehmerinnen
Startup-Verband	STARTUP VERBAND

09

Über die Herausgebenden

Nadja Born, M.Sc.

ist Doktorandin am Lehrstuhl für Strategie und Organisation der Technischen Universität München, am Massachusetts Institute of Technology sowie an der Harvard Universität. Sie studierte Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München und Technologiemanagement am Center for Digital Technology and Management (CDTM) in München mit Studienaufenthalten am Massachusetts Institute of Technology, der Universitat de Barcelona und der University of Texas at Austin. Sie hat sich darauf spezialisiert, verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse zu nutzen, um Maßnahmen zu entwickeln und experimentell zu testen, die Biases verringern und die Entscheidungsfindung verbessern. Ihre Arbeit verfolgt einen interdisziplinären Ansatz, der Theorien und Methoden aus der Sozialpsychologie, Data Science und der Verhaltensökonomie einbezieht. Durch die Nutzung von Behavioral Science in Verbindung mit Organisationsdesign und Technologie befasst sie sich mit komplexen Themen, die von Diversity, Equity und Inclusion bis hin zu Entrepreneurship und Führung reichen.

Prof. Dr. Theresa Treffers

ist Professorin für Entrepreneurship an der Privatuniversität Schloss Seeburg und Privatdozentin an der School of Management der Technischen Universität München. Sie studierte Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München und an der National University of Singapore. Nach ihrer Promotion an der Ludwig-Maximilians-Universität München arbeitete sie als Postdoktorandin in einem von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Projekt an der Rotterdam School of Economics. Von 2013 bis 2016 war sie Assistenzprofessorin für Entrepreneurship an der Technischen Universität Eindhoven in den Niederlanden und 2018 war sie Gastprofessorin an der Universität St. Gallen. Ihre Forschungsinteressen konzentrieren sich auf die Vorhersage von Startup-Erfolg, Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion sowie die Auswirkungen von KI auf Arbeit und Führung. Sie unterrichtet Kurse über Organisation, Führung, Personalmanagement, Unternehmertum und Innovation sowie empirische Forschungsmethoden.

Prof. Dr. Isabell M. Welpe

ist Inhaberin des Lehrstuhls für Strategie und Organisation an der Technischen Universität München. Ihre Forschungsschwerpunkte sind die digitale Transformation von Unternehmen, Geschäftsmodellinnovationen, die Auswirkungen digitaler Technologien auf Wirtschaft und Organisationen sowie die Zukunft von Führung und Arbeits-und Organisationsgestaltung. Sie studierte Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München und am Massachusetts Institute of Technology, Boston, USA. Darüber hinaus absolvierte sie einen MSc an der London School of Economics. Isabell Welpe lehrt Strategie und Geschäftsmodellinnovation, Digitale Transformation, Leadership, Organisationsdesign und Managing People and Organizations. Ihre Forschung wurde in verschiedenen akademischen und praxisorientierten Zeitschriften veröffentlicht.

Angie Gifford

ist bei Meta seit 2022 als Vizepräsidentin für die Weltregion Europa, Naher Osten & Afrika (EMEA) tätig und leitet die Geschäftsentwicklung von Plattformen wie Facebook, WhatsApp, Instagram und Messenger. Zuvor war sie als Vizepräsidentin für die Region Zentraleuropa bei Meta zuständig. Bis Ende 2018 leitete sie als Geschäftsführerin Hewlett-Packard (HP) den Bereich Software und Digitalisierung im deutschsprachigen Raum. Vormals war sie über 20 Jahre in Managementpositionen bei Microsoft im In- und Ausland tätig, unter anderem als Mitglied der Deutschland-Geschäftsführung. Vom Manager Magazin wurde sie als eine der 100 einflussreichsten Wirtschaftsfrauen Deutschlands benannt. Gifford ist Vorstandsmitglied der Atlantik-Brücke und im Aufsichtsrat von Thyssenkrupp tätig, vormals in den Aufsichtsräten von TUI, ProSiebenSat.1 und Rothschild.

Anna Ott

ist seit 25 Jahren in der Technologiebranche tätig und konzentriert sich dabei auf "Human Resources" und Organisationsentwicklung. Sie begann ihre Karriere im Internet-Ökosystem in Europa und arbeitete bei Lycos Europe während des Börsengangs. Durch diese Erfahrung lernte sie die Dynamik des Dot-Com-Booms und die Herausforderungen des anschließenden Marktzusammenbruchs in den Jahren 2000-2001 kennen. Im Laufe ihrer Karriere war Anna sowohl intern als auch als externe Beraterin tätig und hat so zum Wachstum und Erfolg vieler Unternehmen beigetragen. In den letzten 14 Jahren hat sie eng mit Investorenportfolios zusammengearbeitet, zunächst bei Team Europe, einem Company Builder, wo sie Mitbegründer für neue Unternehmen, darunter Delivery Hero, identifizierte. Diese Erfahrung vermittelte ihr tiefe Einblicke in die Komplexitäten von Early Stage Startups. Anschließend wechselte sie zum Corporate Incubator der Deutschen Telekom, wo sie ebenfalls Start-up in den ersten Wachstumsphasen HR-seitig unterstützte. Bei HV Capital berät sie das Portfolio von über +225 Startups von Series A bis Late Stage in allen Talent- und Organisationsfragen.

Bernhard Eichiner LL.M.

verantwortet als Referatsleiter die Themen Industrie, Innovation und Beratung bei der IHK für München und Oberbayern. Nach den Studien der Betriebswirtschaftslehre in Heidelberg sowie des Wirtschafts- und Steuerrechts an der Ruhr-Universität Bochum war Eichiner lange Jahre für KMU-fokussierte Beratungshäuser tätig. Er beriet unter anderem bei grenzüberschreitenden M&A-Transaktionen auf der Buy- und Sell-Side, Carve-Outs sowie komplexen Restrukturierungen und Refinanzierungen (auch kapitalmarktorientiert). Zuletzt war Eichiner für ein Big-Four Haus als Prokurist im Bereich Deal Advisory tätig. Eichiner vertritt zudem den Bayerischen Industrie und Handelskammertag e.V. (BIHK) im Strategierat der Bayerischen Forschungs- und Innovationsagentur.

Elfriede Kerschl

ist in der IHK für München und Oberbayern zuständig für die Themen Fachkräftesicherung, Arbeitsmigration und IHK Business Women. Die Sichtbarkeit von Unternehmerinnen zu stärken und damit mehr Mädchen und Frauen für die Selbständigkeit zu gewinnen, die Rahmenbedingungen für weibliches Unternehmertum zu verbessern und die Vernetzung von Unternehmerinnen zu stärken sind Aufgabenschwerpunkte ihrer Arbeit. Die Referatsleiterin hat den IHK-Fachausschuss Unternehmerinnen initiiert, das erste Ehrenamtsgremium dieser Art bundesweit mit dem Ziel das weibliche Unternehmertum zu stärken. Einer ihrer Projekte ist der IHK-Girls'Day „Ich werde Chefin", der Schülerinnen den Alltag einer Chefin näherbringen soll und mittlerweile bundesweit in den IHKs umgesetzt wird.

Florian Nöll

ist Partner und EMEA Startups, Scaleups und Global Venturing Leader bei der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC Deutschland. Er ist Experte für Startups, Corporate Innovation und die digitale Wirtschaft sowie Brückenbauer zwischen Technologie-Gründungen und etablierten Unternehmen. Er unterstützt Startups, berät Familienunternehmer, Geschäftsführer:innen und Vorständ:innen aus Industrie und Mittelstand und hilft ihnen dabei, in Technologie-Gründungen zu investieren. Florian Nöll ist selbst Gründer mehrerer Startups – sein erstes Unternehmen startete er bereits als Schüler. Vor seinem Wechsel zu PwC gründete er den Bundesverband Deutsche Startups, den er viele Jahre als Vorsitzender leitete, um den Gründungsstandort Deutschland zu fördern. Als Stiftungsrat der schwedisch-deutschen Allbright Stiftung setzt sich Florian Nöll für mehr Diversität und Frauen in Führungspositionen in der Wirtschaft ein.

Dr. Martin Schilling

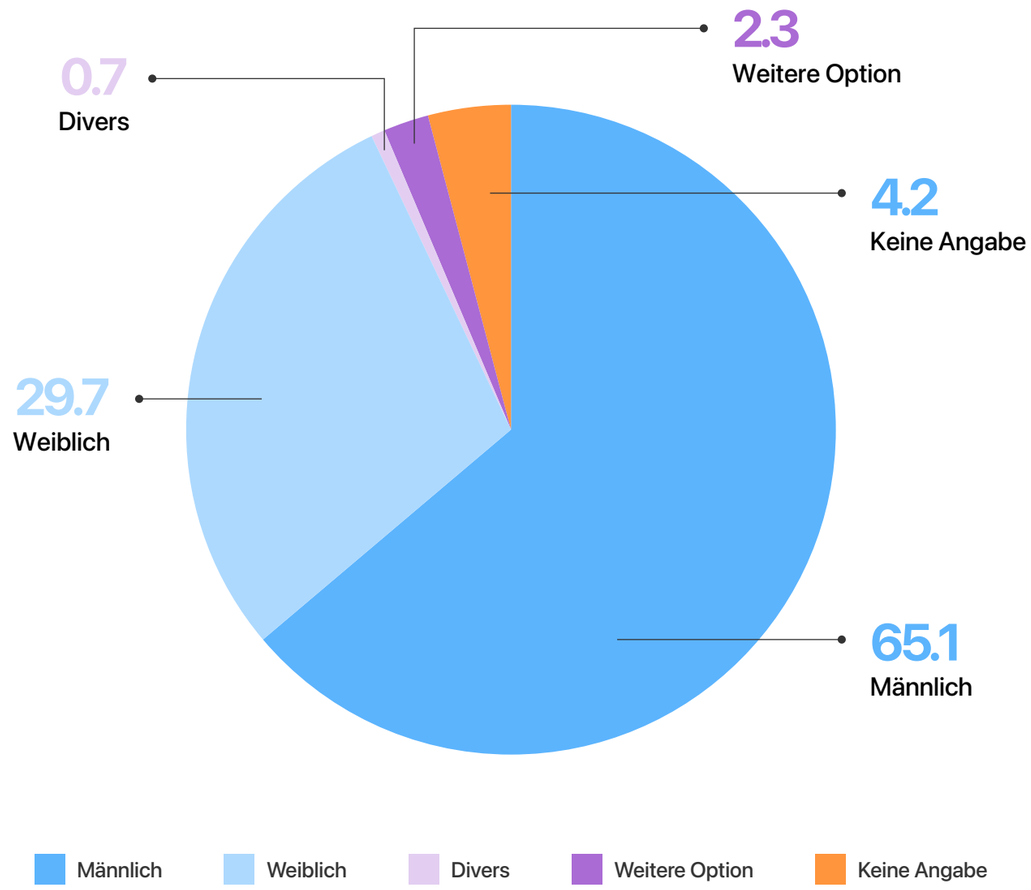
gründet aktuell Deep Tech Momentum. Von 2021 bis 2024 war er Managing Director bei Techstars Deep Tech Berlin und hat in über 70 Startups investiert, vor allem in Deep Tech und B2B SaaS. Zusätzlich ist er seit 2022 in zahlreiche andere Startups als Investor involviert, darunter Unternehmen wie Riverse, hexafarms und Trudenty. Vor seiner aktuellen Rolle war er COO der N26 Group, wo er maßgeblich an der Skalierung der Unternehmensoperationen beteiligt war. Zuvor gründete er Orphoz, eine Tochtergesellschaft von McKinsey & Company, und leitete dort digitale Transformationsprojekte. Von 2021 bis 2024 war er Board Member beim Bundesverband Deutscher Startups. Außerdem ist er Autor des Buches The Builder's Guide to the Tech Galaxy, das Unternehmern beim Übergang von Startups zu großen Unternehmen helfen soll.

Anhang

Beschreibung der Stichprobe

Die Stichprobe der vorliegenden Studie besteht aus 526 Personen, die in Deutschland ein Startup gegründet haben. Die Personen der Stichprobe sind im Durchschnitt 43 Jahre alt (Standardabweichung = 14 Jahre, Minimum = 20 Jahre, Maximum = 70 Jahre). Davon identifizieren sich 65 % als eindeutig männlich und 30 % als eindeutig weiblich (Abbildung A.1). Die Stichprobe von zehn non-binären beteiligten Personen ist nicht representative und zu klein für weiterführende Analysen. Entsprechend wurde diese Gruppe nicht in die vergleichenden Analysen der Studie aufgenommen.

Abbildung A.1: Geschlechteridentität der Befragten



Knapp 80 % der Befragten haben als Herkunftsland Deutschland angegeben. Die restlichen Herkunftsländer sind sehr unterschiedlich, darunter USA, China, Italien, Ungarn und Österreich.

Als fachlichen Hintergrund nannten 40 % Wirtschaftswissenschaften, jeweils ungefähr 10 % Ingenieurwissenschaften, IT und Naturwissenschaften. Andere fachliche Hintergründe wie Recht und Medizin waren seltener vertreten. Hierbei war der Anteil von Natur-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften unter Gründerinnen höher, während ein Hintergrund in IT und Ingenieurswissenschaften unter Gründern verbreiteter war (Abbildung A.2).

Abbildung A.2: Fachlicher Hintergrund der Befragten nach Geschlecht

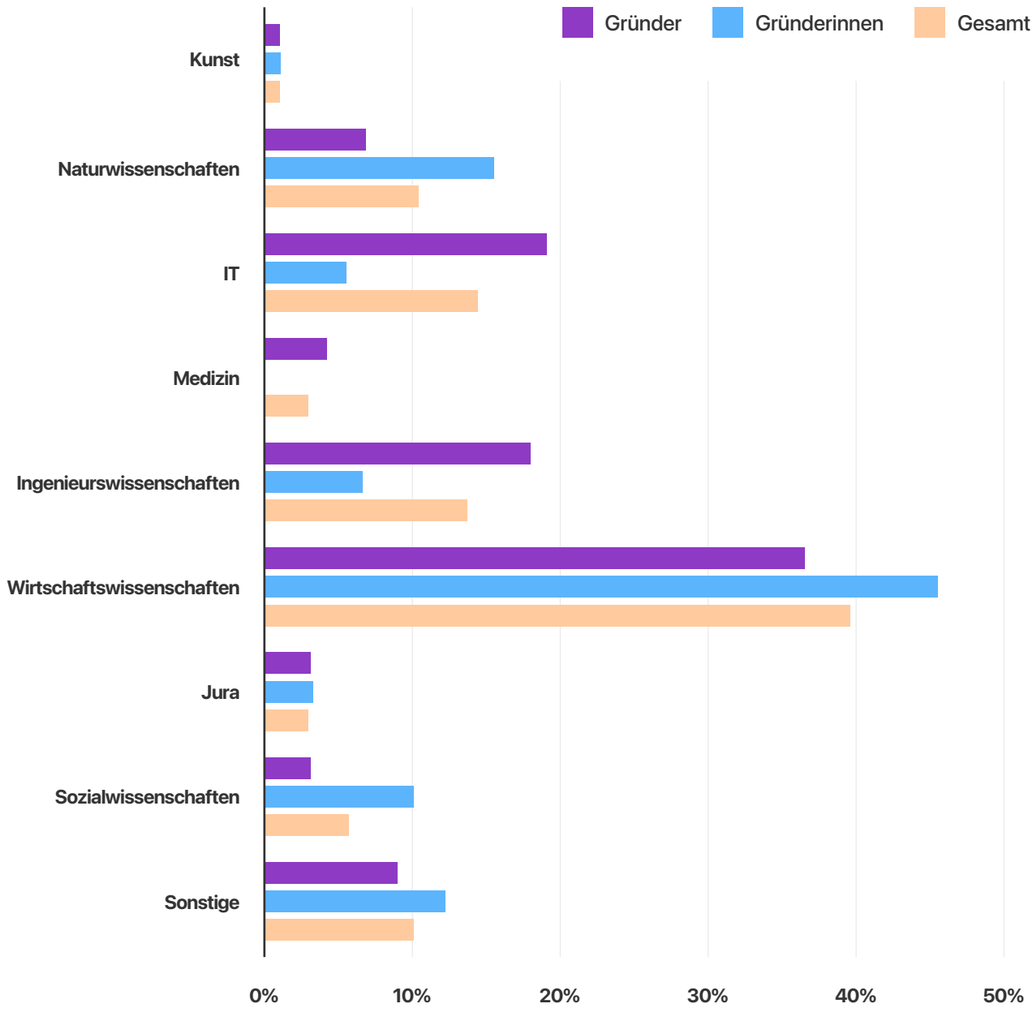


Abbildung A.3: Anzahl an Kindern der Befragten nach Geschlecht

Knapp 50 % der befragten Personen haben angeben, keine Kinder zu haben. Ein Viertel der befragten Personen hat zwei Kinder. Hierbei gab ein höherer Anteil der Gründerinnen an kein Kind oder ein Kind zu haben, während mehr Gründer zwei oder mehr Kinder haben (Abbildung A.3).

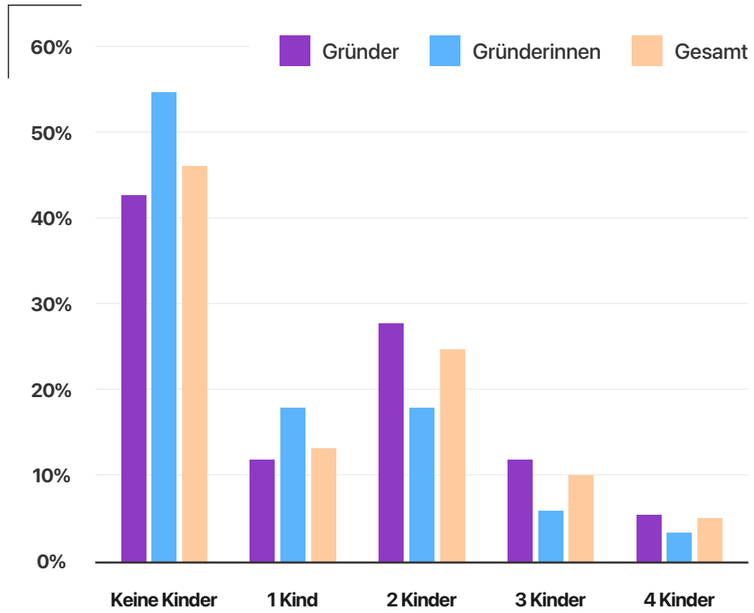


Abbildung A.4: Anzahl Personen im Gründungsteam der Befragten nach Geschlecht

Knapp 50 % der befragten Personen geben an, zu zweit gegründet zu haben, knapp 25 % zu dritt und 13 % allein. Der Anteil der Gründerinnen, die alleine gründen, ist höher als der Anteil der Gründer, wobei sich kein Geschlechterunterschied bei Gründerduos zeigt. Der Anteil der Gründer, die in Dreier- und Viererteams gründen, ist höher als bei Gründerinnen (Abbildung A.4).

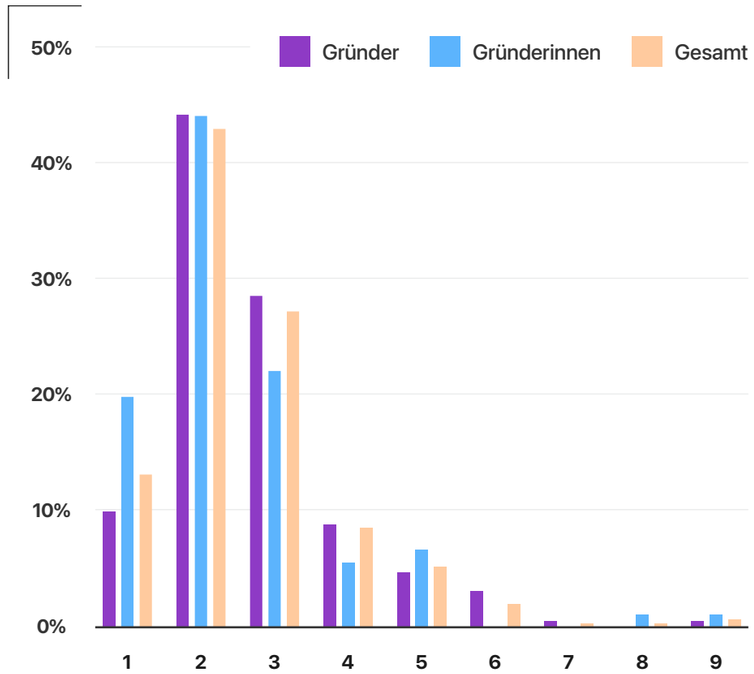
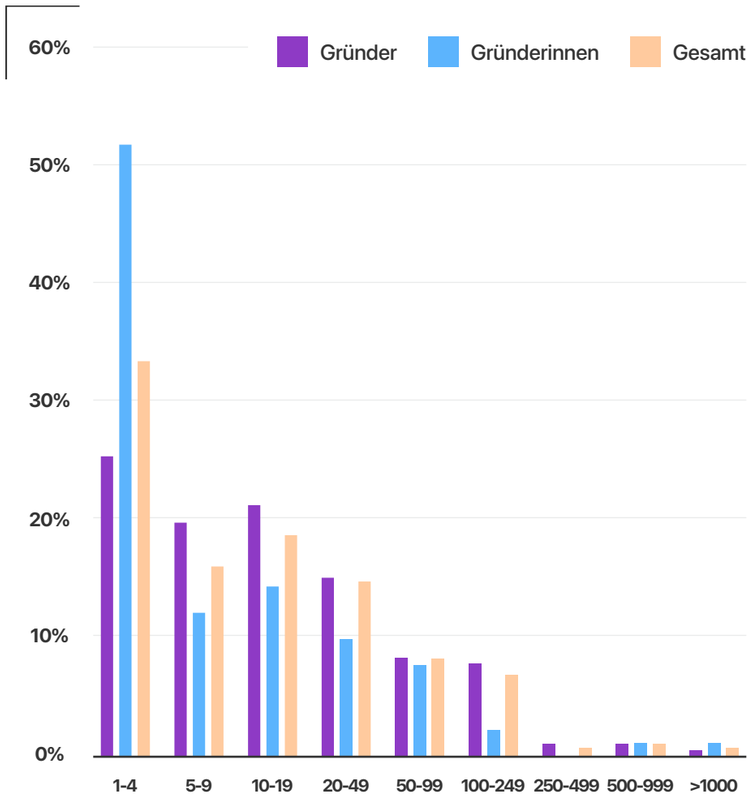


Abbildung A.5: Anzahl Mitarbeitende in den befragten Startups nach Geschlecht

Die meisten Startups (33 %) der Stichprobe haben ein bis vier Mitarbeitende, 16 % haben fünf bis neun Mitarbeitende, 18 % haben zehn bis 19 Mitarbeitende und 15 % haben 20 bis 49 Mitarbeitende. Hierbei zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der Gründerinnen von maximal vier Mitarbeitenden berichten, während anteilig mehr Gründer von höheren Mitarbeitendenzahlen berichten (Abbildung A.5).



Die befragten Personen geben an, dass 32 % des Gründungsteams ihres Startups weiblich sind, 26 % andere Nationalitäten haben, 4 % Personen mit Beeinträchtigungen sind und 8 % der LGBTQIA+ Community angehören. Darüber hinaus berichten die befragten Personen, dass 39 % ihrer Vollzeitangestellten weiblich sind, 36 % andere Nationalitäten haben, 5 % Personen mit Beeinträchtigungen sind und 7 % der LGBTQIA+ Community angehören (Abbildung A.6).

Abbildung A.6: Repräsentierte Personen in der Belegschaft der befragten Startups

	Frauen	Nicht-Deutsche Nationalität	Personen mit Beeinträchtigungen	Personen der LGBTQIA+ Community
Gründende	32%	26%	4%	8%
Vollzeitangestellte	39%	36%	5%	7%

Abbildung A.7: Industrie nach Geschlecht

21 % der befragten Startups sind High-Tech-Startups, alle anderen Branchen sind unter 10 % vertreten, wobei sich 16 % nicht durch die vorgegebenen Branchen repräsentiert fühlten und „weitere" angegeben haben. Insgesamt sind in allen Branchen bis auf HR mehr Gründer als Gründerinnen vertreten. Wobei gerade der Anteil an Gründern im High-Tech-Bereich deutlich höher ist als der Anteil an Gründerinnen (Abbildung A.7).

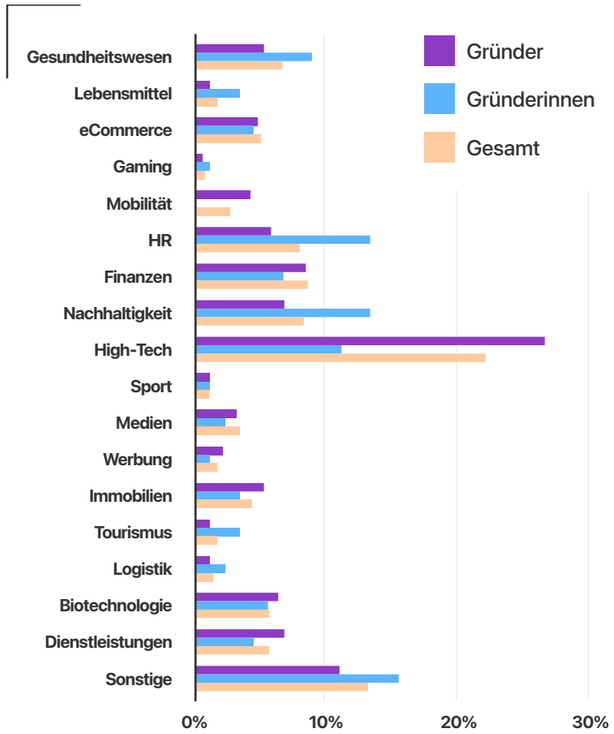
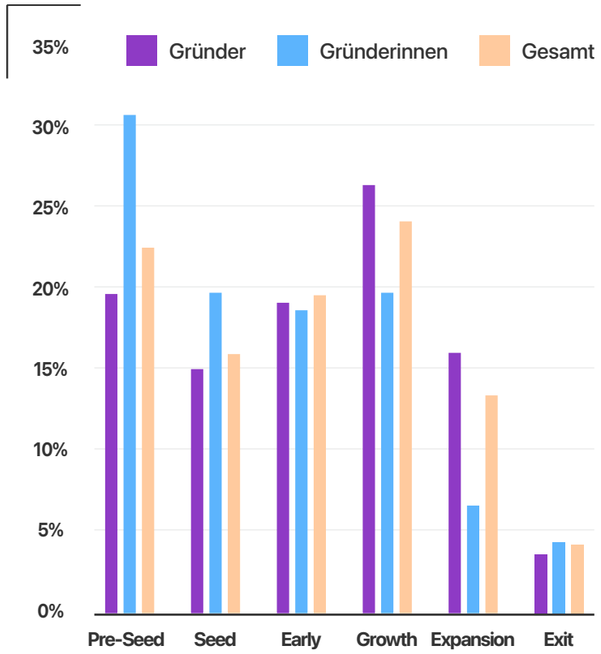


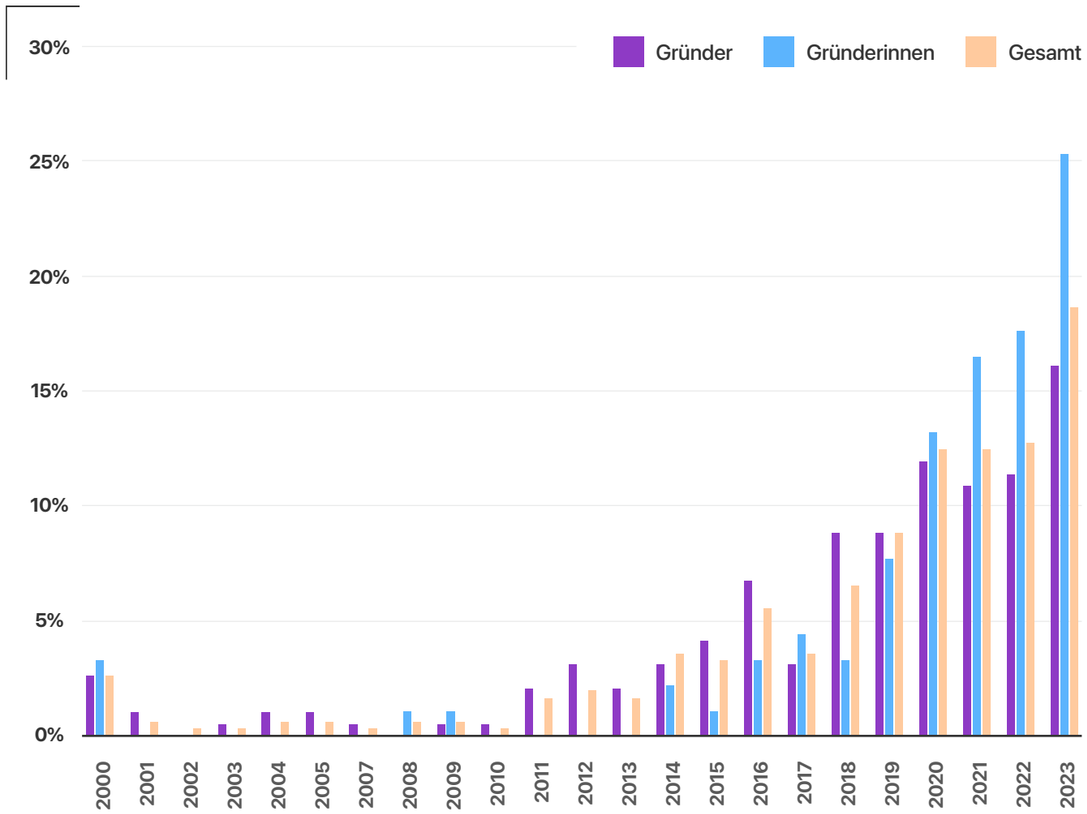
Abbildung A.8: Gründungsphasen der Befragten nach Geschlecht

Die meisten Befragten gaben an, dass sich ihr Startup in der Wachstumsphase (24 %) oder in der Pre-Seed-Phase (21%) befindet; 20 % der Startups sind Early-Stage, 16 % in der Seed-Phase, 14 % in der Expansionsphase und 5 % in der Exit-Phase. Hierbei ist der Anteil an Gründerinnen in früheren Gründungsphasen, insbesondere der Pre-Seed-Phase, höher als in späteren Phasen. Der Anteil der Gründer hingegen ist recht gleichverteilt über die verschiedenen Gründungsphasen, mit dem höchsten Anteil in der Wachstumsphase (Abbildung A.8).



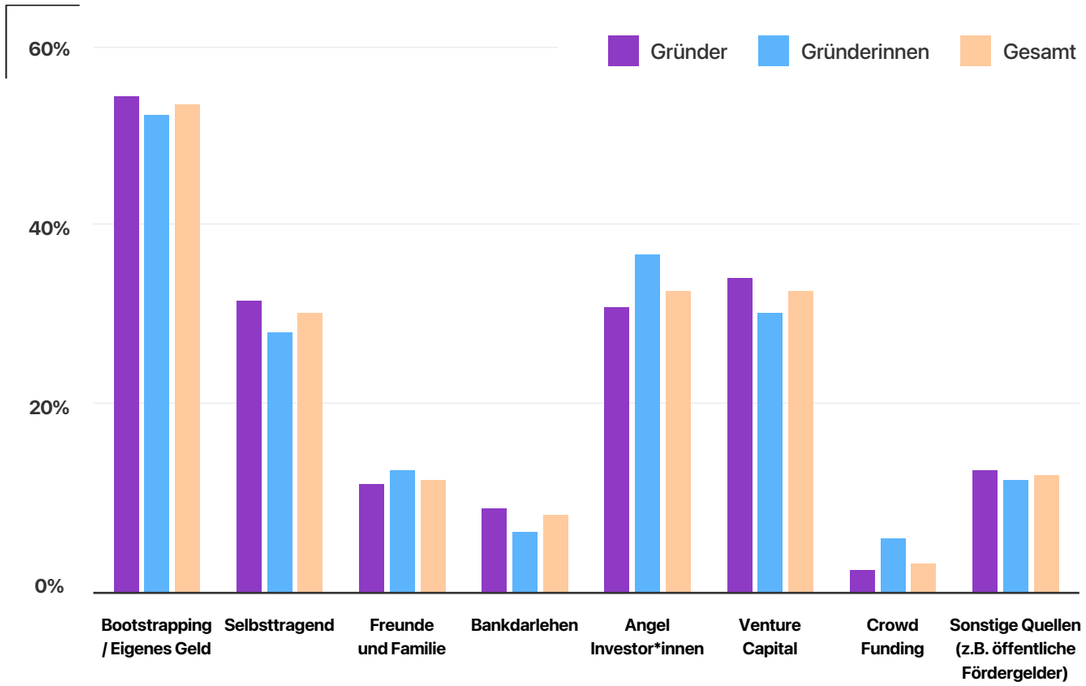
Der Großteil der Startups in unserer Stichprobe wurde erst 2023 gegründet (~18 %). Die ältesten Unternehmen wurden 2000 gegründet. Im Durchschnitt sind die Startups in unserer Stichprobe 5,5 (SD = 5,2) Jahre alt. Hierbei berichten mehr Gründerinnen von Startups, dass sie in den letzten fünf Jahren gegründet haben, während Gründer vermehrt auch von älteren Startups berichten (Abbildung A.9).

Abbildung A.9: Startup-Gründungsjahr der Befragten nach Geschlecht



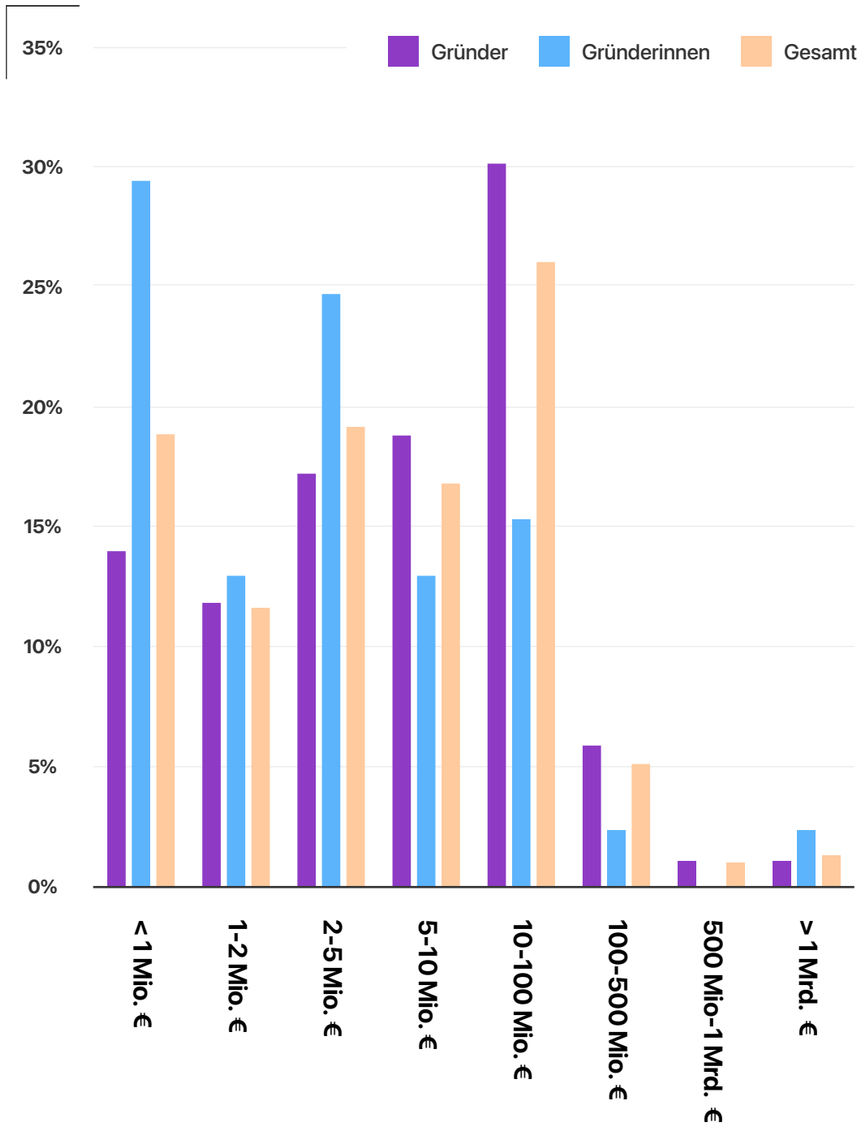
Mehr als 50 % der Startups finanzieren sich mit eigenem Geld. Jeweils knapp 30 % geben an, dass sie hauptsächlich durch Venture Capital oder Business Angels finanziert werden oder bereits kostendeckend operieren. 12 % der befragten Personen gaben an, andere Finanzierungsquellen wie beispielsweise öffentliche Fördergelder (z.B. EXIST oder EU-Förderung) zu erhalten oder ein Spin-off eines etablierten Unternehmens zu sein. Gründerinnen gaben häufiger an, über Crowdfunding, Angel-Investments oder Familie und Freunde finanziert zu werden. Bei allen anderen Finanzierungsquellen liegen die Gründer vor den Gründerinnen (Abbildung A.10).

Abbildung A.10: Hauptsächliche Finanzierungsquellen der befragten Startups nach Geschlecht



Bei der aktuellen Bewertung des eigenen Startups zeigt sich in der Stichprobe ein breites Spektrum von unter 1 Million Euro (20 %) bis über 1 Milliarde Euro (2 %). Hierbei gaben mehr als 65 % der Gründerinnen eine Bewertung von weniger als 5 Millionen Euro an, während mehr als die Hälfte der Gründer von einer Bewertung von mehr als 5 Millionen Euro berichtete (Abbildung A.11).

Abbildung A.11: Startup Valuation der Befragten nach Geschlecht



Fragebogenentwicklung und Datenerhebung

Zwischen Juli und September 2023 wurde in intensivem Austausch zwischen den Herausgeberinnen und Herausgebern der vorliegenden Studie ein Fragebogen entwickelt, der grundlegende Fragen an Personen, die in Deutschland ein Startup gegründet haben, mit Blick auf alle drei Dimensionen von DEI enthielt. Die Leitfragen des Fragebogens lauteten entsprechend wie folgt:

1. Welche Bedeutung messen Personen, die gegründet haben, DEI im Allgemeinen und in ihrem eigenen Startup bei?
2. Welche Maßnahmen setzen Personen, die gegründet haben, zur Förderung von DEI im Allgemeinen und in ihrem eigenen Startup ein und als wie wirksam bewerten sie diese?
3. Welche Wünsche haben Personen, die gegründet haben, an Politik, Personen, die in Startups investieren, und Verbände zu DEI-Maßnahmen?

Aus diesen Leitfragen wurde ein Online Fragebogen verfasst, dessen Beantwortung ca. zehn Minuten in Anspruch nahm. Der Fragebogenlink wurde von Oktober 2023 bis Juni 2024 sukzessive an über 5.000 deutsche Personen, die in Deutschland ein Startup gegründet haben, direkt per E-Mail verschickt und über Social Media verbreitet. Alle Herausgeberinnen und Herausgeber haben sich für die Verbreitung des Fragebogens in ihren Netzwerken und für eine hohe Rücklaufquote eingesetzt, sodass 526 Personen den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben.

Inhalte des Fragebogens

Nach einer Einführung mit Informationen zum Ziel, den Inhalten und den Herausgebenden der Studie, wurden zu Beginn des Fragebogens allgemeine Fragen zur Person und zum Startup gestellt. Die demografischen Fragen zur Person beinhalteten das Geburtsjahr, Geschlecht (Männlich / Weiblich / Nichtbinär / drittes Geschlecht / Selbstbeschreibung mit offenem Textfeld / Keine Angabe), Herkunftsland, fachlichen Bildungshintergrund und Anzahl der Kinder. Fragen zum Startup umfassten die Branche, Gründungsphase (Pre-Seed, Seed, Early, Growth, Expansion, Exit), Größe (Anzahl Gründungsmitglieder und Mitarbeiteranzahl), Gründungsjahr, vornehmliche Finanzierung (Bootstrapping / Eigenes Geld, selbsttragend, Freunde und Familie, Bankdarlehen, Angel Investierende, Venture Capital, Crowdfunding – Mehrfachauswahl möglich) und aktuelle Bewertungshöhe (von < 1 Mio. bis > 1 Mrd. Euro).

Ebenso wurden die befragten Personen um Angaben zur aktuellen Vielfalt im eigenen Startup in Bezug auf Geschlecht, Nationalität, Beeinträchtigung und LGBTQIA+-Status gebeten. Die Befragten haben auf einem Schieberegler von 0 bis 100 % eingeschätzt, wie viel Prozent ihrer Mitarbeitenden sich als weiblich identifizieren, eine andere Nationalität haben als die Deutsche, eine Behinderung haben oder Teil der LGBTQIA+ Community sind. Die Angaben wurden getrennt erfragt von den befragten Personen für Personen, die gegründet haben, Führungskräfte und Vollzeitbeschäftigte in ihren Startups. Die befragten Personen hatten auch die Möglichkeit, über die Antwortkategorie „ich weiß es nicht“ keine Angaben zur Verteilung zu machen.

Nach einer kurzen Definition der Begriffe Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Inklusion wurden anschließend die drei Leitfragen in fünf Themenbereichen abgefragt. Diese Themenbereiche erfragten

01

Die wahrgenommene Wichtigkeit von DEI im Allgemeinen und für das eigene Startup

02

Welche Maßnahmen für mehr DEI bereits in deutschen Startups eingesetzt werden sowie deren Wirksamkeit

03

Welche Widerstände die Personen, die gegründet haben, gegen DEI im eigenen Startup erleben

04

Welche DEI-Zielgrößen sich die Startups gesetzt haben

05

Welche Wünsche an Politik, Personen, die in Startups investieren, und das Startup-Ökosystem bzgl. DEI bestehen

Die geschlossenen Antworten wurden auf Skalen von 1 (sehr gering / stimme überhaupt nicht zu / überhaupt nicht wichtig) bis 5 (sehr hoch /stimme voll und ganz zu / extrem wichtig) abgegeben. Die Widerstände gegen DEI und die Wünsche an Politik, Personen, die in Startups investieren, und an das Startup-Ökosystem wurden mittels offener Textfelder abgefragt. Die einzelnen Fragen zu den jeweiligen Themenbereichen sind im Folgenden detailliert dargestellt.

Wahrgenommene Wichtigkeit von DEI in deutschen Startups

In diesem ersten Themenbereich wurden verschiedene Fragen zur Wichtigkeit von DEI im Allgemeinen und im eigenen Startup gestellt.

A. Die Befragten wurden gebeten, für die folgenden beiden Aussagen anzugeben, inwiefern sie im Allgemeinen und für ihr eigenes Startup zustimmen oder nicht zustimmen:

- Ich denke, DEI sind wichtige Themen. / Ich denke, DEI sind wichtige Themen in meinem eigenen Startup.
- Ich mache mir Sorgen über den Mangel an Diversität in den meisten Startups. / Ich mache mir Sorgen über den Mangel an Diversität in meinem eigenen Startup.

Die folgenden Fragen waren spezifischer auf die einzelnen Diversitätsdimensionen ausgerichtet. Unabhängig davon, wie divers das Startup ist, wie wichtig ist es für die Personen persönlich, dass ihr Startup...

- ...eine ausgeglichene Mischung aus männlichen und weiblichen Mitarbeitenden hat.
- ...eine Mischung aus Mitarbeitenden verschiedener ethnischer Herkünfte hat.
- ...eine Mischung aus Mitarbeitenden unterschiedlichen Alters hat.
- ...eine Mischung aus Mitarbeitenden unterschiedlicher sexueller Orientierung und Identität hat.
- ...eine Mischung aus Mitarbeitenden mit und ohne Behinderung hat.

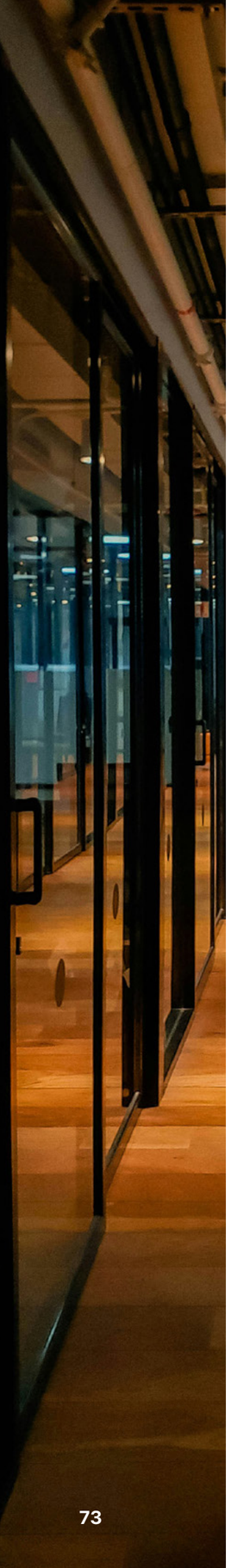
B. Weitere Fragen in diesem Themenbereich bezogen sich darauf, inwieweit die befragten Personen den folgenden Aussagen zur Wichtigkeit von DEI für ihr eigenes Startup zustimmen oder nicht zustimmen. Wichtigkeit von DEI für...

- ...den Gesamterfolg des eigenen Startups.
- ...die eigene Arbeitgebermarke und für Talentgewinnung.
- ...das Wachstum des eigenen Startups.
- ...Innovation im eigenen Startup.
- ...Finanzierung des Startups und die eigene Produktmarke.
- ...die Reputation des eigenen Startups.

C. Anschließend wurde gefragt, was der Hauptgrund für die befragten Personen ist, warum DEI ihrer Meinung nach wichtig ist für ihr Startup. Antwortmöglichkeiten waren die Folgenden:

- Es ist moralisch richtig (z. B. „Ich möchte einen fairen Arbeitsplatz schaffen“).
- Es ist unternehmerisch sinnvoll (z. B. „Ich möchte einen effizienteren und effektiveren Arbeitsplatz schaffen“).
- Es sendet das richtige Signal an die Außenwelt (z. B. „Ich möchte Investoren, der Öffentlichkeit usw. Pro-Diversity-Werte vermitteln“).
- Sonstige Gründe mit offenem Textfeld.

D. Schließlich wurde noch eine Frage zum Problembewusstsein gestellt, die gefragt hat, ob die befragten Personen das Gefühl haben, dass Frauen im Gründungsprozess diskriminiert werden.



Einsatz von DEI-Maßnahmen in deutschen Startups und eingeschätzte Wirksamkeit

In diesem Themenbereich wurde erfragt, ob in deutschen Startups Maßnahmen zur Förderung von DEI eingesetzt werden, welche das sind und wie die befragten Personen die Wirksamkeit dieser Maßnahmen einschätzen.

A. Die befragten Personen wurden zunächst gebeten, anzugeben, ob sie aktiv die Steigerung von DEI im eigenen Startup fördern.

B. Ebenso sollten die befragten Personen als ganze Zahl angeben, wie viele Stunden pro Woche sie damit verbringen, DEI im eigenen Startup zu steigern.

C. Dann wurde gefragt, ob die befragten Personen systematisch Daten zu DEI sammeln und analysieren (z. B. Anzahl der Bewerbungen aus verschiedenen Gruppen, Beförderungszeiten, Lohnunterschiede, usw.). Antwortmöglichkeiten waren: Ja / Nein / Nein, aber wir planen, DEI-Daten systematisch zu sammeln und zu analysieren / Sonstige mit offenem Textfeld.

D. Anschließend wurde gefragt, ob das eigene Startup bestimmte Maßnahmen zur Förderung von DEI einsetzt. Im Fragebogen wurde eine Liste mit zwölf Maßnahmen vorgegeben, z. B. Diversitätsbeauftragte Person, Diversity-Trainings oder Lohntransparenz. Die befragten Personen sollten für jede einzelne Maßnahme eine der folgenden Antwortmöglichkeiten zum Einsatz angeben: Ja / Nein / Nein, aber wir planen aktiv die Umsetzung / Ich bin mir unsicher.

E. Die gleiche Liste von zwölf Maßnahmen wurde verwendet, um die befragten Personen einschätzen zu lassen, als wie wirksam sie diese Maßnahmen empfinden, um DEI in ihrem Startup zu steigern.

Zudem wurden in diesem Themenbereich einige spezifische Fragen zu konkreten Maßnahmen zur Förderung von DEI in Startups erfragt:

A. Es wurde gezielt danach gefragt, ob im eigenen Startup technische Tools (z. B. Textanalyse zur Reduzierung von Verzerrungen in Stellenausschreibungen, Tools zur Verblindung von Lebensläufen, automatisierte DEI-Analysen) eingesetzt werden, um DEI zu fördern.

B. Darüber hinaus wurde abgefragt, inwieweit die befragten Personen zustimmen oder nicht zustimmen aus Solidarität mit Gründerinnen einen Beitrag zur U2-Umlage zu leisten (ca. 0,4 % des monatlichen Durchschnittsgewinns des Unternehmens der letzten Steuererklärung), um ihnen Zugang zu Mutterschutzleistungen zu ermöglichen.

C. Ebenso wurde gefragt, ob das eigene Startup derzeit Mitarbeitende mit Behinderung unterstützt oder die notwendige Unterstützung (z. B. Barrierefreiheit am Arbeitsplatz und im Bürogebäude) bereitstellen könnte.

Wahrgenommene Widerstände gegen DEI-Maßnahmen in deutschen Startups

Schließlich wurde im Fragebogen auch nach Widerständen gegen DEI-Maßnahmen gefragt:

A. Die befragten Personen sollten angeben, ob sie bei ihren Mitarbeitenden einen zunehmenden Widerstand gegen Maßnahmen für mehr DEI bemerken.

B. Zudem wurde in offenen Antworten gefragt, bei wem sie Widerstand gegen Maßnahmen für mehr DEI sehen und wie sich dieser Widerstand äußert.

C. Zuletzt konnten die befragten Personen in einem offenen Textfeld angeben, welche externen Herausforderungen oder Hindernisse es ihnen erschweren, DEI im eigenen Startup zu fördern.

Ziele zu DEI in deutschen Startups

In diesem Themenbereich wurden Personen, die gegründet haben, nach ihrer Zielsetzung zur Förderung von DEI in ihrem eigenen Startup befragt.

A. Zunächst wurde gefragt, ob es konkrete mündliche oder schriftliche Zielvereinbarungen zur Steigerung von DEI im eigenen Startup gibt. Antwortmöglichkeiten waren: Ja / Nein, aber wir planen aktiv, sie umzusetzen / Nein / Sonstige mit offenem Textfeld.

B. Ebenso wurde erfragt, ob die Personen, die gegründet haben, den Personen, die in ihr Startup investiert sind, das Geschlechterverhältnis im Startup im Einklang mit Environmental, Social, Governmenance (ESG)-Kriterien berichten. Antwortmöglichkeiten waren wie folgt: Ja / Nein, wir verfügen über keine ESG-Berichterstattung / Nein, die Berichterstattung über das Geschlechterverhältnis ist nicht Teil unserer ESG-Berichterstattung / Sonstiges, bitte angeben / Wir haben keine externen Investoren.

Wünsche für DEI-Maßnahmen an Investierende, Politik und das Startup-Ökosystem

In diesem Themenbereich konnten die befragten Personen in offenen Textfeldern ihre Wünsche für DEI-Maßnahmen an die folgenden Stakeholdergruppen angeben:

A. Welche Maßnahmen für DEI wünschen Sie sich von Personen, die in Startups investieren?

B. Welche Maßnahmen für DEI wünschen Sie sich von der Regierung und den politischen Entscheidungstragende?

C. Welche Maßnahmen für DEI wünschen Sie sich von Industrie- und Startup-Verbänden sowie Branchen-Netzwerken?

Herausgebende

Nadja Born
M.Sc., Technische Universität München und Harvard Universität

Prof. Dr. Theresa Treffers
Technische Universität München und Privatuniversität Schloss Seeburg

Prof. Dr. Isabell Welpe
Technische Universität München

Bernhard Eichiner LL.M.
IHK für München und Oberbayern

Angie Gifford
Meta

Elfriede Kerschl
IHK für München und Oberbayern

Florian Nöll
PwC Deutschland

Anna Ott
HV Capital

Dr. Martin Schilling
Deep Tech Momentum

Verfügbar unter:

deiindeutschenstartups.de

Zitation:

Born, N., Treffers, T., Welpe, I.M., Eichiner, B., Gifford, A., Kerschl, E., Nöll, F., Ott, A., Schilling, M. (2024): Diversity, Equity, Inclusion – Was denken Gründende deutscher Startups?