

**„Herausforderung Unternehmerin“
Vortrag von Marie Sichtermann
für die IHK Bonn am 8.11.2006**

Es gibt viele begeisterte Aussagen über die tapferen Frauen, die heutzutage die Stufen zum Erfolg auch als Unternehmerinnen erklimmen, es gibt Preise und Anerkennungen und viele Bilder. Es gibt natürlich auch Zahlen – zum Glück ist Irene Kuron hier, die immer diese Zahlen parat hat und sie in Diskussionen und der späteren Runde sicher gern offenbaren wird.

Ich will diesen Platz nutzen, um Nachdenkliches zu äußern.

Herausforderung Unternehmerin. Für Frauen – ja klar – da komme ich noch drauf zurück. Aber die Herausforderung besteht auch für diejenigen, deren Beruf es ist, Gründungen zu begleiten und zu fördern, in erster Linie denke ich da an die Verantwortlichen in der Politik, in den bestehenden Strukturen der Kammern im Handel und im Handwerk. Die Tatsache, dass heutzutage sehr viele Frauen sich selbständig machen mit einem eigenen Betrieb ist gewiss eine Herausforderung für alle, die über Förderinstrumente verfügen.

Wo wir gehen und stehen als Frauen und Beraterinnen hören und lesen wir von **frauentypischen Gründungen**, das ist negativ und abfällig gemeint. Frauentypische Gründungen sind klein, murkelig und unterfinanziert, sie werfen nicht viel ab und haben kaum Wachstumschancen. So überall zu lesen in Untersuchungen und Berichten und Artikeln und offiziellen Aussagen. Ich will diesem Ausdruck hier in dieser kurzen Rede eine andere Note verleihen.

Es wird umgekehrt stark hervorgehoben, wenn eine Frau mal eine andere Art Unternehmen gründet: Groß, viel Geld, viele Leute. Natürlich sagt da niemand, das sei frauentypisch. Ist es das nicht?

In Aachen wurde in diesem Herbst wieder der Unternehmerinnen-Preis *Vision* vergeben, den ersten Preis erhielt – wir staunen - eine noch junge Maschinenfabrikantin, eine Seiteneinsteigerin, die dieses Fach nicht studiert hatte. Das ist mutig, spektakulär und sicher selten. Doch ein solcher Lebenslauf mit einer derartigen Wende ist keineswegs restlos untypisch für eine Frau. Frauentypisch finde ich aber auch die zweite Preisträgerin: eine Medienunternehmerin, die filmt, produziert und sich aus dem Hubschrauber hängt für tolle Bilder. Auch sie ungelernt in dieser Branche, aus der Sozialhilfe heraus mit zwei kleinen Kindern hat sie sich ein Unternehmen mit mehreren Angestellten aufgebaut. Jedes Jahr nimmt sie eine Auszubildende auf. Ist eine solche Abenteurerin nicht frauentypisch? Auch das hat Tradition.

Den dritten Preis erhielt eine Vermessungsingenieurin, die als Spätaussiedlerin aus Polen gekommen war und die bekannt hatte: Nicht in erster Linie **Wachstum**, sondern **Entwicklung** sei ihr Unternehmensziel.

So lässt sich nämlich das Frauentypische auch wunderbar positiv ausdrücken: Entwicklung. Frauen entwickeln sich und ihr Können, ihre Produkte; kleine Betriebe entwickeln sich in der Qualität des Angebots.

Für Frauen, die große Betriebe gründen oder übernehmen, brauche ich hier keine Lanze zu brechen. Sie werden mittlerweile von der Gesellschaft und auch von ihren Familien voll anerkannt, bewundert, in Medien in Szene gesetzt und angemessen gefördert. Die Reederin, die Großverlegerin, die Rennpferdezüchterin, die Inhaberin der Casting-Agentur und was der romantischen Berufe mehr ist, sind schon lange immer wieder Modelle für Fernsehserien und Romane.

Ich will hier die Aufmerksamkeit auf die kleinen Gründungen legen, die tatsächlich typisch für Frauen sind – aber eben nicht nur - und auf die Frauen, die dahinter stehen.

Dieser Blick ist wichtig für unser aller Gegenwart und Zukunft. Die **Regionalstellen Frau und Beruf** sind nun in NRW dahin, da wird eingespart unter dem Vorwand, eine Förderung für Frauen sei nun nicht mehr nötig. Genug gefördert, die Chancengleichheit sei da.

Die IHK übernehmen nun auch die Förderung von Frauen. Ich hoffe sehr, dass diese Herausforderung beide Seiten anspornt und zu neuen Ufern führt. Die neuen Anlaufstellen heißen Starter Center. Sind Frauen Starter? Eine unglückliche Wortwahl. Abgesehen von dem zweifelhaften Anglizismus - ich dachte eigentlich, es sei mittlerweile wissenschaftlich belegt, dass die Sprache und ihr Gebrauch das Bewusstsein prägen.

Mich lässt die Benennung bereits leise daran zweifeln, dass die Chancengleichheit zu den Selbstverständlichkeiten unserer Gesellschaft gehört.

Meine Kolleginnen und ich in unserem Büro *Geld & Rosen* in Euskirchen, beraten seit 20 Jahren Frauen, die sich selbständig machen, überwiegend Kleinunternehmerinnen. Wir tun das aus begeisterter Hinwendung zu einer Gruppe, die uns zusagt in ihrer Kreativität, ihrer Originalität, in ihrem Willen, selbständig ihr Geschick zu bestimmen, Frauen, die bereit ist, Einbußen an Sicherheit und Verdienst in Kauf zu nehmen und die Regeln des Marktes teils zu nutzen, teils zu missachten und dennoch durchzukommen bis zu einem Erfolg, den sie selbst definieren. Unser Konzept hat sich bewährt. Viele Frauen lassen sich gern von Frauen beraten, die sich bewusst auf Frauen spezialisiert haben. Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass heute viele Frauen sich keineswegs nur aus Lust und Freude in die Selbständigkeit begeben, sondern von der Arbeitsmarktlage dazu gezwungen werden. Auch sie schließen wir in unsere Sympathie ein.

Diese vielen Kleinunternehmerinnen sind statistisch nicht erfasst, denn die meisten von ihnen üben Freie Berufe aus, die nicht beim Gewerbeamt angemeldet werden und der IHK nicht zu Ohren kommen. Sie tauchen nicht nur in den Statistiken nicht auf, sie beantragen meistens auch keinen Kredit, stellen zunächst keine Leute ein, und dennoch: Sie bereichern die Region in vielerlei Hinsicht und sie haben eine alte Tradition.

Ich möchte aus unserem Buch: "Den Laden schmeißen – ein Handbuch für Frauen, die sich selbständig machen" (früher seit 1988 im Fischer Verlag, jetzt Frauenoffensive, Neuausgabe 2005) zitieren. Als wir dieses Buch zuerst schrieben, war die Betriebsgründung durch Frauen außerhalb des herkömmlichen Bereichs als

Ärztin oder Anwältin oder Tante-Emma-Laden-Inhaberin noch wirklich sensationell, singulär, selten und eine Erscheinung, deren zukünftiger Boom nicht abzusehen war. Wir schrieben damals als Widmung hinein: Für Tante Emma und Mutter Courage. Mittlerweile hat das Buch viele Ausgaben mit neuen Überarbeitungen erlebt.

Zitat aus dem Kapitel "Du und die Volkswirtschaft" S. 15:

"...uns, das KleinunternehmerInnenentum, gab es schon, bevor der Kapitalismus Zünfte und Dorfträgheit niederritt, uns gab es sogar in den Ländern, in denen die planwirtschaftliche Alternative vorherrschte, und uns wird es vermutlich im neuen und im nächsten Jahrtausend immer noch geben, mannigfacher denn je. Der »kleine Markt« hat eine Beständigkeit, die ihn fast aus der Geschichte heraushebt. Zu gesellschaftspolitischen und ökonomischen Krisenfällen werden Großbetriebe, die das Gesicht einer ganzen Region prägen - das Kleinunternehmen, das in jede Wirtschaft, auch in die geplante, gehört und passt, zählt, selbst wenn es wächst, nicht zu den Problemfällen, sondern zum lebendigen Ferment einer jeden bislang bekannten ökonomischen Ordnung. All die konflikträchtigen Fehlentwicklungen, zu denen Marktwirtschaften neigen, entfallen bei ihnen oder lassen sich doch rasch in den Griff kriegen. Wir leben in einer Epoche der »Krise der Riesen«. Das Modell des erfolgreichen Unternehmens, sei es staatlich, sei es privat, ist nicht mehr unbedingt der globale Betriebsgigant, sondern das Unternehmen mit spezifischem Know-how, das für einen wohldefinierten Bedarf arbeitet und so flexibel ist, dass es auf Veränderungen in der Nachfrage rasch und sicher reagieren kann. Das bedeutet: eine Kritik an der Marktwirtschaft, die es gerade auf das Kleinunternehmen abgesehen hat, würde fehlgehen."

Und weiter unten etwas zum typisch Weiblichen bei der Unternehmensgründung::

"Die traditionelle weibliche Ökonomie ist sicher weit weg vom größeren Radius (es gibt auch weltweite Aktivitäten von Frauen, aber eher ausnahmsweise), und daher auch nicht dazu angetan, eine Eintragung in die Geschichtsbücher zu gewinnen. Doch sie ist eine Ökonomie, die diesen Namen verdient. Frau sollte sich mit Vergnügen vergegenwärtigen, dass z. B. im 15. Jahrhundert in Köln ganze Gewerbebezüge in weiblicher Hand waren, dass Frauen ihre eigenen Gilden hatten und Geschäfte im Fernhandel tätigten. Die Erinnerung an unsere geschäftstüchtigen Ahninnen soll uns ermuntern, einen Traditionsfaden aufzunehmen, der zur weiblichen Geschichte gehört und seine Spur im weiblichen Charakter hinterlassen hat."
Zitat Ende.

Nicht nur im weiblichen Charakter. Auch im Geschäftsleben einer Stadt oder eines Städtchens. Ein Beispiel. Als unser Büro *Geld & Rosen* umzog von Mechernich nach Euskirchen, ging ich mit einem großen Strauß Rosen um den Block, um mich von allen Geschäftsleuten, bei denen wir regelmäßig eingekauft haben, zu verabschieden. Der Blumenhändler, dessen Geschäft nicht mehr allzu gut lief, hatte Tränen in den Augen. Das Reisebüro nebenan verlor mit uns ständig in Deutschland und weiter herumreisenden 3-4 Frauen eine Menge Umsatz, ebenso wie der Bioladen, die Bäckerei, der Optiker usw. Ebenso hatten unsere Kundinnen Kuchen, Tabak und auch Schuhe, Jeans und Schmuck in Mechernich gekauft. Auch eine Therapeutin, eine Hebamme, eine Clownin, eine Kinesiologin ist ein Wirtschaftsfaktor in ihrer Gemeinde. Alle, die selbständig sind oder werden wollen,

wissen dieses: Bevor eine Umsatz macht, muss sie investieren in Sachen und Dienstleistungen, d.h. sie muss bei anderen einkaufen und wenn der Laden einmal läuft, gibt sie weiterhin laufend eine Menge Geld aus, um die Betriebskosten zu decken. So führt jede noch so kleine Gründung zu einer Belebung der Wirtschaft in ihrer Umgebung und verdient schon aus diesem Grund Beachtung und Förderung.

Das führt uns zu einer weiteren Variante weiblicher Gründungsaktivitäten. Da gibt es eine Gründungsart, bei der höchstwahrscheinlich die Kosten immer gedeckt werden können, und die daher für eine gesunde Wirtschaft, in der das Geld im Kreis fließen soll, wertvoll ist und die dennoch selten ernst genommen wird. **Die nebenberufliche oder Teilzeitselbständigkeit.**

Teilzeitselbständigkeit gibt es offiziell kaum. Das Informationswesen zum Thema Existenzgründung bezieht sich vor allem auf das klassische Unternehmerbild: Der Vollzeitgründer, der 60 – 80 Stunden in der Woche – also unbegrenzt - für seine Firma zur Verfügung steht, gilt als Normalfall.

Die Teilzeitselbständigkeit ist kein fest definierter Begriff. Es kann sich dabei um eine Selbständigkeit von 5 Stunden in der Woche oder von 30 Stunden handeln.

Wesentlich ist nur der Wunsch oder die Notwendigkeit, den zeitlichen Einsatz für das Unternehmen zu begrenzen.

Diese Selbständigkeit findet im allgemeinen Gründungsrausch wohl deswegen wenig Beachtung und kaum Förderung, weil vor allem Frauen diese Gründungsart bevorzugen. Dabei ist es eigentlich eine richtig geniale Art, in den Markt der Selbständigen einzusteigen!

Vor allem im Dienstleistungsbereich ist die Teilzeitgründung oft die einzige Möglichkeit, die Existenzgründung überhaupt zu beginnen. Ob die Heilpraktikerin oder der Büroservice, die Gründerin ist einfach entspannter und ruhiger, wenn sie ein Konzept gemacht hat, nach dem sie in den ersten paar Jahren .- oder auch länger - nicht ausschließlich von dieser Unternehmung leben muss. Dennoch ist die Sache ernst zu nehmen. Denn auch eine Teilzeitgründerin muss investieren – und sie hat vergleichsweise weniger Zeit, um die Investitionen und Betriebskosten wieder reinzuwirtschaften. Sie muss sich auf Verluste in diesem Geschäft vorbereiten. Manchmal sind diese Verluste erwünscht, wenn sie eine andere gut bezahlte Stelle innehat oder der Ehemann gut verdient. Dann gibt es, wenn sie es geschickt anstellt, für eine gewisse Zeit einiges an Steuerersparnis.

Von der Teilzeitgründerin profitiert die Region, der Handel und die Dienstleistungsbranche fast genauso wie von der Vollzeitgründerin – ich sagte das schon, auch sie muss einkaufen! Sie muss im Verhältnis zu ihrer eingesetzten Zeit und dem zu erwartenden Gewinn meistens sogar mehr einkaufen als die Vollzeitgründerin. Eine Teilzeitfotojournalistin braucht dasselbe Equipment wie eine Vollzeitunternehmerin, auch sie braucht Werbung, ein Existenzgründungsseminar und ein Bankkonto.

Es ist also gar nicht zu begreifen, warum dies so abgetan wird. Es könnte auch spezielle Förderprogramme geben, um Teilzeitgründerinnen auf die Beine zu helfen, denn sie brauchen gute Informationen, eine gute Beratung, nicht nur über sozialversicherungsrechtliche Spezialitäten. Sie müssen ihr Risiko kennen und richtig abschätzen lernen. Auch in die nebenberufliche Selbständigkeit sollten Frauen nicht hineinschliddern, sondern sehenden Auges gehen. Wir legen immer in unseren Seminaren großen Wert darauf, dass diese Gründungen ernst genommen und besonders berücksichtigt werden.

Wenn die Teilzeitgründerin gut ankommt, dann wird sie ihren Betrieb ausweiten und mehr Zeit investieren, die andere Arbeit aufgeben oder was immer sie an der Vollzeitgründung hinderte.

Andere Frauen streben gar keine Vollzeitgründung an. Sie wollen eigentlich neben der Familie gern eine Teilzeitstelle haben. Da diese rar gesät sind, versuchen sie es mit der Teilzeitselbständigkeit und suchen sich einen Dienstleistungsbereich aus, in dem sie flexibel mit der Zeit umgehen können.

Wieder andere wollen dem sanften Druck der Arbeitsagenturen nicht nachgeben, die zur sofortigen Selbständigkeit drängen, sondern erst neben dem Bezug von Arbeitslosengeld oder –hilfe den Markt für ihre Angebote und ihre Unternehmerinnenfähigkeiten testen – eine frauentypische Klugheit. Und dann gibt es noch die Angestellte, die ihren relativ sicheren Job nicht kündigen will, sondern neben der Anstellung einer abwechslungsreichen Herausforderung nachgehen möchte.

Hier finden wir viele Frauen, die aus Begeisterung und Leidenschaft die Selbständigkeit anstreben, die ein Risiko eingehen, aber sich dabei nicht den Hals brechen wollen. Sie sind vorsichtig und probieren aus, ob die Sache läuft.

Da ist die nebenberufliche Journalistin, die Künstlerin, die Familienfrau, die zu hause abgefahrene Objekte und Kleidungsstücke aus hauchfeinem Filz herstellt, da sind die vielen Frauen, die ihr Geld in den gut funktionierenden Ausbildungsmarkt in Therapie und Wellness getragen haben und nun auch damit arbeiten wollen.

Auf der anderen Seite ist diese Art der Gründung wenig riskant, was ein Vorteil für die Volkswirtschaft ist. Wenn die Gründerin in den ersten drei Jahren feststellt, dass nichts läuft oder dass es ihr keinen Spaß macht, dass sie das falsche Produkt anbietet usw. dann kann sie die Selbständigkeit aufgeben, ohne in der Luft zu hängen – sie hat noch ihre andere Einkommensquelle, sie macht keine Schulden, keine spektakuläre Pleite und fällt nicht in die Arbeitslosigkeit II.

Aus all diesen Gründen ermuntern wir Frauen in Seminaren und Beratungen dazu, diesen Weg zu beschreiten. Ich wünsche mir, dass das auch im öffentlichen Raum geschieht. Statt das Frauentypische daran herabzusetzen, könnten auch die Vorteile herausgestellt werden. Kritik oder Förderung für eine Herangehensweise beruht auf Konzepten, die sich nicht von allein ändern. Konzepte sind langlebig und ignorieren oft die Realität. Wer hier Verantwortung trägt, kann die Entscheidung treffen, dies oder jenes nicht mehr zu kritisieren, sondern als förderfähig zu betrachten.

Der Trend wird weitergehen. Ich rechne damit, dass sich in Zukunft Scharen von Frauen, die eine Rente beziehen, einen Weg in die Teilzeitselbständig bahnen werden aus ganz unterschiedlichen Motiven. Auch von ihnen wird die Wirtschaft profitieren und Verantwortliche in der Politik werden zu überlegen haben, ob die rigiden Regeln, die einen Zuverdienst neben einer Rente betreffen, die nicht Altersrente ist, noch zeitgemäß sind.

Ich möchte noch ein weiteres Versäumnis der Verantwortlichen in der Politik ansprechen. Neben der Ich-AG hätte die Wir-AG einen guten Platz gebraucht. Es gab in Nordrhein-Westfalen vor vielen Jahren mal eine Beratungsförderung für so genannte "Initiativen", dazu gehörten mindestens 2 Menschen. Leider ist dieser sehr gute Ansatz irgendwann klanglos eingeschlafen. Sehr viele Unternehmungen von kleinen Gründerinnen, die aus der Arbeitslosigkeit heraus in die Selbständigkeit gehen, würden besser gelingen, wenn sie im Verbund mit anderen ins Werk gesetzt

würden. Doch dazu fehlt es an Know-how, an Gelegenheit und passender Förderung. Das ist sehr schade.

Nun wird es Zeit, wenigstens kurz die Herausforderung für die gründenden Frauen zu benennen.

Eine Existenzgründung betrifft oft wirklich die ganze Existenz und der Herausforderungen sind entsprechend viele - zwei Punkte will ich hier herausgreifen und besprechen:

Der Umgang mit Geld, mit Zahlen, mit betriebswirtschaftlichem Denken ist Frauen selbstverständlich nicht per se fremd. Ich sehe hier eher eine berufsgruppenspezifische schon fast ideologisch zu nennende Abwehr, die ich vor allem bei Künstlerinnen und Frauen aus therapeutischen Berufen antreffe. Als wäre es eine Schande, für diese Waren und Leistungen Geld zu nehmen, als sei das Geschäft etwas Niederes, über das frau erhaben sein müsse. Ich denke, Sie wissen, was ich eine, hier treffen wir auf alte kulturelle Konzepte, denen Frauen sich wohl länger und tiefer verpflichtet fühlen mögen als Männer. Abwehr kann sich auf vielerlei Weise äußern, es ist mir in Seminaren und in Beratungen immer sehr wichtig, dass gerade Frauen, die sich scheuen, eine Kalkulation der Kosten selbst vorzunehmen, da hindurch zu begleiten, ohne es ihnen abzunehmen. Wenn sich die Frauen – und in Gruppen geht das am besten – erst einmal dazu durchgerungen haben, ihre Abwehr fallen zu lassen, entsteht oft ganz natürlich Neugier und freudiges Staunen, wie leicht das alles zu durchschauen ist, wenn eine nur will.

Schwieriger ist es dann schon mit dem Thema Marketing. Dass sie ihre eigenen Leistungen auch zu Markte tragen müssen, haben sehr viele Frauen bei ihren Ausbildungen, mit denen sie sich auf eine selbständige Tätigkeit vorbereitet haben, nicht bedacht. So trifft sie das Thema oft jäh und unvermutet. Ich nehme an, dass das daran liegt, dass Frauen in erster Linie ganz altmodisch, preußisch, an **Leistung** glauben. Sie halten es für selbstverständlich, dass eine gute Leistung durch entsprechende Resonanz am Markt gewürdigt werde. An der Qualität ihrer Leistungen arbeiten Frauen unermüdlich, es ist unglaublich, wie viel Geld und Zeit gerade Frauen im therapeutischen und pädagogischen Bereich in Fortbildungen investieren. Damit bringen sie einen riesigen Bildungsmarkt zum Erblühen, denken aber selten darüber nach, welche Zielgruppe sie ansprechen wollen und wo und wie sie diese finden können.

Viele Unternehmungen von Frauen scheitern hier. Denn Marketing lässt sich nur ein Stück weit erlernen, darüber hinaus muss es vielleicht wirklich in die Wiege gelegt sein. Doch das, was für Frauen erlernbar ist, ist genau das, was auch der Region nutzt.

Wenn ich eine Frau in der Beratung vor mir habe oder eine Gruppe in einem Seminar, so stelle ich ihnen immer die Frage: *Was hast Du, was haben Sie in den letzten 5 Jahren getan, um sich einer großen Zahl Menschen bekannt zu machen?* Denn es ist nun mal am besten, wenn eine Unternehmerin schon bekannt ist, bevor sie Ihren Laden, ihr Büro oder ihre Praxis eröffnet.

Für Frauen, die mehrere Kinder durch Kindergarten und Schule begleitet haben, ist dies meistens kein Problem, sie haben sich als Eltern eingemischt und sind überall bekannt. Um das Geschäft einer Frau, die 3 oder 4 Kinder mit Interesse durch die Schule gebracht hat, brauche ich mir keine Sorgen zu machen. Aber die anderen –

die, die sich nicht engagiert haben, die gerade erst in die Gemeinde gezogen sind, die nie daran gedacht haben, sich in Politik, Kirchengemeinde oder Sport zu tummeln?

Sie werden es müssen.

Hier kommen nun die Interessen der Frauen, die ihre Leistungen auf den Markt bringen wollen und die einer Region auf das Schönste zusammen. Es gibt für die meisten Frauen, die im kleinen Rahmen lokal oder regional als Anbieterinnen auftreten wollen, einfach keine Alternative zum ehrenamtlichen Engagement in ihrem politischen, kulturellen oder sozialen Umfeld, zum Herausgehen und Netzwerken. Wenn eine Frau das eingesehen hat, finden wir auch Aktivitäten, die ihr zusagen, Spaß machen und zugleich für sie nützlich sein können.

Das verstehe ich unter einer **frauentypischen** Gründung: Wenn schon klein, dann doch mit Lust und Geschick betrieben und im sozialen Gefüge der Region verankert. So rundet sich zum Schluss das Bild, das ich zeigen möchte: Die vielen kleinen Unternehmungen von Frauen beleben die Wirtschaft und befruchten die Kultur. Was will man mehr?