

KMU: Frauen

Frauenfirmen braucht das Land

Immer mehr Frauen machen sich selbständig. Und das ist gut so. Denn ihre Unternehmen sind weitaus weniger konkursgefährdet als Firmen von Männern.

Text: Sandra Escher Clauss, Birgitta Willmann

Sie werden ausgelagert.» Aus heiterem Himmel kam 1997 die Hiobsbotschaft der Geschäftsleitung und traf die internen Englischlehrer des Bankvereins hart und unvermittelt. Edit Adrover war eine davon. Damals hat sie keine Sekunde gezögert und das umgesetzt, was ihr schon lange im Kopf herumsprang: «Mit zwei anderen Frauen habe ich über Nacht beschlossen, mich selbständig zu machen.» Flying Teachers heisst das Unternehmen der drei Frauen, eine innovative Sprachschule für Firmen, die heute über 300 Mitarbeitende beschäftigt und neben dem Zürcher Hauptsitz Filialen in Bern und in Ungarn besitzt.

Adrover ist nicht die einzige Frau, die in den letzten Jahren aufs eigene Unternehmen gesetzt hat. Seit 1991 stieg der Frauenanteil an den Selbständigerwerbenden von 28 auf 33 Prozent (2004). Viele von ihnen bieten ihre Arbeit, wie Edit Adrover, im Dienstleistungssektor an. Gisela Burri-Renz etwa, die vor 13 Jahren eines der ersten Geburtshäuser der Schweiz gründete, oder Graziella Zanoletti, die mit Eliterent Ende der achtziger Jahre einen exklusiven Mietwagenservice ins Leben rief und dafür letztes Jahr mit dem renommierten Veuve-Clicquot-Preis ausgezeichnet wurde.

Die zunehmende Anzahl von Unternehmen, die von Frauen gegründet werden, kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass es noch immer Unterschiede zwischen Männer- und Frauenunternehmen gibt. Frauenunternehmen sind meist kleiner, werden mit weniger Fremdkapital finanziert und sind daher weniger konkursgefährdet. Die Regierungen der USA und Kanadas haben dies schon früh erkannt und seither Frauenfirmen gezielt gefördert. Mit grossem Erfolg: Heute gründen Kanadierinnen dreimal so viele Firmen wie Männer, was massgeblich zum Wirtschaftswachstum des Landes beiträgt.

In der Schweiz geht diese Entwicklung langsamer voran. 2003 gab die Basler Ständerätin und Unternehmensberaterin Anita Fetz dem Schweizerischen Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) den Anstoss für eine Analyse, die als Grundlage für einen Massnahmenplan für die Einführung von Förderinstrumenten für Gründerinnen und Unternehmerinnen dienen soll. Doch dieser Bericht ist bisher nur harzig vorangekommen. Pionierarbeit in Sachen Analyse ihrer wirtschaftlichen und sozialen Situation haben in den letzten 15 Jahren vor allem Unternehmerinnenorganisationen geleistet: der Verband Frauen.Unternehmen, gegründet 1998; Nefu, das Netzwerk der Einfrauunternehmerinnen, gegründet 1993; der Verband Wirtschaftsfrauen, gegründet 1998; oder der bereits vor 75 Jahren gegründete internationale Verband Business & Professional Women (BPW), um nur einige zu nennen.

Die Gründe, warum sich Frauen selbständig machen, liegen auf der Hand: «Oft haben sie den ermüdenden und sinnlosen Kampf um Positionen in den Firmen einfach satt», sagt Fetz. Und sie wollen über ihre Zeit selbständig verfügen, um Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen. Die Statistik bestätigt diese Aussagen: Die grösste Dichte von Unternehmerinnen befindet sich im Grossraum Zürich. Viele der Frauen haben eine Hochschulbildung, 70 Prozent der Gründerinnen sind verheiratet, 36 Prozent haben Kinder – deutlich mehr als angestellte Frauen. Vor allem der Aspekt Familie und Beruf ist für viele Frauen ein wichtiger Motor bei der Firmengründung. Interessante Teilzeitstellen sind rar, im eigenen Unternehmen lässt sich die Tageseinteilung flexibler und damit familienfreundlicher gestalten.

Viele der Unternehmerinnen arbeiten durchschnittlich weniger Stunden als die selbständigen Männer und nehmen dafür in Kauf, weniger zu verdienen als zuvor im Angestelltenverhältnis. Selbstbestimmung, individuelle Organisation und zeitliche und örtliche Flexibilität sind ihnen wichtiger als Statussymbole. Auch Edit Adrover hat den Spagat geschafft, zwei Kinder grosszuziehen und zugleich ihr Unternehmen zu vergrössern. Sie ist davon überzeugt, dass es machbar ist, «Familien- und Berufsfrau zu sein». Man brauche dazu neben Organisationstalent auch die Fähigkeit, Verantwortung abgeben zu können. «Um nachhaltigen Erfolg zu haben, braucht es Disziplin, lösungsorientiertes Denken, Fleiss, eine gesunde Portion Risikobereitschaft sowie jeden Tag die Überzeugung, dass man das Richtige macht.»

Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung, das hat auch Rolf Meyer, Leiter des Instituts für Management und Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz in Olten, herausgefunden, sind ein wesentlicher Antrieb von Firmengründerinnen. «Frauen», sagt er, «gründen ihre Firmen aus tiefster Überzeugung.» Das zeigt sich auch im Umgang mit den Finanzen. Anita Fetz, die seit 20 Jahren Frauenunternehmen betreut, hat festgestellt, dass Frauen bei Investitionen in die Firma extrem vorsichtig und umsichtig vorgehen. «Die wenigsten suchen die Superrendite», sagt sie. «Ihre Freiheit und Unabhängigkeit: Das ist ihr grösster Gewinn.»

Und zu den Freiheiten gehört nun einmal auch die finanzielle Unabhängigkeit, auch von den Banken. «Wenn sie überhaupt Fremdkapital aufnehmen», meint Wissenschaftler Meyer, «dann sinken ihre Schulden in den ersten fünf Jahren, während es bei den männlichen Start-ups eher eine Erhöhung gibt.» Daher hätten Firmen, die von Frauen gegründet würden, weit grössere Überlebenschancen als Gründungen von Männern. Auch Edit Adrover und Flying Teachers kamen bis heute ohne einen Rappen Fremdkapital aus.

Der Erfolg von Frauenunternehmen hat aber auch damit zu tun, dass Frauen bei ihren Gründungen generell deutlich weniger Risiken eingehen, ihre Unternehmen kleiner bleiben und sie nur sehr wenige Mitarbeitende einstellen. Trotz Flexibilität und Unabhängigkeit hat das Unternehmertum auch Schattenseiten. So kann es einen steten Kampf ums Überleben bedeuten. Diese Erfahrung hat die frei praktizierende Hebamme Gisela Burri-Renz gemacht. Vor 13 Jahren gründete sie zusammen mit drei Arbeitskolleginnen das Geburtshaus Zürcher Oberland in Wald. Ein für damalige Verhältnisse exotisches Vorgehen, das auf wenig Begeisterung stiess – «vor allem bei den Banken». Und obwohl das Geburtshaus inzwischen 16 Mitarbeiterinnen beschäftigt, fühlt sie sich immer wieder wie Don Quichotte beim Kampf gegen Windmühlen. «Die Gesundheitspolitik legt uns regelmässig neue Steine in den Weg.» Resignieren oder gar aufgeben würde sie deswegen aber nie. Ihr Rezept lautet: «Durchhaltevermögen, gepaart mit Optimismus, einem guten familiären Rückhalt auch in finanzieller Sicht, Mut, Flexibilität, einem Quäntchen Glück sowie einer grossen Portion Leidenschaft.» Alles Eigenschaften, die Frauen in die Wiege gelegt wurden.

Dazulernen müssen Unternehmerinnen hingegen in einem anderen Bereich: dem Networking. Dieses zu fördern, ist eines der Hauptanliegen der Unternehmerinnenorganisationen. «In Sachen Netzwerkstrukturen», sagt Silvia Villars, Präsidentin des Verbandes Frauen.Unternehmen, «haben wir einiges aufzuholen.» Dies stellt auch Andrea Theunert, Geschäftsleitungsmitglied und Kommunikationsverantwortliche von Nefu, fest: «Netzwerken hat für viele Frauen noch etwas Anrühiges.»

Der Austausch mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern bewahrt aber auch davor, zu träge zu werden und zu stagnieren. Die Gefahr, sich mit dem bisher Erreichten zufrieden zu geben, ist bei Frauen grösser als bei Männern. Dies hat Innovationsberaterin Monique Siegel, die sich seit 30 Jahren mit Unternehmerinnen beschäftigt, festgestellt. Dabei, so Siegel, hätten Frauen ein riesiges Innovationspotenzial: «Dieses kann nur genutzt werden, wenn sie mit mehr professionellem Selbstvertrauen agieren, ihre Erfahrungen besser poolen und sich kontinuierlich weiterbilden und -entwickeln.»

Die Weiterbildung ist neben dem Networking das zweite grosse Anliegen der Frauenverbände. Denn gemäss der schweizerischen Arbeitskräfteerhebung (Sake) investieren selbständige Frauen deutlich weniger Zeit und Geld in die Weiterbildung als ihre männlichen Kollegen. «Besonders gut kommen Workshops zum Thema Akquisition und Selbstmarketing an», sagt Silvia Villars. Vielen Frauen falle es noch immer schwer, sich in einem guten Licht darzustellen und sich gut zu verkaufen. Dass sie allen Grund dazu hätten, selbstbewusst ihre Unternehmen zu vermarkten, ist für Rolf Meyer keine Frage. «Frauen», sagt er, «haben alle Voraussetzungen, die es braucht, um als Unternehmerinnen erfolgreich zu sein. Sie sind ausdauernd, kreativ, finanziell umsichtig und flexibel.»

Bleibt nur noch, dass sie nicht mehr als Sonderfall wahrgenommen werden.

www.bpw.ch: die Adresse für Business und Professional Women.

www.frauen-unternehmen.ch: die Adresse für Unternehmerinnen mit Netzwerkplattformen und Weiterbildungs-Tools

www.kmufrauwenschweiz.ch: die bessere Hälfte des schweizerischen Gewerbeverbandes.

www.businesslady.ch: Infos und Tools für selbständige Unternehmerinnen.

www.wirtschaftsfrauen.ch: die Plattform für Wirtschaftsfrauen in der Region Basel.

www.womensforum.ch: das Business Network für selbständige oder mittlere und obere Kaderfrauen.

Nebenartikel

Silvia von Ballmoos Comm.: [Die Kommunikatorin](#)

Femmedia ChangeAssist: [Die Beraterin](#)

City Guide TV: [Die Fernsehfrau](#)