

STUDIEN BERICHT

Wie Social Entrepreneurship Ökosysteme eine Geschlechterperspektive berücksichtigen:

Finsichten und Emnfehlungen aus sechs

Einsichten und Empfehlungen aus sechs europäischen Ländern





INHALT

- 03 Einführung
- 05 Methodik
- O8 Zentrale Erkenntnisse
- 20 Empfehlungen
- 24 Danksagungen
- 25 Literaturverzeichnis



EINFÜHRUNG

Social Entrepreneurship steht seit einigen Jahren auf dem Prüfstand. Dem Global Entrepreneurship Monitor zufolge ist die Kluft zwischen den Geschlechtern beim Social Entrepreneurship geringer: "Von den sozialen Entrepreneur*innen der Welt sind schätzungsweise 55 % männlich und 45 % weiblich - eine Kluft zwischen den Geschlechtern, die weniger ausgeprägt ist als beim kommerziellen Unternehmertum".

Dennoch wurde in vielen Berichten auf die Notwendigkeit einer besseren Integration von Frauen und geschlechtsspezifischen Minderheiten in die Sozialwirtschaft hingewiesen, insbesondere als soziale Entrepreneur*innen.

Tatsächlich ist der Sektor des Social Entrepreneurship - wie auch der Sektor des traditionellen Unternehmertums - stark von geschlechtsspezifischen Ungleichheiten geprägt, die Frauen daran hindern, die richtige Unterstützung zu erhalten, langfristige Lösungen zu finden und dieses Ökosystem zu nutzen, wie es männliche Entrepreneure tun.

diesem Zusammenhang Projekt Coop4Equality (Cooperation for a Gender-Equal Social Economy) darauf ab, stärkere Berücksichtigung eine Geschlechterperspektive im Ökosystem des Social Entrepreneurship zu indem ermöglichen, Strategien und Methoden entwickelt werden, die ein integratives und kooperatives Ökosystem für seine Akteure (Investoren, Mentoren Gründerzentren, Förderorganisationen usw.) ermöglichen.

ZENTRALE DEFINITIONEN

Entrepreneurship: Das Streben nach einer Chance jenseits der kontrollierten Ressourcen. Pr. Howard Stevenson, Harvard Business School

Social Entrepreneurship:

Bewältigung sozialer Probleme durch innovative Praktiken, wobei es sich von anderen Formen des Unternehmertums dadurch unterscheidet, dass es ausdrücklich auf die Schaffung von sozialem Wert und nicht nur auf die Erzielung von Gewinn ausgerichtet ist.

PETRELLA, Francesca et al., Zeitschrift Journal of Innovation Economics & Management

Geschlechterperspektive: Ein Ansatz, mit dem analysiert wird, wie sich politische Maßnahmen, Entscheidungen oder Initiativen auf verschiedene Geschlechter auswirken. Er hilft, Ungleichheiten aufzudecken und stellt sicher, dass geschlechtsspezifische Unterschiede zur Förderung von Fairness und Gleichheit berücksichtigt werden. Shiva Sharma, MPP, Staff Writer, Brief Policy Perspectives

Diese erste Studie, die von Empow'Her koordiniert und von Partnern aus sechs verschiedenen Ländern (Frankreich, Belgien, Deutschland, Griechenland, Portugal und Rumänien) durchgeführt wurde, zielt darauf ab, Daten über das Gender-Mainstreaming im europäischen Ökosystem des Social Entrepreneurship zu sammeln, um Praktiken und Gepflogenheiten der Akteure in Bezug auf die Gleichstellung der Geschlechter und die Inklusion besser zu verstehen und als Impuls für die Erstellung von Handbüchern und Schulungsmaterialien dient.

Mit der Studie sollen die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Wie wird das Ökosystem für Social Entrepreneurship in die Gleichstellungspolitik einbezogen?
- Ist das Ökosystem für Social Entrepreneurship für Unternehmerinnen geeignet?
- Werden ihre Bedürfnisse berücksichtigt?
- Gibt es in diesem Ökosystem ein gutes Verständnis für die Gleichstellung der Geschlechter?

Auf der Grundlage von 92 Antworten aus dem Sektor des Social Entrepreneurship in sechs europäischen Ländern und 17 Interviews mit Befragten in wichtigen Positionen bietet dieser Bericht einen Überblick über die derzeitigen Praktiken, Bedürfnisse und Herausforderungen, die von den Akteur*innen des Ökosystems ermittelt wurden.



METHODIK

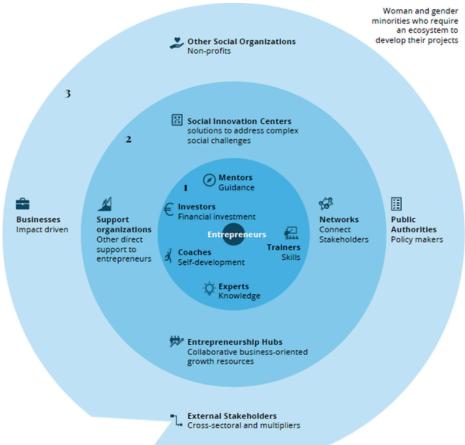
Erfassung des Ökosystems

Vor der Datenerhebung wurde eine Bestandsaufnahme des europäischen Ökosystems für Social Entrepreneurship durchgeführt, um eine Datenbank mit Personen und Organisationen zu erstellen, die bereit sind, sich für die Förderung einer Kultur der Geschlechtergleichstellung im Bereich des Social Entrepreneurship zu engagieren oder sich bereits dafür einsetzen.

Nach Van de Ven (2019) besteht das unternehmerische Ökosystem aus allen Elementen, die erforderlich sind, um das Unternehmertum in einem bestimmten Gebiet aufrechtzuerhalten, insbesondere aus vier Elementen:

- Institutionelle Regelungen die legitimieren, regeln und Anreize für Entrepreneur*innen schaffen;
- Öffentliche Ressourcen wie wissenschaftliche Grundkenntnisse, Finanzierungsmechanismen und Pools kompetenter Arbeitskräfte;
- Marktnachfrage von informierten Verbraucher*innen nach den von Entrepreneur*innen angebotenen Produkten und Dienstleistungen;
- Eigene Geschäftstätigkeiten, die von privaten Entrepreneur*innen im Rahmen von Forschung und Entwicklung erbracht werden.

Auf der Grundlage dieser Elemente wurden für diese Studie drei Ebenen von Interessengruppen ermittelt. Bis heute umfasst die Datenbank 300 Einträge (ca. 50/Land)



Fragebogen

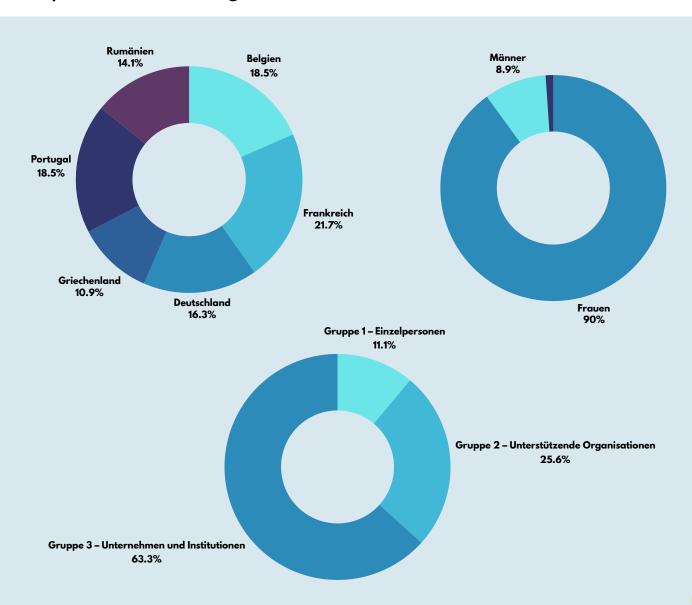
Um quantitative Daten zum Gender Mainstreaming im Ökosystem des Social Entrepreneurship zu erhalten, wurde eine Umfrage durchgeführt, bei der 100 Personen und Organisationen in den Zielländern befragt wurden.

Die Umfrage wurde zu vier Forschungsthemen konzipiert, wobei für jede der oben genannten Zielgruppen unterschiedliche Unterfragen gestellt wurden.

- Verständnis und Ehrgeiz der Akteure des Social Entrepreneurship in Bezug auf Geschlechterfragen und Gleichstellung der Geschlechter;
- Die Integration der Geschlechterperspektive in die internen Praktiken der Akteure des Social Entrepreneurship;
- Gender Mainstreaming in Unterstützungsprogrammen für weibliche Entrepreneure
- Die spezifischen Bedürfnisse des Ökosystems.

Die Umfrage wurde von Mitte Mai bis Ende Juni 2024 an Personen und Organisationen verschickt, die zuvor in der Ökosystemkartierung identifiziert worden waren. Insgesamt gingen 92 Antworten auf die Umfrage ein, die ausgewertet wurden.

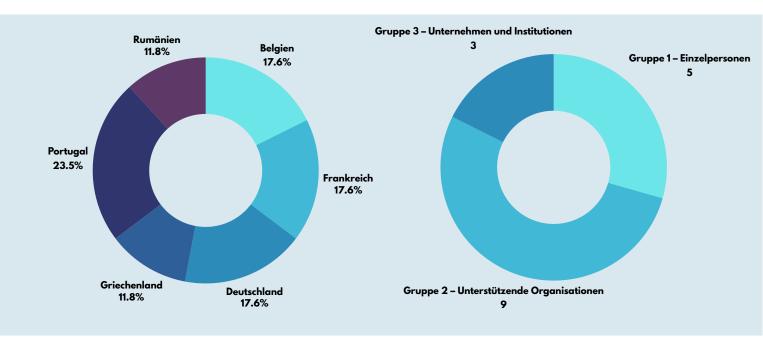
Hauptmerkmale der Befragten



Interviews

Zur Ergänzung der Erhebung wurden Interview-Skripte für jede Zielgruppe entwickelt, mit dem Ziel, einen Vertreter jeder Gruppe pro Land zu befragen, um qualitative Daten zu erhalten.

Insgesamt wurden 17 Interviews geführt, wobei jedes Land und jede Art von Interessengruppe angemessen vertreten war.



Grenzen der Studie

- Repräsentativität: Aufgrund der geringen Anzahl der Befragten (92) und der Entscheidung, sich auf sechs Länder zu konzentrieren, zielt diese Studie eher darauf ab, das Ökosystem besser zu verstehen, als eine globale europäische Realität des Social Entrepreneurship zu verkörpern. Aus demselben Grund wurde auch keine länderspezifische Analyse durchgeführt. Darüber hinaus waren die Befragten Teil der anfänglichen Kartierung auf Grundlage der Netzwerke der Partner, was zu einer Verzerrung der Repräsentativität führen kann.
- **Eingliederung und Vielfalt**: Bei den Befragten handelte es sich hauptsächlich um Frauen, und es lagen keine ausreichenden Daten vor, um die spezifischen Erfahrungen von geschlechtsspezifischen Minderheiten im Bereich des Social Entrepreneurship zu analysieren.
- **Selbsteinschätzung**: Der Fragebogen enthielt mehrere Multiple-Choice-Antworten, und alle Befragten mussten ihre Bezugsgruppe (Einzelpersonen; unternehmerische Akteure; Institutionen und Unternehmen) selbst einschätzen, wodurch die Grenzen zwischen den drei Gruppen möglicherweise verwischt wurden. Es wurde beschlossen, eine Analyse nach Gruppen vorzunehmen und gegebenenfalls die Unterschiede oder Gemeinsamkeiten der gegebenen Antworten mitzuteilen.

Zentrale Erkenntnisse

- **#1** Ein hoher Anteil von Frauen im Social Entrepreneurship verhindert nicht die geschlechtsspezifische Verzerrung innerhalb des Ökosystems
- **#2** Das patriarchalische System und seine sozialen Normen hindern das Ökosystem des Social Entrepreneurship daran, die Ursachen der geschlechtsspezifischen Ungleichheiten vollständig zu beseitigen
- **#3** Organisationen demonstrieren Geschlechtersensibilität in ihrem Diskurs und ihrer Arbeit, formulieren sie jedoch nur selten durch interne Geschlechterpolitiken und -prozesse
- **#4** Managementpositionen sind für Frauen zugänglich, aber Führungspositionen sind nach wie vor überwiegend von Männern besetzt
- **#5** Unternehmerinnen sehen sich mit anhaltenden Finanzierungsschwierigkeiten konfrontiert, vor allem, wenn sie über die für Social Entrepreneurship bestimmten Fonds hinausgehen
- **#6** Spezifische Programme für Unternehmerinnen sind wirkungsvoll, wirken aber wie ein "Pflaster" für ein immer noch ungleiches Ökosystem

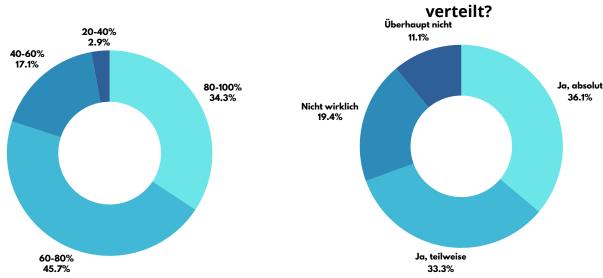


Erkenntnis Nr. 1: Ein hoher Anteil von Frauen im Social Entrepreneurship verhindert nicht die geschlechtsspezifische Verzerrung innerhalb des Ökosystems

Aus Gruppe 2 hat von den 35 teilnehmenden Organisationen / Unternehmen ein Drittel einen Frauenanteil bei den Mitarbeitenden von 80 % oder mehr, die große Mehrheit hat mehr als 60 % Frauen in ihrer Organisation. Die Befragten betonten auch die hohe Vertretung von Frauen in Führungspositionen.

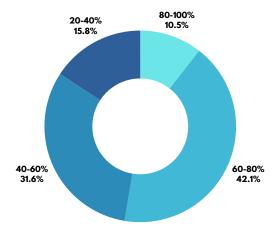


Ist die Vertretung von Frauen und Männern in Führungspositionen in Ihrer Organisation gleichmäßig



Schließlich sind auch Frauen als Nutznießer der von diesen Organisationen durchgeführten Maßnahmen stark vertreten. Denselben Befragten zufolge profitieren mehr als 50 % der Frauen von den Dienstleistungen dieser Organisationen.

Wie hoch ist der Anteil der Frauen, die von Ihren Dienstleistungen profitieren?



Diese Ergebnisse beziehen sich auf die beiden Schlüsselkonzepte, die von den Befragten bei der Erläuterung ihres Verständnisses von Gender Mainstreaming im Bereich des Social Entrepreneurship genannt wurden. Erstens, dass Männer und Frauen den gleichen Zugang zum Unternehmertum haben sollten. Zweitens, dass Männer und Frauen im Ökosystem gleich stark vertreten sein sollten, sei es als Entrepreneur*in, Führungskraft oder Mitarbeiter*in.

Ein Blick auf die Daten zeigt, dass Frauen sowohl in den Strukturen, die im Bereich des Social Entrepreneurship tätig sind, als auch als Nutznießer der von diesen Organisationen angebotenen Dienstleistungen überrepräsentiert sind.

Diese Beobachtung muss mit den Aussagen der befragten Organisationen in Einklang gebracht werden, die die starke Vertretung von Frauen im Ökosystem des Social Entrepreneurship aufgrund von Geschlechternormen in Frage stellen.

"Ich denke, dass Frauen im Bereich des Social Entrepreneurship besser vertreten sind als im Unternehmertum im Allgemeinen (natürlich nicht auf allen Ebenen), weil sie sich mehr an den sozialen Auswirkungen orientieren oder wenn ihr Unternehmen einen sozialen Charakter hat. Manchmal finden sie das Ökosystem des Social Entrepreneurship weniger wettbewerbsorientiert und eher kollektiv für ihr Handeln."

Eine NRO aus Griechenland (Gruppe3)

Obwohl Frauen im Bereich des Social Entrepreneurship stark vertreten sind, bedeutet dies nicht, dass die strukturellen Ursachen der geschlechtsspezifischen Ungleichheiten (siehe Erkenntnis Nr. 2) richtig verstanden und von den in diesem Bereich tätigen Organisationen angegangen werden. Die vorliegende Umfrage lässt deutlich werden, dass es nicht ausreicht, mit Frauen für Frauen zu arbeiten, um einen geschlechtsspezifischen Ansatz zu verfolgen und zu fördern.



Erkenntnis Nr. 2: Das patriarchalische System und seine sozialen Normen hindern das Ökosystem des Social Entrepreneurship daran, die Ursachen der geschlechtsspezifischen Ungleichheiten vollständig zu beseitigen

Die vorliegende Umfrage und Interviews unterstreichen mehrere Aspekte sozialer Normen und geschlechtsspezifischer Ungleichheiten, die sich auf die Beteiligung von Frauen am Social Entrepreneurship auswirken können.

"Es gibt immer eine Form der Verinnerlichung des Gedankens, nicht in der Lage zu sein Erfolg zu haben."

Frauen verinnerlichen oft Stereotypen, was
es ihnen erschwert, an sich selbst zu glauben und ein unternehmerisches Vorhaben in Angriff zu nehmen.

Dieses Gefühl wird durch die Tatsache verstärkt, dass es nur sehr wenige erfolgreiche Unternehmerinnen gibt, die als Vorbilder genannt werden. Programme und Beispiele stützen sich in der Regel auf die Erfolgsgeschichten von Männern, und der gesamte Wirtschaftsbereich wird überwiegend von Männern geführt.

"Die Sichtbarkeit weiblicher Vorbilder muss erhöht werden, um Unternehmerinnen zu inspirieren und zu unterstützen."

Ein Unternehmer aus Deutschland (Gruppe 1)

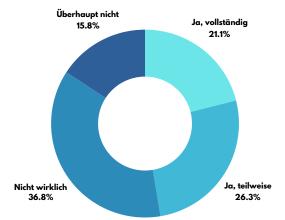
Dies ist besonders wichtig im Hinblick auf die Finanzierung, da diese Stereotypen Frauen daran hindern, die gleichen Möglichkeiten wie Männer zu nutzen. So betonte ein Interviewpartner, dass Frauen aufgrund ihrer familiären Verpflichtungen weniger zur Verfügung stünden, und ein anderer wies auf die Gefahr hin, dass sich dieser Trend noch verstärke, wenn keine spezifischen Maßnahmen ergriffen würden.

Geschlechtsspezifische Normen im Social Entrepreneurship zeigen sich auch in den Bereichen, die sowohl von Männern als auch von Frauen gewählt werden, was das Fortbestehen einer geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung unterstreicht. So ist beispielsweise die Betreuungsarbeit hauptsächlich Sache der Frauen, auch im unternehmerischen Bereich. Was die Gehälter betrifft, so wird in den Interviews hervorgehoben, dass die niedrigeren Gehälter in diesem Sektor zu einem höheren Anteil von Frauen geführt haben könnten.

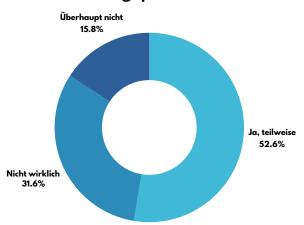
"Frauen im Social Entrepreneurship befassen sich mehr mit Problemen wie Mode, während sich männliche Unternehmer eher auf Gebäude und Konstruktionen konzentrieren." Schließlich liegt die geschlechtsspezifische Voreingenommenheit auch in den sozialen Rollen, die Frauen zugewiesen werden. Aus den Interviews, die mit wichtigen Akteur*innen des Ökosystems des Social Entrepreneurship geführt wurden, geht hervor, dass es für Frauen schwieriger ist, ihr Arbeits- und Privatleben miteinander zu vereinbaren, insbesondere wenn sie Mütter sind. Einige gaben an, dass es schwierig ist, zusätzliche Zeit zu finden, was ihre Fähigkeit einschränkt, Netzwerke zu knüpfen oder sich auf ihr Unternehmen zu konzentrieren. Andere betonen die mangelnde Unterstützung durch ihr Umfeld, einschließlich des Fortbestehens von Geschlechterstereotypen.

Diese verschiedenen Aspekte der geschlechtsspezifischen Ungleichheiten unterstreichen, wie wichtig es ist, die Ursachen der sozialen Normen anzugehen, um die geschlechtsspezifischen Unterschiede besser zu beseitigen. Die Umfrage zeigt, dass die Bedürfnisse von Frauen nicht systematisch bewertet werden (47 % gaben an, sie zu analysieren) und dass die bereitgestellte Unterstützung für 52 % der Befragten teilweise an die Bedürfnisse von Frauen angepasst ist.

Analysieren Sie speziell die Erwartungen und Bedürfnisse der Frauen, die Ihre Dienstleistungen in Anspruch nehmen?



Würden Sie sagen, dass die Förderung des Unternehmertums an die spezifischen Bedürfnisse der Frauen angepasst ist?



Organisationen und Einzelpersonen sind sich darin einig, dass geschlechtsspezifische Herausforderungen gezielt angegangen werden müssen, damit Frauen nicht nur Zugang zu maßgeschneiderten Programmen erhalten und besser vertreten sind, sondern auch ihr Geschäft in einem günstigen Umfeld entwickeln können.



"Die Gleichstellung hängt davon ab, wie weit Männer und Frauen gehen. In der Regel sind es Männer oder Frauen, die keine Mütter sind, die weiter kommen"

Eine Unterstützungsorganisation aus Portugal (Gruppe2)

Erkenntnis Nr. 3: Organisationen demonstrieren Geschlechtersensibilität in ihrem Diskurs und ihrer Arbeit, sie formalisieren sie nur selten durch interne Geschlechterpolitiken und -prozesse

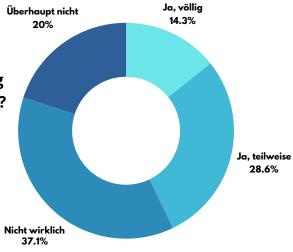
Die vorliegende Studie zeigt, dass das Ökosystem des Social Entrepreneurship als geschlechtersensibel und überwiegend weiblich wahrgenommen wird, was sich in der Zusammensetzung der befragten Organisationen widerspiegelt (siehe Ergebnis 1).

Aus den durchgeführten Interviews geht jedoch hervor, dass diese Organisationen die Formalisierung interner geschlechtsspezifischer Strategien und Prozesse nicht als wesentlich oder vorrangig für die Verwirklichung einer integrativen Organisation ansehen, da sie sich in ihren Praktiken bereits als geschlechtssensibel wahrnehmen.

Dies spiegelt sich auch in den nachstehenden Umfrageergebnissen wider, aus denen hervorgeht, dass weniger als 45 % der Befragten der Ansicht sind, dass ihre Organisationen über klare Verpflichtungen und Strategien für Gleichstellung, Vielfalt und Integration verfügen.

Verfügt Ihre Organisation über ein klares Engagement und eine klare Politik in Bezug auf Gleichstellung, Vielfalt und Integration? (Beispiel: Gleichstellungspolitik, Wertecharta zur Integration)

35 Befragte - Gruppe2: Unterstützungsorganisationen





"Unsere Strukturen sind bereits stärker für Fragen der Gleichstellung der Geschlechter, der individuellen Freiheiten und der kulturellen Rechte sensibilisiert, unabhängig davon, wie sie sein können. Deshalb heben wir nicht notwendigerweise spezifische Maßnahmen zur Gleichstellung oder zur Integration auch nicht hervor. Das hindert unsere Leitungsgremien jedoch nicht daran über mögliche Entwicklungen nachdenken"

Eine Unterstützungsorganisation aus Frankreich (Gruppe 2)

"Sie arbeiten zwar viel an der Geschlechterperspektive und kooperieren mit anderen Organisationen zu diesem Thema, aber sie sind in zahlreichen Aktionen aktiv, was ihnen manchmal nicht die Möglichkeit gibt, die Politik und die Prozesse, die ursprünglich zur wirksamen Integration der Geschlechterdimension angewandt werden sollen, im Detail 'aufzubauen'."

Eine NRO aus Griechenland (Gruppe 3)



Diese Beobachtung sollte aufgrund der verschiedenen Antworten aus den Interviews nuanciert werden:

- Erstens gibt es immer noch eine beträchtliche Anzahl von Akteur*innen, die diese Politiken formalisieren oder zu formalisieren versuchen (etwa 40 % laut unserer quantitativen Umfrage). Dies ist im Vergleich zu traditionelleren Sektoren immer noch ein hoher Prozentsatz.
- Interviews erwähnen die In unseren sie aktiv über Unternehmen häufig, dass Gleichstellungsfragen Arbeitsplatz am nachdenken. Sie erkennen Verbesserungsmöglichkeiten führen und sinnvolle Diskussionen über Themen wie Menstruationsurlaub, Work-Life-Balance, Mutterschaftsmanagement und mehr.

Dies schafft einen fruchtbaren Boden für die Unterstützung von Organisationen des Social Entrepreneurship bei der Entwicklung einer soliden Eingliederungs- und Gleichstellungspolitik. Indem wir Organisationen bei der Formalisierung echter Gleichstellungsmaßnahmen und -programme helfen, kann das Bewusstsein für diese Themen zu einer größeren Wirkung für Frauen im Bereich des sozialen und solidarischen Unternehmertums führen.

Erkenntnis #4: Managementpositionen sind für Frauen zugänglich, aber Führungspositionen sind nach wie vor überwiegend von Männern besetzt

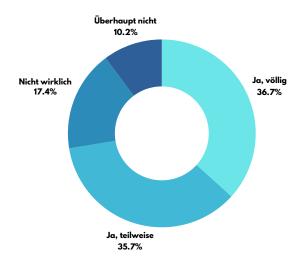
Die qualitative Parität geht über die quantitative (numerische) Parität hinaus, um den Grad der Gleichstellung in Entscheidungsmechanismen und Machtstrukturen zu erklären. In einem integrativen Ökosystem sollte sich die starke Vertretung von Frauen auch in einer starken Vertretung in Entscheidungsprozessen und Führungspositionen niederschlagen.

Die Studie versucht, die Dynamik von Führungspositionen im Ökosystem des Social Entrepreneurship zu verstehen, insbesondere ob Frauen Zugang zu Führungspositionen haben und wie die Führungsrollen in diesem Sektor verteilt sind.

Auf den ersten Blick zeigen die quantitativen Daten einen Sektor, in dem die Führungspositionen teilweise zwischen Männern und Frauen aufgeteilt sind (siehe Grafik), obwohl nur 36,7 % der befragten Organisationen eine "völlig" gleiche Verteilung melden.

Mehrere Aussagen (in den meisten der untersuchten Länder) gehen jedoch über diese Zahlen hinaus und sprechen von einem "sehr privilegierten" Sektor, der immer noch von patriarchalischen Strukturen und Organisationen beherrscht wird und in dem Frauen nach wie vor durch den Effekt der gläsernen Decke eingeschränkt werden.

Ist die Vertretung von Frauen und Männern in Führungspositionen in Ihrer Organisation gleichmäßig verteilt?



"Dieser Sektor ist nach wie vor vom Patriarchat geprägt, das seit vielen Jahren Führungspositionen in politischen, technischen oder verbandlichen Organisationen besetzt."

Eine NRO aus Frankreich (Gruppe 2)

"Die Zahl der Männer in Führungspositionen ist viel höher."

Eine NRO aus Portugal (Gruppe 3)

"Ich nehme den SE-Sektor in Deutschland als sehr weiß und privilegiert wahr. Auch hier sind es vor allem weiße (cis) Männer, die die Spitzenpositionen besetzen und vor allem stereotypisch "männliche" Rollen ausfüllen."

Eine NRO aus Deutschland (Gruppe 3)

Die verschiedenen Interviews, die mit Organisationen im Ökosystem geführt wurden, machen diese Widersprüche deutlich. Bei mehr als zehn Interviews mit Unterstützungsorganisationen wurde eine 50/50-Verteilung zwischen Männern und Frauen in der Leitung der Struktur festgestellt. Bei vier dieser befragten Organisationen handelte es sich jedoch um feministische Organisationen, die sich in erster Linie der Förderung des feministischen Unternehmertums und der Gleichstellung der Geschlechter widmen (alle von Frauen geleitet). Von den sechs eher allgemeinen Strukturen wurden fünf von männlichen Geschäftsführern/Generaldirektoren geleitet.

Zwei Feststellungen können getroffen werden:

- In unserem Fragebogen muss eine Verzerrung berücksichtigt werden, da die Netzwerke, die wir für diese Studie mobilisiert haben, wahrscheinlich stärker für geschlechtsspezifische Fragen sensibilisiert sind als die durchschnittlichen Akteure in diesem Ökosystem.
- Es gibt insgesamt eine starke Vertretung von Männern in Führungspositionen in Organisationen, die viele weibliche Führungskräfte haben.

"Wir haben eine interne Politik, und unser Team ist überwiegend weiblich. Wir haben 65 % Frauen in der Organisation, und im Managementteam von 7 Personen sind 5 Frauen."

Eine Unterstützungsorganisation aus Rumänien (Gruppe2)

Diese Aussage bezieht sich auf ein Team in Rumänien, das in einer Organisation arbeitet, deren CEO ein Mann ist. Diese Situation wurde in jedem Land der Studie häufig beobachtet: Organisationen mit vielen weiblichen Führungskräften, aber einem männlichen Geschäftsführer: ein perfektes Beispiel für die gläserne Decke, der Frauen in diesem Sektor immer noch ausgesetzt sind.



Erkenntnis Nr. 5: Unternehmerinnen sehen sich mit anhaltenden Finanzierungsschwierigkeiten konfrontiert, vor allem, wenn sie über die für Social Entrepreneurship bestimmten Fonds hinausgehen

Aus den Interviews geht hervor, dass Unternehmerinnen, die im Bereich der Sozialwirtschaft tätig sind, große Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln haben. Verschiedene Studien haben in der Tat gezeigt, dass Strukturen und Fonds, die speziell für Projekte des Social Entrepreneurship eingerichtet wurden, im Vergleich zu traditionellen Finanzierungsstrukturen aufmerksamer und integrativer zu sein scheinen. Die starke Präsenz von Männern in den Finanzierungsausschüssen ist jedoch nach wie vor ein wichtiger Faktor, der zu geschlechtsspezifischen Verzerrungen bei den Entscheidungen über die Kreditvergabe beiträgt.

Diese Herausforderungen werden noch deutlicher, wenn Frauen größere Finanzierungsbeträge für den Ausbau ihrer Unternehmen suchen. Aufgrund der Beschränkungen der sozialwirtschaftlichen Finanzierung müssen Frauen für die Entwicklung ihrer Projekte häufig auf traditionelle Finanzierungsstrukturen zurückgreifen, die sich in der Regel weniger der geschlechtsspezifischen Vorurteile und Stereotypen bewusst sind, denen Frauen während ihrer Finanzierungsreise begegnen. Dieses Problem hat negative Auswirkungen auf die Chancen von Frauen geführter Projekte, sich zu vergrößern.

Der Zugang zu Netzwerken beeinflusst auch die Möglichkeit von Frauen, Finanzierungsmöglichkeiten zu finden. Ähnlich wie in den traditionellen Unternehmenssektoren stehen Frauen aufgrund persönlicher und familiärer Zwänge beim Aufbau ihrer Netzwerke vor Herausforderungen (siehe Erkenntnis Nr. 1). Die Bildung von Frauennetzwerken könnte den Informationsfluss und den Austausch von Möglichkeiten erleichtern und damit die Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmerinnen verbessern.

"In vielen Einrichtungen zur Förderung des Unternehmertums und insbesondere bei den Geldgebern gibt es immer noch Vorurteile und Stereotypen über die Fähigkeiten und das Engagement von Frauen, insbesondere wenn sie Familie haben."

Eine NRO aus Griechenland (Gruppe 3)

"In einer Studie, die wir im Jahr 2020 durchgeführt haben, haben wir festgestellt, dass die sozial orientierten Akteure ein besseres Geschlechterverhältnis bei den Begünstigten haben als traditionelle Banken oder Fonds."

Eine Unterstützungsorganisation aus Portugal (Gruppe 2)



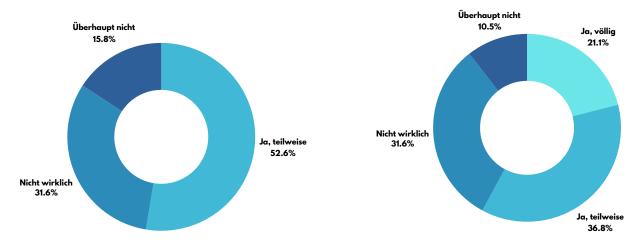
Erkenntnis Nr. 6: Spezifische Programme für Unternehmerinnen sind wirkungsvoll, wirken aber wie ein "Pflaster" für ein immer noch ungleiches Ökosystem

Es gibt spürbare Bemühungen, die Gleichstellung der Geschlechter im europäischen Ökosystem des Social Entrepreneurship zu fördern. Verschiedene Programme und Netzwerke sind speziell auf Frauen zugeschnitten und bieten weiblichen Führungskräften zahlreiche Möglichkeiten, ihre Ideen zu präsentieren und sich von anderen inspirieren zu lassen. Diese Programme werden häufig durchgeführt, um die konkreten Nachteile zu beseitigen, mit denen Frauen im Unternehmertum konfrontiert sind: fehlende Finanzierung, begrenzter Zugang zu Netzwerken, Unterrepräsentation in bestimmten Sektoren usw. Sie bieten entscheidende Mentoring, Unterstützung Schulungen, spezielle **Finanzmittel** wie Vernetzungsmöglichkeiten, die den Frauen helfen, einige der unmittelbaren Hindernisse zu überwinden.

Außerhalb dieser auf Frauen ausgerichteten Programme gibt es jedoch nur eine begrenzte systemische Reflexion in anderen Aktivitäten des Ökosystems. Die nachstehenden Diagramme zeigen, dass in nicht zielgerichteten Programmen die spezifischen Bedürfnisse von Frauen nicht ausreichend berücksichtigt werden. Außerdem scheint die Ausrichtung auf Frauen nicht mehr auszureichen, um alle Frauen in ihre Vielfalteinzubeziehen und einen intersektionalen Ansatz zu verfolgen.

Würden Sie sagen, dass das Angebot zur Unterstützung des Unternehmertums an die spezifischen Bedürfnisse der Frauen angepasst ist?

Haben Sie Ihre Aktivitäten bereits analysiert und angepasst, um etwaigen spezifischen Einschränkungen von Unternehmern Rechnung zu tragen?



Das Vorhandensein frauenspezifischer Programme hat einen erheblichen Einfluss auf die Zahl der Frauen, die sich unternehmerisch betätigen. Der Mangel an systemischen Lösungen behindert sie jedoch, wenn sie versuchen, über die Frühoder Vorgründungsphase hinauszukommen.

Diese Beobachtung wurde sehr schön zusammengefasst, als ein Befragter auf das Konzept der Kontinuität hinwies.

"Wir haben auch festgestellt, dass viele Frauen dazu neigen, Solopreneure zu werden."

Eine Unterstützungsorganisation aus Rumänien (Gruppe 2)

"Die meisten sozialen Projekte werden von Unternehmerinnen konzipiert und initiiert. Die Referenzprojekte werden jedoch von Männern geleitet. Dies lässt (ohne Forschungsunterstützung) vermuten, dass Frauen stärker belastet sind. Kontinuität ist für Frauen aufgrund der Vereinbarkeit von Beruf und Familie eine Herausforderung"

Eine Unterstützungsorganisation aus Portugal (Gruppe 2)

Die Herausforderung der Kontinuität für Unternehmerinnen ist eine direkte Auswirkung der derzeitigen Unterstützungsmaßnahmen des Ökosystems. Spezifische Programme sind äußerst nützlich, wenn es darum geht, Frauen das Gefühl zu geben, dass sie legitimiert sind und bei der Gründung ihrer unternehmerischen Vorhaben unterstützt werden. Um jedoch erfolgreiche und wachstumsstarke Unternehmen zu entwickeln, müssen sie in das breitere unternehmerische Ökosystem integriert werden und über diese speziell für sie bestimmten Programme hinausgehen.

Diese Initiativen, die sich speziell an Unternehmerinnen richten, wirken oft wie ein "Pflaster", weil sie die Ursachen für die Ungleichheiten im unternehmerischen Ökosystem nicht angehen.

Geschlechtsspezifische Vorurteile, begrenzter Zugang zu Risikokapital und Stereotypen, die Frauen auf bestimmte Sektorenbeschränken, bestehen fort. Frauen sind in wachstumsstarken und erfolgreichen Sozialunternehmen weiterhin unterrepräsentiert und haben weniger Zugang zu wichtigen Ressourcen.

Diese Programme sind zwar wichtig, aber sie reichen nicht aus, um ein nach wie vor ungleiches unternehmerisches Ökosystem zu verändern. Es sind strukturelle Reformen erforderlich, um die Ursachen der Ungleichheiten zu beseitigen. Dazu gehören die Umsetzung umfassender Eingliederungsmaßnahmen, die Sensibilisierung für geschlechtsspezifische Vorurteile in Entscheidungs- und Finanzierungsprozessen und die verstärkte Unterstützung von Unternehmerinnen in allen Sektoren.

Damit diese Initiativen mehr als nur einfache, vorübergehende Korrekturen sind, müssen sie Teil einer umfassenderen Anstrengung zur Schaffung eines gerechteren und integrativeren unternehmerischen Umfelds sein.



EMPFEHLUNGEN

- **#1** Entwicklung geschlechtertransformativer Schulungen und Methoden
- **#2** Ermöglichung der Entwicklung von Peer- to-Peer-Austauschen und gemeinschaftsbasierten Orten
- **#3** Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen Organisationen durch innovative Initiativen
- **#4** Sicherstellen, dass alle Beteiligten in einen wirkungsorientierten Ansatz eingebunden werden
- **#5** Erarbeitung von Materialien für die Lobbyarbeit



Entwicklung geschlechtertransformativer Schulungen und Methoden

Ein geschlechtersensibler Ansatz konzentriert sich darauf, geschlechtsspezifische Unterschiede anzuerkennen und auszugleichen, ohne die zugrunde liegenden Ursachen der Ungleichheit in Frage zu stellen, während geschlechtertransformative Methoden darauf abzielen, die Ursachen systemischer Vorurteile zu beseitigen.

Geschlechtertransformationstrainings sind für die Förderung echter, nachhaltiger Veränderungen in der Geschlechterdynamik von entscheidender Bedeutung, insbesondere in Sektoren wie dem Social Entrepreneurship, wo Gleichberechtigung für Innovation und soziale Wirkung entscheidend ist.

Durch die Behandlung von Themen wie unbewusste Voreingenommenheit, Machtverhältnisse und Zugang zu Ressourcen können diese Methoden für die Akteur*innen des Social Entrepreneurship eine enorme Bereicherung darstellen, um ein tieferes Verständnis dafür zu erlangen, wie das Geschlecht wirtschaftliche und soziale Ergebnisse beeinflusst.

Das Ergebnis solcher Methoden und Schulungsmaterialien ist daher nicht die Verringerung der Vorurteile, sondern ihr Abbau.

Ermöglichung der Entwicklung von Peer- to-Peer-Austauschen und gemeinschaftsbasierten Orten

Die mangelnde Integration von Frauen in unternehmerische Netzwerke hat reale Auswirkungen auf ihre Chancen, sich in diesem Ökosystem zurechtzufinden und Entwicklungsmöglichkeiten zu nutzen. Dies kann teilweise durch die Schaffung von Unternehmerinnennetzwerken behoben werden, indem:

- Themen aufzugreifen, die Frauen als Herausforderung empfinden und die im derzeitigen System manchmal unsichtbar gemacht;
- Zeit für spezifische Themen wie Work-Life-Balance, Selbstvertrauen, Zeitmanagement und Menstruationszyklus einzuplanen und in spezifische Programme zu integrieren;
- Austausch von Informationen und wirtschaftlichen Möglichkeiten ermöglicht wird;
- die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Unterstützung bei der Schaffung von Unternehmensnetzwerken und Dialogräumen für Frauen, die oft isoliert sind, verbessert wird.

Verschiedene Formate sowie deren gemeinsame (Weiter-)Entwicklung könnten das Wachstum dieser Gemeinschaften fördern.

Auch wenn die Schaffung von frauengeführten Netzwerken wertvolle Räume für Empowerment und Vernetzung bietet, muss klar sein, dass man sich darüber im Klaren sein, dass sie allein den systemischen Ausschluss von Frauen aus breiteren Unternehmensnetzwerken nicht beheben können. Um einen wirklichen Wandel herbeizuführen, müssen auch Männer in die Gespräche einbezogen werden, um die Ursachen der Ungleichheit anzugehen.

21

Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen Organisationen durch innovative Initiativen

Da geschlechtsspezifische Ungleichheiten auf verschiedenen Ebenen des Ökosystems und in der Gesellschaft im weiteren Sinne verankert sind, erfordert ihre Beseitigung zwangsläufig das Engagement aller Beteiligten. Solche Allianzen würden die Entwicklung innovativer Lösungen in einem systemischen und kooperativen Ansatz ermöglichen. Sie können zum Beispiel die folgenden Inhalte umfassen:

- Zusammenführung von Akteuren aus dem Finanzbereich und anderen Sektoren, um gemeinsam langfristige Lösungen für die gesamte unternehmerische Entwicklung zu erarbeiten;
- Das unternehmerische Ökosystem mit feministischen Organisationen zu verbinden, um transformative Ansätze zu entwickeln und Denkweisen und Verhaltensweisen zu ändern;
- Das unternehmerische Ökosystem mit dem Social Entrepreneurship verbinden, um Lösungen für alle Frauen zu entwickeln;
- Verknüpfung des unternehmerische Ökosystem mit den Behörden, um Einfluss auf die Gesetzgebung zu nehmen und auf eine nachhaltige öffentliche Politik hinzuwirken.

Alle Beteiligten müssen ihre Kräfte bündeln, um mit einem intersektionalen Ansatz gegen geschlechtsspezifische Ungleichheiten im Unternehmertum vorzugehen und einen nachhaltigen und integrativen Wandel herbeizuführen.

Sicherstellen, dass alle Beteiligten in einen wirkungsorientierten Ansatz eingebunden werden

Diese Studie unterstreicht die entscheidende Rolle, die die Messung der Auswirkungen und eine kontinuierliche Bewertung der Programme und Maßnahmen zur Förderung eines positiven sozialen Wandels spielen.

Die Rechenschaftspflicht spielt in diesem Prozess eine entscheidende Rolle. Erstens profitieren Organisationen und ihre Mitarbeiter von dieser Bewertung, da sie dazu beiträgt, ein Ziel und eine gemeinsame Vision zu schaffen, die sicherstellen, dass geschlechtsspezifische Maßnahmen sinnvoll sind.

Zweitens ist es für den Sektor des Social Entrepreneurship von entscheidender Bedeutung, greifbare Ergebnisse vorzuweisen und Finanzmittel zu sichern sowie gegenüber Geldgebern eine Vorbildfunktion zu übernehmen.

Letztlich und von zentraler Bedeutung ist die Unterstützung und das Einbeziehen von Personen und Organisationen aus dem soz. Entrepr. Ökosystem in den Gestaltungs- und Bewertungsprozess einbezogen werden, um sicherzustellen, dass die geleistete Unterstützung sowohl relevant als auch effektiv ist.

Die Einbettung von Evaluierung und Wirkungsmessung in einen Ansatz des kontinuierlichen Lernens ermöglicht eine größere Anpassungsfähigkeit, um auf geschlechtsspezifische Dynamiken und Herausforderungen zu reagieren.

Erarbeitung von Materialien für die Lobbyarbeit

Lobbyarbeit auf europäischer Ebene ist von entscheidender Bedeutung, um die Herausforderungen, mit denen Unternehmerinnen konfrontiert sind, besser zu dokumentieren und anzugehen. Obwohl die Gleichstellung der Geschlechter weithin als Priorität anerkannt ist, bestehen nach wie vor Hindernisse, insbesondere in Bezug auf Mutterschaft und Zugang zu Finanzmitteln, wie in dieser Studie hervorgehoben wird.

Die Entwicklung gezielter Lobby-Maßnahmen kann nicht nur auf diese genannten Schwierigkeiten hinweisen, sondern auch auf sinnvolle politische Änderungen drängen, die Unternehmerinnen und dem gesamten Ökosystem des Social Entrepreneurship in ganz Europa zugutekommen würden.

Die derzeitige Initiative mit der Bezeichnung "Klausel der meistbegünstigten europäischen Frau" soll beispielsweise sicherstellen, dass Frauen in der gesamten Europäischen Union von den besten Gleichstellungspraktiken profitieren, die es in jedem Mitgliedstaat gibt. Dieser Grundsatz zielt auf die Harmonisierung von Rechten und Schutzmaßnahmen durch die Anwendung der höchsten Standards ab.

Eine weitere interessante Initiative könnte die Einführung eines europaweiten Barometers für weibliches Unternehmertum sein, das auf dem Veuve Clicquot Barometer basiert, einer jährlichen Studie, die die Herausforderungen, Erfolge und Wahrnehmungen von Unternehmerinnen weltweit verfolgt.

Weitere Erkenntnisse

Diese Studie über Gender Mainstreaming im Bereich des Social Entrepreneurship in Europa hat es uns ermöglicht, einige erste Trends zu erkennen und einige Empfehlungen auszusprechen, die wir intern und mit unserem Netzwerkweiterentwickeln wollen, aber sie ist nur ein erster Schritt.

Es gibt mehrere wichtige Aspekte, die in Zukunft angegangen werden müssen.

- Erfassung der ganzen Vielfalt der europäischen Unternehmerinnen und Hinausgehen über eine monolithische Sichtweise von "Frauen". Die Erfahrungen von Frauen sind vielfältig und von Faktoren wie ethnischer Zugehörigkeit, sozioökonomischem Status und Alter geprägt, und dies sollte in künftigen Untersuchungen berücksichtigt werden.
- Anwendung eines intersektionalen Ansatzes zur Untersuchung verschiedener sozialer Kategorien - wie Ethnie, Geschlecht und Klasse -, die miteinander interagieren und die Geschlechterdynamik im Bereich des Social Entrepreneurship beeinflussen.
- Erhebung und Analyse künftiger Daten, die nicht nur Frauen, sondern auch geschlechtsspezifische Minderheiten berücksichtigen, um ihre spezifischen Bedürfnisse und ihre Vertretung in diesem Sektor besser zu verstehen.

DANKSAGUNGEN

Diese Studie wurde von Empow'Her koordiniert, mit besonderem Dank an Noémie Govindin, Lucas Lasserre, Jessica Michel und Chloé Bouché.

Die Kartierung des Ökosystems, die Sammlung von Daten und die Befragungen wurden gemeinsam durchgeführt, mit den gemeinsamen Anstrengungen und positiven Beiträgen aller Projektpartner. Ein besonderes Dankeschön an:

- Teresa Franco, <u>Wissenszentru</u>m "<u>Leadership for Impact" NOVA</u> <u>Business School</u>, Portugal
- Dr. Bjorn Pospiech & Elisabeth Eisenberger, <u>Center for Open Social</u> <u>Innovation</u>, Deutschland
- Katja Legisa, <u>Digital Leadership Institute</u>, Belgien
- Roxana Lupu, Ashoka Rumänien, Rumänien
- Christina Galani, Stimmuli, Griechenland

Unsere jeweiligen Netzwerke haben dazu beigetragen, indem sie entweder den Fragebogen beantworteten, sich zu einem Interview bereit erklärten oder die Informationen weiterleiteten und die Umfrage an ihre eigenen Netzwerke weitergaben: Vielen Dank!

Diese Studie wird es uns ermöglichen, neues Schulungsmaterial und Verbreitungsmaßnahmen im Rahmen des Projekts einzuführen. Wie bereits erwähnt, ist dies nur ein erster Schritt.

Wenn du unsere Arbeit an diesem speziellen Projekt verfolgen möchtest, laden wir dich ein, unserer LinkedIn-Gruppe beizutreten und Teil der Coop4Equality-Community zu werden, in der sich Akteure der Sozialwirtschaft für die Gleichstellung der Geschlechter einsetzen.



Literaturverzeichnis

- Calviño, Nadia (2024). "The Economic Power of Gender Equality", European Investment Bank.
- Eisenmann, Tom (2013). "Entrepreneurship: A Working Definition", Harvard Business Review.
- Empow'Her (2023). "Gender-based violence and the economic empowerment of women through entrepreneurship: an exploratory study"
- European Investment Bank (2022). "Enquête de la BEI : pourquoi le soutien aux entrepreneuses en Europe est une question de bon sens", EIB.
- Global Entrepreneurship Monitor (s. d.). "Entrepreneurs worldwide turn their focus towards doing good", GEM Global Entrepreneurship Monitor.
- Nova University of Lisbon and partners (2024). "How women needs are taken into account by businesses from the European social economy, and how the later are playing a role in bringing positive change to their lives"
- OECD (2023), "Beyond pink-collar jobs for women and the social economy",
 OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers, No. 2023/07, OECD Publishing, Paris.
- Petrella, Francesca et al (2014). "Social entrepreneur, social entrepreneurship and social enterprise: semantics and controversies", Journal of Innovation Economics & Management, 2014/2 n°14, 2014. p.143-156.
- Roland Berger (2024). "Le gender gap dans l'entrepreneuriat", Roland Berger.
- Sharma, Shiva (2018). "Using a gendered lens for policy research", Brief Policy Perspectives.
- Van de Ven, Andrew & Stam, Erik (2019). "Entrepreneurial ecosystem elements", Small Business Economics, 56(2), 809-832 (2019).
- Vasques, Eleonora (2022)., "Les femmes entrepreneures sont indispensables pour répondre aux défis de l'UE, déclare une eurodéputée", Euractiv.



contact@empow-her.com













