



**Harriet Taylor Mill-Institut**  
für Ökonomie und Geschlechterforschung



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law

Prof. Dr. Claudia Gather

## **Werkstattgespräch: Geschlechterstereotype in der Selbständigkeit, 23. Juni 2025**

**Gilt die männliche Unternehmensnorm auch in  
Frauenbranchen? Das Beispiel privater ambulanter  
Pflegedienste**

zusammen mit Dr. Ingrid Biermann und Dr. Lena  
Schürmann



# Vorgehen

1. Fragestellung, These
2. Theorie
3. Empirie
4. Ergebnisse
5. Diskussion



# Was ist die Frage?

## Ausgangspunkte

- Geschlechterstereotype in der Selbständigkeit. Gelten diese Stereotype auch in Frauenbranchen?
- Feministische Kritik an Ökonomisierung von Care (Gegensatz Care – Ökonomie)
- Wie gehen Unternehmerinnen in der (weiblichen) Pflegebranche mit der betriebswirtschaftlichen, ökonomischen Seite ihres Unternehmens um?

## Geschlechterstereotype in der Selbständigkeit

Unternehmertum ist nicht genderneutral, sondern ein zutiefst männliches Konstrukt:

- Der männliche Unternehmer bildet eine allgemeine Norm (Ahl 2006), woran andere unternehmerisch Handelnde, wie Frauen und Angehörige von Minderheiten, gemessen und als abweichend oder defizitär bewertet werden (Ahl/Marlow 2012: 555).
- Der männliche Normalunternehmer ist profit- und wachstumsorientiert, risikofreudig, nutzenmaximierend, rational kalkulierend, durchsetzungsfähig und konkurrenzorientiert. Dieses „gender stereotyping“ führt für Frauen als Unternehmerinnen zu vielfältigen, negativen und auch diskriminierenden Konsequenzen (Jennings & Tonoyan 2022).





# Geschlechterstereotype in der Selbständigkeit

Unternehmerinnen reagieren unterschiedlich darauf:

- Geschlecht verheimlichen und unsichtbar machen (Lewis 2006)
- bewusstes Einsetzen „weiblicher“ Selbstpräsentation (Diaz-Garcia/Welter 2011; Präsentation in Zeitschriften, Achtenhagen/Welter 2011)
- indem sie die Stereotype offen angehen (Sundermaier 2024)

Bisher jedoch nie nach Branche differenziert.

Pflegebereich fürsorgliches Arbeitsethos und assoziiert mit Weiblichkeit. Was machen die Pflegeunternehmerinnen?



# Thesen

Die hier anzutreffenden Geschlechterinszenierungen bearbeiten bestehende Normierungen des Geschlechts mit zwei unterschiedlichen Gestaltungsweisen:

**Muster 1:** Professionsorientierte Selbstinszenierungen führen zu einer Dethematisierung des Geschlechts

**Muster 2:** Mit der Betonung von Weiblichkeit, wird auf die Frauen zugeschriebene Fürsorge abgehoben

 Unsichtbarmachen des Ökonomischen, in dem Sinne, dass die ökonomische Seite des Unternehmens in der Kommunikation nicht Thema wird.



## Basis: durchgeführte Studien

- „Der Erfolg selbständiger Frauen“  
(BMBF, ESF, September 2011 bis März 2014)
- „Bloß keine Schulden? ...“ Geschlechterdifferenzen  
in der Gründungsfinanzierung  
(IFAF, September 2010 bis Dezember 2011)
- „Gründungsmotivation und –erfolg hochqualifizierter Frauen“  
(ESF, Senat von Berlin, Juli 2008 bis Dezember 2009)

Prof. Dr. Claudia Gather, Dr. Ingrid Biermann, Dr. Lena Schürmann,  
Susan Ulbricht, Dr. Heinz Zipprian

## Muster 1:

# Professionsorientierte Selbstinszenierungen

Ich meine, wir sind doch die Fachleute, wir können das doch. Ich sehe doch, wenn ich Patient X besuche, welche Pflegestufe das ist. Das sehe ich sofort, da brauche ich nicht ... brauche ich keinen MDK, der mit seinen Minuten da ankommt und alles nachzählt.“ (Wap 16, Frau B, 786-790).

Wenn ich Patienten aufnehme, dann mache ich das auch so, dass ich die auch pflege. Dann weiß ich, wie viel Zeit ich brauche. Und oft fragen sie mich auch, diese Patienten oder die Angehörigen: Wie viel Zeit haben Sie denn dafür? Da meinte ich: Die Zeit, die ich eben brauche für - für eine Körperpflege. Bei manchen dauert das, bin ich in 10 Minuten fertig, wenn die noch einigermaßen fit sind und vielleicht nur ein Fußbad oder so benötigen. Und bei anderen, die ich dann von Kopf bis Fuß wasche, da brauche ich eben eine Stunde. Und dann ist es so. Und dann gucke ich, dass ich diese Leistung aber abrechnen kann.“ (WaP 7, Frau T, 360-367).

# Beispiel für Internetdarstellungen, die typisch sind für Muster 1



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law



Pflegedienst  
Bethel Berlin:  
<https://bethelnet.de/haeusliche-pflege/pflegedienst-berlin/>



## Muster 2: Betonung von Weiblichkeit im Privaten

*Unternehmertum und Frau sein wird als Widerspruch erlebt:*

Ich bin als Mutter ... ich mag das sonst nicht, aber das ist ... gehört in dem Fall immer mit dazu, klein, zierlich, niedlich aussehend, zu dem Zeitpunkt extrem schmal. (WaP 2, Frau D, 99-102).

Putzen ist für mich die beste Methode abzuschalten. Ich bin sonntags aufgestanden, erst mal Kaffee getrunken und dann muss ich zu Hause etwas machen. Dann fange ich an zu putzen, Fenster putzen oder was auch immer. Ich mache es gern. Oder Blumen umtopfen. Das ist meins. [...] Es ist einfach, es ist für mich meine Art abzuschalten. Haushalt ist mein Lieblingsthema (WaP 6, Frau G, 654-663).



## *Widerspruch zwischen Pflege und Ökonomie:*

Aber wirklich die Leute, die klassisch aus der Pflege kommen, die machen sich gar keine Gedanken darüber, warum kann ich jetzt nicht eine halbe Stunde Übergabezeit haben? Wenn ich sie doch aus meiner Sicht brauche. Übergabezeiten werden von der Krankenkasse bei uns gar nicht bezahlt. [...] Es wird nicht bezahlt, dass der Mitarbeiter eine Viertelstunde vorher da ist. Es wird nicht bezahlt, dass er eine halbe Stunde Übergabezeit hat. Das verstehen die nicht. [...] Und das macht es nicht immer leicht. (WaP 2, Frau D, 169-182).



# Beispiel für Internetdarstellungen, die typisch sind für Muster 2



Assoziation zu Familiensetting  
(Pflegearbeit als unbezahlte Arbeit  
aus Liebe).

Aslan-pflege.de: [https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&sca\\_esv=579f82cacf11448d&q=ambulanter+pflegedienst&udm=2&fbs=ABzOT\\_DDfJxgmsKFlwrWKcoyw2Rf7ED7CYyDAoRz3agYVnoe8dQwG111QuwP\\_BiR54HAOtC2edC91oqHmMtKn3dyUUo66VkMPFZYpjtwfw6talp2vq\\_P62xBYIELA\\_4C7f2nwzdFXGN7XgsG6EKA4ycBrM4NPtQX\\_R7IQqOs1dVOhrnmSpHKdQkRRRNAtZBI5zB4ovIAkjnYclc2q32RNZ1IZFQexE0yFiA&sa=X&ved=2ahUKEwiowemLqcqLAXWs\\_gIHhZxtGrcQtKgLegQIERAB&biw=1091&bih=560&dpr=1.5](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&sca_esv=579f82cacf11448d&q=ambulanter+pflegedienst&udm=2&fbs=ABzOT_DDfJxgmsKFlwrWKcoyw2Rf7ED7CYyDAoRz3agYVnoe8dQwG111QuwP_BiR54HAOtC2edC91oqHmMtKn3dyUUo66VkMPFZYpjtwfw6talp2vq_P62xBYIELA_4C7f2nwzdFXGN7XgsG6EKA4ycBrM4NPtQX_R7IQqOs1dVOhrnmSpHKdQkRRRNAtZBI5zB4ovIAkjnYclc2q32RNZ1IZFQexE0yFiA&sa=X&ved=2ahUKEwiowemLqcqLAXWs_gIHhZxtGrcQtKgLegQIERAB&biw=1091&bih=560&dpr=1.5)

## Professionelle Pflegedienste: Ambivalenz zwischen Fürsorge und Markt

**Über die ökonomische Seite wird nicht gesprochen:**

- **Muster 1**

Inszenierung als Professionsangehörige. Pflegewissen hat mit Kompetenz zu tun, nicht mit Weiblichkeit. Weiblichkeit wird dethematisiert. Betriebswirtschaftliche Aspekte sind eher nachgeordnet.

- **Muster 2**

Es gibt eine betriebswirtschaftliche Orientierung, die gilt aber als „unweiblich“ und nicht passend zur Pflege und wird eher nicht angesprochen. Stattdessen Betonung von Weiblichkeit, passend zum Stereotyp Pflege/Fürsorge/Weiblichkeit

## Professionelle Pflegedienste: Ambivalenz zwischen Fürsorge und Markt

- Niemand tritt offensiv als unternehmerisches Subjekt auf.
- Frauen überschreiten trad. Muster der Geschlechterdifferenz indem sie rational und betriebswirtschaftlich handeln. Das ist in dieser „weiblichen“ Branche nicht legitim. Sie überschreiten Geschlechtergrenzen, aber verdecken es.
- Brancheneffekt: Gegensatz zwischen Weiblichkeit/Fürsorge und Ökonomie verstärkt das möglicherweise.
- Wie sieht das in anderen Branchen aus?

**Dominanz der männlichen Unternehmensnorm  
(un)gebrochen?**

- Achtenhagen, Leona & Welter, Friederike (2011): 'Surfing on the ironing board' – the representation of women's entrepreneurship in German newspapers. *Entrepreneurship & Regional Development* 23(9-10): 763-786.
- Ahl, Helene (2006): Why research on women entrepreneurs needs new directions *Entrepreneurship: Theory & Practice* 30(5): 595-621.
- Ahl, Helene, Marlow, Susan (2012): Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization* 19(5): 543 – 562.
- Diaz-Garcia, Maria, Welter, Friederike (2011): Gender Identities and Practices *International Small Business Journal* 31(4): 384-404.
- Jennings, Jennifer, E., & Tonoyan, Vartuhi (2022). Research on Gender Stereotyping and Entrepreneurship: Suggestions for Some Paths Worth Pursuing. *Entrepreneurship Research Journal* 12: 187-212.
- Lewis, Patricia (2006☺) The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship *Gender, Work and Organization*. 13(5): 453 – 469.
- Schürmann, Lena, Ingrid Biermann und Claudia Gather (2023): Die Unsichtbarmachung des Ökonomischen. Eine Untersuchung des gender management von Inhaberinnen privater ambulanter Pflegedienste *Soziale Welt* 74(4): 481-509.
- Sundermeier, Janina (2024): "It just seems that they don't act like men" zu Geschlechterrollenstereotypen im Gründungskontext *Journal of Business Research* 185, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114902>.



**Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**