

Gründen. Weiblich.

Portraits und Analysen
zur Situation von Gründerinnen
in Thüringen.



42%

38%

79%

Impulse. ThEx FRAUENSACHE.

Gründen. Weiblich.
Portraits und Analysen zur
Situation von Gründerinnen
in Thüringen.

4 **Willkommen!**

Portraits

- 8 Susanne Deininger und Carina Schmidt |
Win-Win im Team: Mentoring
- 10 Juliane Rische | Unternehmen Miteinander:
Werken am Netz, digital und analog
- 12 Matthias Voigt | Den Staffelnstab übergeben: Vom kleinen
Unterschied beim Führen aus Sicht eines Vaters
- 14 Ute Strucksberg | Hinfallen, aufstehen: Von der
Herausforderung, nach dem Scheitern neu zu starten
- 16 Annika Brückner | Unternehmen lernen:
Gründen an der Schule
- 18 Ines Rein-Brandenburg | Alles auf Anfang:
Gründen 50plus
- 20 Marleen Schönbach | Ein Leben, viele Aufgaben:
Familie und Beruf miteinander vereinbaren
- 22 Mariethel Bruhn | Ankommen, Lernen, Aufbauen:
Gründung mit Migrationshintergrund
- 24 Marion Irmer | Digitalisierung: Fluch und Segen

26 **Mikropolitik. Als Unternehmerin vernetzt,
sichtbar und erfolgreich sein!**

**Gründerinnenbefragung 2018.
Analysen und Interpretationen**

- 32 Was, wozu und wie
- 34 Motive für Gründung und Zufriedenheit
mit der Gründungsentscheidung
- 39 Netzwerken – (fast) alles scheint wichtiger
zu sein als das!
- 44 Hemmnisse und Verbesserungspotenzial auf dem
Weg zur Unternehmensgründung durch Frauen
- 54 Vom Geben und Nehmen im Mentoring
- 58 Fazit
- 60 **ThEx FRAUENSACHE.
Themen und Team**

Willkommen!

Herzlich willkommen zu diesen Impulsen, in denen wir über Gründerinnen in Thüringen berichten – über das, was sie bewegt, was ihnen wichtig ist, was ihnen hilft und was es ihnen schwer macht.

Wir, das ist das ThEx FRAUENSACHE.-Team: Doris Elfert, Anne Kolling, Claudia Meimberg, Maude Skolaude, Cornelia Stöckmann und Doris Voll. Neben Zahlen, Daten und Fakten haben wir Geschichten für Sie zusammengestellt, die Sie hoffentlich ebenso begeistern wie uns. Es sind Geschichten von Gründerinnen und Unternehmerinnen in Thüringen, die ihre eigenen Geschäfte voranbringen. Wir wollen diese Frauen – und einen Mann – sichtbar machen, denn sie haben viel zu erzählen aus unterschiedlichen Perspektiven: von Schülerfirma bis Gründen 50 plus, vom Gründen mit Migrationshintergrund, im Generationswechsel oder im Mentoring, vom Scheitern und Neustart.

Die Impulse sind eine wunderbare Gelegenheit, Gründungen durch Frauen und das Genderthema sichtbar und an konkreten Beispielen erlebbar zu machen. In Thüringen (und darüber hinaus) begegnet uns beim Stichwort »Gender« immer noch viel Skepsis und Ignoranz. Die typischen Reaktionen: »Gibt's denn da noch Unterschiede?«, »Die Themen sind doch für alle gleich, von Fachkräftemangel über Digitalisierung bis zu demografischem Wandel.«, »Wir haben doch alle dieselben Chancen.« Punkt.

Wir von ThEx FRAUENSACHE. sind davon überzeugt, dass da Fragezeichen hingehören, denn es gibt Unterschiede zwischen Frauen und Männern: z. B. in der Risikobereitschaft, in der strategischen Nutzung von Netzwerken und in der Art und Weise, wie Frauen den Gründungsprozess organisieren.

Wir haben das »schwarz auf weiß«, denn wir befragten im Sommer 2018 in Thüringen 200 Gründerinnen, was sie hemmt oder darin fördert, zu gründen.

Verschiedene Quellen zeigen die geringere Gründungsneigungen von Frauen – auch in Thüringen. Wir gehen davon aus, dass man diesem Phänomen durch positive, vielfältige Rollenvorbilder begegnen kann, in denen sich Gründerinnen und Unternehmerinnen wiederfinden können. Wie sollten diese aufgemacht sein?

Die Ergebnisse sind klar: Viele Frauen wünschen sich andere Bilder vom Unternehmertum, als die traditionell männlich definierten und haben andere Bedürfnisse als Männer: Sie brauchen zum Beispiel mehr Vorbereitungszeit und sind weniger risikobereit, um nur zwei Unterschiede zu nennen. Diese Aspekte können auch anders gedeutet werden: Um Risiken zu minimieren, bereiten sich Frauen länger auf eine Gründung vor (im Durchschnitt drei Monate länger als Männer, Quelle: ThEx Enterprise, 2018). Die Gründungsstatistik zeigt: 2017 erfolgten 34,8 Prozent der Gewerbeanmeldungen von Einzelunternehmen in Thüringen durch Frauen (Quelle: Gründer- und Unternehmerreport 2018, Thüringer Zentrum für Existenzgründungen und Unternehmertum (ThEx). In diesem von ThEx Management vorgelegten Bericht finden Sie interessant aufbereitetes, umfangreiches statistisches Material zum Gründungsgeschehen in Thüringen.



Was daraus folgt? Bei Frauen gibt es ein nicht ausgeschöpftes Gründungsreservoir. Um es zu erschließen, sollte die Gründungsneigung von Frauen gefördert werden. Dazu können alle, die in der Gründungsförderung tätig sind, bedarfsgerechte Angebote machen, die für Frauen attraktiv sind.

Und es ist kein Widerspruch: Emanzipation oder Gender-Mainstreaming heißt nicht, alle gleich zu schalten, sondern unterschiedliche Bedürfnisse in gleicher Weise zu respektieren. Es ist wie beim Thema Kommunikation: Wir sprechen dieselbe Sprache, aber wir reden trotzdem oft aneinander vorbei. Unser Modell der Zukunft: Wir haben Räume, in denen wir uns jeweils untereinander begegnen – und wir brauchen das Miteinander. Wenn wir es schaffen, dass zukünftig 50:50 von Männern und Frauen gegründet wird, das wäre ein schöner Erfolg. Wir möchten unseren Beitrag dazu leisten.

Wir halten es dort gerne mit Rita Süßmuth: »Ich bin nicht mehr für die Quote. Die Quote ist viel zu schwach. Ich bin jetzt für Parität.« (Quelle: Der Spiegel, Nr. 41 a, 10.10.2018, #frauenland).

Die Portraits, Analysen, Interpretationen der folgenden Seiten beruhen auf Fakten und langjähriger Erfahrung sowie Projekterfahrung bei ThEx FRAUENSACHE. Die Gründerinnenbefragung 2018 ist darin eingeflossen. Ebenso die Bestandsaufnahme von relevanten Business-Netzwerken in Thüringen 2016 bis 2018, Forschungsberichte des IfM Bonn und der Universität Siegen 2015/2017, KFW- und bga-Studien, viele O-Töne von Gründerinnen und Unternehmerinnen in den Dialogen im Rahmen der Netzwerkveranstaltungen von ThEx FRAUENSACHE. Das alles haben wir interpretiert, Schlüsse gezogen und unterbreiten Vorschläge. Sie geben unsere Perspektive wider. Wir sind uns bewusst, dass es auch andere Sichtweisen gibt und freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!

Ihr Team von ThEx FRAUENSACHE.

Doris Elfert, Anne Kolling, Claudia Meimberg,
Cornelia Stöckmann, Doris Voll

Unter Mitwirkung von Doris Cornils, Maria Gottweiss, Annalena Kolling,
Doreen Noack, Markus Schlevogt, Maude Skolaude und Hilde Weeg

Erfurt, Februar 2019

Portraits

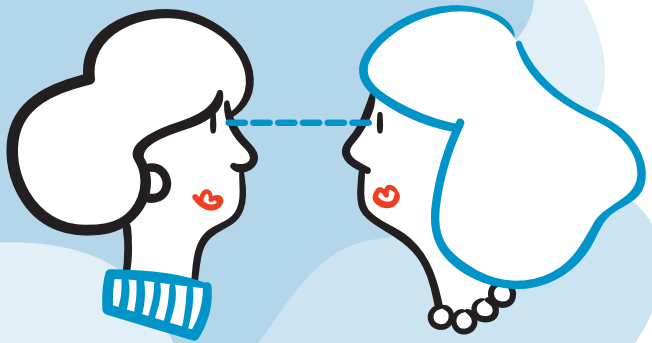
Susanne Deininger

KTW Unternehmensgruppe, Mellinge

Carina Schmidt

HS Industrie Service GmbH, Nordhausen

Win-Win im Team: Mentoring



»Gute Fragen stellen und Zuhören können, das hilft mir auch als Unternehmerin«, sagt Susanne Deininger. Die 40-jährige Prokuristin war bis zur Firmennachfolge am Wochenende als Sportreporterin für das Regionalfernsehen unterwegs – und oft als Schiedsrichterin im Handball. »Das war mein Leben, bis zur Geburt meiner Tochter vor sechs Jahren.« Susanne Deininger blickt ohne Wehmut zurück: »In der Elternzeit kam dann das Nachdenken über langfristige Perspektiven – und damit auch die Neuorientierung auf das Bausanierungsunternehmen KTW, die Kunststoff-Technik GmbH mit den Tochterfirmen KTW Fassaden- und KTW Umweltschutztechnik. Ausschlaggebend für den Wechsel waren das große Vertrauen meines Vaters, der es aufgebaut hat – und das meines Partners, der mir seitdem volle Rückendeckung und Unterstützung gibt.«

Als Brückenbauerin zur neuen Unternehmenswelt kam Carina Schmidt an ihre Seite, die Chefin der HS Industrie Service GmbH; Susanne Deiningers gleichaltrige Mentorin, die bald zur Freundin wurde. »Das war ein Riesenglück. Ich hatte vom Projekt »FRAUENSACHE.« erfahren und wir sind dann zusammen ins Mentoring-Programm aufgenommen worden.« Für Susanne Deininger war es wichtig, rund ums Unternehmertum alles fragen zu dürfen. »Das war toll, dass wir alles auf Augenhöhe miteinander besprechen konnten. Zum Beispiel, wie man den eigenen Vater im Betrieb anspricht. Oder wie man mit Skepsis mancher Mitarbeiter umgeht.



Mentee Susanne Deininger
(KTW Unternehmensgruppe,
Mellinge, www.ktweimar.de)

Mentorin Carina Schmidt
(HS Industrie Service GmbH,
Nordhausen,
www.hs-industrie.de)

→ Mentoring

»Mentoring ist heiß begehrt«, so die Gründerinnen-Studie 2013 im Auftrag der HypoVereinbank.

Mentoring bedeutet allgemein den Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen Erfahrenen (Mentor*innen) und weniger Erfahrenen (Mentees). Der gemeinsame Arbeitsprozess ist zeitlich und inhaltlich klar definiert und wird professionell begleitet. Ziel ist, den oder die Mentee vor allem bei der beruflichen Entwicklung zu unterstützen und Kontakte zu eröffnen. Im geschützten Rahmen können Mentees das eigene Handeln reflektieren, Ideen entwickeln oder Tipps und Hinweise bei der Bewältigung schwieriger Aufgaben bekommen oder geben. Häufig wird dieses Instrument für junge Führungskräfte genutzt. Für den Gründungs- und Übernahmeprozess hat es sich ebenfalls bewährt. ThEx FRAUENSACHE. legt die Schwerpunkte im Mentoringprogramm auf persönliche Entwicklung, Selbstmarketing und auf das Netzwerken.

Gute Möglichkeiten, einen Mentor, eine Mentorin zu finden bietet auch das Projekt ThEx Mentoring: www.thex-mentoring.de

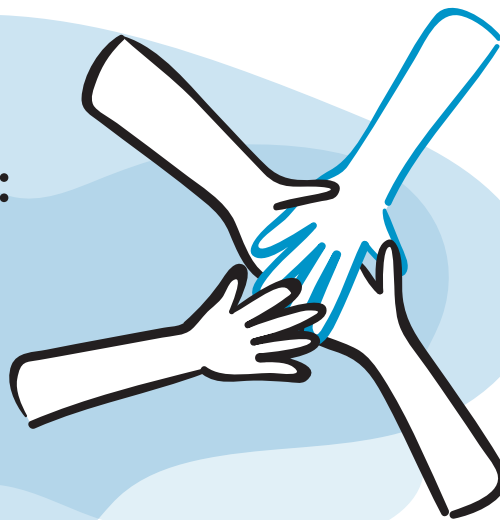
Ich bin ja weder Ingenieurin noch Betriebswirtin, da gab es auch Bedenken.« Ihre Mentorin wusste, wie sich das anfühlt. Denn auch Carina Schmidt hatte einen vom Vater gegründeten Betrieb übernommen: »Eigentlich geht's im Mentoring um berufliche Fragen. Dass daraus eine Freundschaft gewachsen ist, das ist ein Geschenk«, erzählt Carina Schmidt. Sie engagiert sich nicht nur im Rahmen von ThEx FRAUENSACHE. für Mentoring und Nachwuchsförderung, sondern auch im Nordthüringer Unternehmerverband NUV. »Meiner Erfahrung nach sind Frauen genauso kompetent wie Männer. Aber sie zögern häufiger, weil sie nichts falsch machen wollen. Da ist es extrem

wichtig, sich Rat holen zu können, der mehr Sicherheit gibt. Denn das müssen alle schnell lernen, die ein Unternehmen führen wollen: Wie man effektiv gute Entscheidungen treffen kann.« Zum Erfolg des Mentorings trage auch die klare Struktur des ThEx FRAUENSACHE.-Programms bei: »Miteinander ein Ziel und den Weg vereinbaren, sich in festen Intervallen treffen, die konkreten Schritte prüfen. Das ist wichtig.«

Susanne Deininger ist seit 2013 im Betrieb, bis 2020 soll die Übergabe abgeschlossen sein. Das Mentoring war dabei eine sehr wichtige Ergänzung zu den Weiterbildungen und dem »Learning-by-doing« mit dem Vater. »Du stellst genau dieselben Fragen wie ich«, hatte Carina Schmidt beim ersten Treffen gesagt – und ihre Mentee zu sich in den Betrieb eingeladen. Susanne Deininger kann sich gut erinnern: »Es hat mir geholfen, sie bei einer Betriebsfeier zu erleben. Wie sie führt, das hat mich total beeindruckt.« Noch so ein Satz, der hängen blieb: »Als ich mal gezweifelt hab, ob mir nicht die Fußstapfen meines Vaters zu groß sind, da hat sie gesagt: ›Du musst die nicht ausfüllen. Setz' deine eigenen daneben«. Sowas hilft enorm.« Umgekehrt war Carina Schmidt beeindruckt vom Besuch in der KTW: »Wie Susanne sich als Fachfremde eingearbeitet hat, wie schnell sie alles umsetzt und dazu ihre Familie wuppt, das ist einfach toll.«

Für beide Unternehmerinnen sind ihre Väter wichtige Ratgeber geblieben: »Es ist unschätzbar wichtig, dass ich ihn um Rat fragen kann«, sagt Susanne Deininger. Beide stehen vor allem männlichen Belegschaften vor – im Bau- und Industriegewerbe. Sie profitiert dabei auch von ihren Erfahrungen als Schiedsrichterin im Handball – Regeln durchsetzen zu müssen, auch gegen Widerstand. Auch das oberste Gebot ihres Vaters hat sie sich zu eigen gemacht: »Zuallererst: Bezahl deine Mitarbeiter.« Was sich für sie durch die neuen Aufgaben geändert hat: »Man steht halt jetzt vorn. Und das fühlt sich anders an. Da fragst du dich schon, ob die Zahlen stimmen und die Aufträge reichen, für 60 Menschen mit ihren Familien.« Dann lieber doch zurück in den Journalismus? Die Antwort darauf ist sehr entschieden: »Ich hab' immer noch großen Respekt vor der Aufgabe, aber ich habe den Wechsel nie bereut.«

Unternehmen Miteinander: Werken am Netz, digital und analog



»Wir haben unseren eigenen Unternehmerinnen-Stammtisch aufgemacht. Sowas gab's bis dahin in Arnstadt nicht«, sagt die junge Gründerin. »Wir – das ist ein Pool von rund 40 Unternehmerinnen, von denen jedes Mal mindestens 10 bis 15 zum Stammtisch kommen. Ganz unterschiedliche Branchen – Haushaltsdienstleistung, Finanz- und Versicherungsberatung, Ladenbesitzerinnen – querbeet! Einige von uns kannten sich schon durch das ThEx/IHK-Gründerfrühstück. Da haben wir die Idee bekommen, unser eigenes Ding zu machen.« Netzwerken, das ist für Juliane Rische nicht nur Broterwerb, sondern eine Selbstverständlichkeit. Ob digital und/oder analog: die Mischung macht's, auch bei ihren Kund*innen.

Die gebürtige Rudolstädterin war mitten im Wirtschafts- und Rechtswissenschaftsstudium an der Universität Erfurt, als sie sich entscheiden musste zwischen Studium oder der eigenen Social-Media-Agentur: Das Studium brach sie im vierten Semester ab. Seit 2016 ist sie nun ihre eigene Chefin: »Ich bin da so 'reingerutscht. Früher wollte ich gar nicht selbstständig sein, aber mittlerweile bin ich sehr zufrieden damit und kann es mir nicht mehr anders vorstellen.« Angefangen hatte es auf eine für die Branche typische Art: »Ich war viel auf facebook unterwegs und hab für einen Tour-Veranstalter gearbeitet. Von dem bekam ich zu hören: »Wir können das nicht und haben keine Zeit dafür. Mach' du das mal.« Solche Sätze und Begründungen hat sie seitdem oft gehört. Sie machte zunächst einen Lehrgang und dann mit JuR Media eine Geschäftsidee daraus.

Seitdem entwickelt sie passgenaue Angebote für den Social-Media-Auftritt, bietet spezielle Workshop-Formate an oder sorgt mit Vorträgen für Aufklärung rund um digitale Prozesse und die neuen Marketingmöglichkeiten. »Dabei ist wichtig: Es gibt nicht eine Lösung für alle. Eine Social-Media-Strategie muss passen – zum Unternehmen und zu den Kundinnen und Kunden.« Die kommen mittlerweile aus ganz Deutschland.

→ Ein Rat des Netzwerkers Steffen Zöller – eine männliche Perspektive zum Netzwerken

Der Gründer von fabstone 3D Consulting, Steffen Zöller (jetzt Referent des Thüringer Kompetenzzentrums Wirtschaft 4.0, ThEx), rät: »Lerne von der Crème de la Crème deiner Branche! Gehe zu Veranstaltungen, wo du von den »Erfolgreichen« lernen kannst. Ich bin bis nach Holland gefahren, um für mich wichtige Kontakte aufzubauen. Stelle bei Netzwerk-Gesprächen den Nutzen einer Zusammenarbeit in den Fokus und lasse die langatmige Erläuterung des »Was« sein! Dein Gegenüber braucht schnell auf den Punkt gebracht, warum er gerade dich anrufen sollte. Noch ein wichtiger Tipp: Frage dich immer, mit wem du über was reden willst.«

→ Finden statt suchen: der Netzwerk-O-Mat

Sie haben erkannt, wie wichtig Netzwerken ist, um im Business erfolgreich zu sein? Sie finden sich im großen Netzwerkangebot in Thüringen nicht zurecht? Sie können nicht erkennen, welches der regionalen Netzwerke für Ihr Business relevant sein könnte? Dann hilft der Netzwerk-O-Mat, der erste Netzwerkfinder dieser Art, den wir von ThEx FRAUENSACHE. für Sie entwickelt haben. Suchen Sie per Filterfunktion und lassen Sie sich passende Netzwerke vorschlagen.

Oder sind Sie bereits ein Mitglied eines Netzwerks und wollen auf der Netzwerk-O-Mat-Website selbst gefunden werden? Dann schreiben Sie uns an!
nwo@thex-frauensache.de
www.netzwerkomat.de



Juliane Rische (JuR Media, Arnstadt,
www.facebook.com/JuRMediabyJulianeRische)

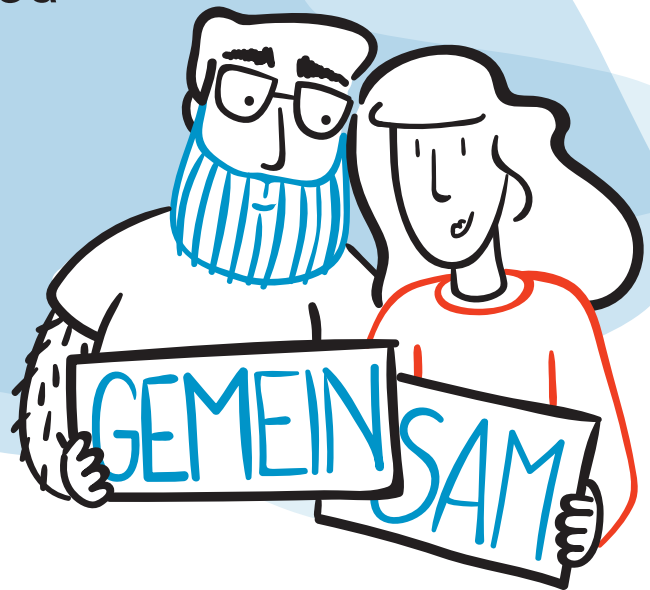
Im Netzwerken sieht sie ein großes Plus: »Wir profitieren alle davon. Nirgendwo sonst können wir uns so gut und auf Augenhöhe austauschen – im Guten wie auch im Schlechten, wenn mal irgendwas nervt. Es ist eine wunderbare Form der Unterstützung, ohne dass gleich wieder eine Rechnung aufgemacht oder eine Gegenleistung verlangt wird. Das ist leider nicht immer so. In manchen Netzwerken hat der Verkaufsaspekt oberste Priorität, das war ein weiterer Grund für eigene Netzwerkveranstaltungen.«

Außerdem werde an einem Unternehmerinnen-Stammtisch anders geredet, als am gemischten: »Da reden dann oft nur die Männer. Sie können sich oft besser darstellen oder sichtbar machen.« Das machten Frauen viel zu wenig, findet Rische. »Sichtbar sein – gesehen werden: Das ist überall wichtig! Wenn ich nicht nach vorne gehe – wer soll es sonst für mich tun? Viele Unternehmerinnen arbeiten dann auch noch in Branchen, die eher im Hintergrund agieren – z. B. Dienstleistungen. Da ist es besonders wichtig, sichtbar zu sein für andere.«

Matthias Voigt

Voigt electronic GmbH, Erfurt

Den Staffelstab übergeben: Vom kleinen Unterschied beim Führen aus Sicht eines Vaters



»Die hat doch keine Ahnung, das muss ja schief gehen.« Das war der Kommentar eines langjährigen Mitarbeiters, als Matthias Voigt die Übergabe von Voigt electronic GmbH an seine Tochter Sabine ankündigte. Das war 2008: »Der Mitarbeiter ist geblieben, Voigt electronic geht es sogar besser als damals,« erklärt der 64-jährige Firmengründer mit Stolz. Was macht die Tochter anders als er? »Viel. Wir sind jetzt zertifiziert als familienfreundlicher Betrieb. Es gibt viel mehr Teamarbeit. Es gibt weniger Widerspruch, es läuft insgesamt stimmiger ab. Wir streben jetzt stärker als bisher gleichen Lohn für gleiche Arbeit an. Aber es ist schwierig zu sagen, was davon nun ›weiblicher Stil‹, was zeitgemäße Führung oder was Sabines individuelle Persönlichkeit ausmacht. Von allem wahrscheinlich etwas.«

Zur Wahrheit gehöre aber auch, dass nicht alle langjährigen Mitarbeiter den Wechsel mitgemacht hätten: »Einer hat gesagt: ›Das ist nicht mehr meins. Ich will einfach nur gesagt bekommen, was ich tun soll – ohne Diskussionen‹.«

Im April 1989 hatte Matthias Voigt das Einzelunternehmen gegründet – noch zu DDR-Zeiten. Im Elternhaus baute der gelernte Physiker und Elektronik-Ingenieur die ersten Leiterplatten zusammen; nach der Wende folgte Stück für Stück der Ausbau zum mittelständischen Betrieb mit heute ca. 45 Beschäftigten. »Ich fühlte immer den Druck, den Kurs vorzugeben. Wie ein Kapitän, der durchs Fernglas auf ein Ziel zusteuert. Der Nachteil: Man sieht nicht, was direkt um einen herum passiert. Und da ist Sabine näher dran.«

Mittlerweile ist die Übergabe fast abgeschlossen. »Das Schöne ist: Wir arbeiten gerne und gut zusammen. Und ich kann mich mit ihr freuen, da ist weder Neid noch Konkurrenz dabei, wer es am besten machen wird. Aber klar ist: Tochter sein, das reicht nicht.« Dabei ist sie keine Physikerin wie er, sondern Betriebswirtin: »Das ist bei dieser Betriebsgröße wichtiger. Außerdem haben wir uns im Prozess beraten lassen und das hat sich positiv ausgewirkt.«

Weibliche Führungsqualitäten, gibt es die überhaupt aus seiner Sicht? Matthias Voigt zögert mit der Antwort: »Frauen holen sich leichter Rat von anderen und haben mehr soziale Antennen; männliche Kollegen erlebe ich etwas zielorientierter.« Viel wichtiger als solche Unterschiede sei aber: »Wenn wir für Frauen etwas ändern, dann ändert sich auch für Männer

etwas. Man darf weder die Frauen, noch die Männer vor der Tür stehen lassen. Es klappt nur, wenn man die großen Themen gemeinsam angeht.« Auch zwischen dem Schwiegersohn und seiner Tochter habe es einen Rollenwechsel gegeben – »und das klappt gut.« Und was hat er selbst vor, wenn er nicht mehr in den Betrieb geht? »Ich versuche, nicht altersstarrsinnig zu werden. Mein Rezept: Neugierig wie ein Kind bleiben. Und auch mir selber immer wieder die einfachen Fragen stellen.«

→ Unternehmensnachfolge

Wenn Sie statt der Neugründung eine Unternehmensnachfolge interessiert: Gerade auf diesem Feld gibt es aktuell zahlreiche Chancen. Eine familieninterne Nachfolge ist dabei nur eine von vielen Optionen, bei der immer häufiger Frauen zum Zuge kommen. Aber auch der Einstieg in ein »fremdes« Unternehmen ist möglich. Aktuell suchen vor allem kleinere Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als eine Million Nachfolger*innen in der Führung. Die ThEx Nachfolgelotsen stehen mit Rat und Tat zur Seite: www.thex.de/nachfolge

Weitere Informationen dazu finden Sie im bga-Report »Unternehmensnachfolge durch Frauen in Deutschland – Daten und Fakten IV« (Nr. 38, 2015) oder hier: www.existenzgruenderinnen.de; www.euf.cc. Schauen Sie auch dort hinein: www.nachfolge-in-thueringen.de. Die Kampagne der Thüringer Aufbaubank »Nachfolgen ist das neue Gründen« bietet aufschlussreiches Material. Interessantes finden Sie ebenso bei der bundesweiten Nachfolgebörse www.nexxt-change.org.



Matthias Voigt (Voigt electronic GmbH, Erfurt, www.voigt-electronic.de)

Ute Strucksberg

Erste Sahne – Tortenwerkstatt, Erfurt

Hinfallen, Aufstehen: Von der Herausforderung, nach dem Scheitern neu zu starten



»Als ich damals aufgehört hatte, wollte ich nie wieder selbstständig werden«, sagt Ute Strucksberg, Konditormeisterin. Damals, das war 2011. Sie musste Insolvenz anmelden, denn der »Konditorei Ute Strucksberg KG« drohte die Zahlungsunfähigkeit. Außer ihr und ihrer Familie waren etwa 20 Beschäftigte in zwei Cafés und der Tortenwerkstatt betroffen. Es war das Ende einer Geschichte, die 1995 begonnen hatte: »»Wiener Caféhaus mit Originaleinrichtung von 1912«, so stand es in der Anzeige, mit Fotos vom alten Café Rommel. Sowas gab es sonst nirgendwo. Mein Mann und ich haben kurz danach mit sehr viel Idealismus, aber sehr wenig Eigenkapital in Erfurt losgelegt.« Ein Wiener Caféhaus – ein Traum für Strucksberg, die ihre erste Stelle als 19-jährige Gesellin in einer feinen »Kurkonditorei« in Wien angetreten hatte. Darauf folgten internationale Lehr- und Wanderjahre mit Stationen in Österreich, der Schweiz, Brüssel und Istanbul; vom Hilton bis Mövenpick, von Dessert und Eclair bis Chocolaterie. »Eine tolle Zeit, in der ich viel gelernt habe.«

Bald nach der Meisterprüfung kam das unwiderstehliche Angebot aus Erfurt. »1995 haben wir losgelegt und französische Patisserie angeboten.« Statt Begeisterung trafen sie und ihr Mann damit aber auf Kundinnen und Kunden, die einfach vermissten, was mit dem alten Café verschwunden war. Kurzum: Es lief nicht so, wie geplant. Das galt ab 2004 auch für das zweite Café »Zum Roten Turm«. Schließlich zerbrach auch die Ehe. »Heute weiß ich, dass ich nicht zu früh, sondern zu spät Insolvenz angemeldet habe«, sagt Strucksberg im Rückblick. Die folgenden Jahre waren hart, aber ebenfalls lehrreich: »Ich habe Einblicke bekommen in sehr viele Arbeitsbereiche von Backmittelindustrie bis Kaffeerösterei; zwischendrin auch als Vertrieblerin für Schweizer Küchengeräte. Ich hab das Dasein als Angestellte schätzen gelernt – aber auch die Vorteile, wenn man sich eigene Ziele setzen kann.«

2017 schließlich war es wieder soweit: »ThEx FRAUENSACHE. ist mitverantwortlich dafür, dass ich jetzt neu starte. Die haben mir wieder Mut gemacht.« Zwei Erkenntnisse aus der ersten Selbstständigkeit will sie beachten: »Ich werde keinesfalls wieder zu viel Fremdkapital aufnehmen, sondern nur so viel investieren, wie ich selbst gut finanzieren kann. Und – das ist die schwierigere Aufgabe – ich muss Neinsagen lernen, damit die Work-Life-Balance stimmt.« Eine Küche zur Anmietung hat sie schon im Blick, zwei Cafés ordern bereits regelmäßig ihre Bio-Torten, »die kommen gut an.« Dazu kommen Catering-Anfragen. Der passende Name für ihren Neustart fand sich fast von selbst am Kaffeetisch mit Freundinnen: »Erste Sahne – Torte geht immer.«



Ute Strucksberg (Erste Sahne – Tortenwerkstatt, Bodelschwinghstraße 25, Erfurt,
Instagram: [erstesahne_erfurt](#))

→ Scheitern und Neustart

Wenn das nur so einfach wäre! Ist es aber nicht, das zeigt diese Zahl: Nur ca. 10 Prozent der Unternehmer*innen wagen einen Neustart nach einer Insolvenz. (Quelle: Jürgen Egel (ZEW), et. al., 2010). Die meisten wechseln in ein Beschäftigungsverhältnis, weil die negativen Folgen einer Insolvenz massiv sein können: finanziell (z. B. Verschuldung), sozial (z. B. Verlust von Beziehungen), physiologisch (z. B. Erschöpfung) und psychologisch (z. B. Scham, Selbstzweifel). Deshalb ist wichtig, das Thema »Scheitern« zu enttabuisieren, denn dann wird es leichter, eine Krise zu bewältigen. Das Format der »Fuck up Nights« (frei übersetzt: »Verbockt-Nächte«) verfolgt genau dieses Ziel: www.facebook.com/funerfurt

Beim Blick über den großen Teich finden wir bei Gesprächspartnern die umgekehrte Logik: Erst, wer mindestens einmal gescheitert ist, wird als Unternehmer*in ernst genommen.

Annika Brückner

Schülerfirma Klecks & Co., Rudolstadt

Unternehmen lernen: Gründen an der Schule



»Stick Dein Ding!« Den Werbeslogan hat sie erfunden: Annika Brückner. Die 15-Jährige ist seit 2016 Geschäftsführerin der Schülerfirma »Klecks & Co.« an der Regelschule in Neusitz bei Rudolstadt. »Die Idee hatte Klassenlehrer Klaus Förster im WRT-Unterricht, also Wirtschaft – Recht – Technik. Damals in der Klasse 8b haben wir gestickt und genäht – und überlegt, was wir aus unserem Schullogo – dem Tintenklecks – noch so machen könnten.« Zwei Jahre später gibt es Schürzen, Sportbeutel, Klassenbuch- und Pfannenschoner in Klecksform – und mehr. Aufträge und Anfragen kommen aus dem direkten Umfeld: ob Schürzen für den Chemieunterricht oder Geschenk-Lätzchen mit Spruch – »Wir können mittlerweile ziemlich viel, auch Holzarbeiten.« Klecks & Co. wurde Ende 2016 als Schülergenossenschaft gegründet – eine von rund 80 Schülerfirmen in Thüringen und 520 bundesweit.

»Klecks & Co. ist eins von vielen guten Beispielen in Thüringen«, sagt Josefine Pfletscher, ehemalige Mitarbeiterin der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), jetzt Mitarbeiterin bei ThEx Enterprise, die in der »Koordinierungsstelle Schülerfirmen« viele der Projekte betreut hat. »Die Ideen reichen von der Gestaltung der Pausenversorgung über Auto-Innenreinigung bis hin zu Drohnen-Aufnahmen oder zur Vermarktung von biologischer Nacktschneckenbekämpfung.« Wichtig sei u. a., dass die Firmen keinen kommerziellen Angeboten Konkurrenz machten. »Eine Herausforderung ist für alle, eine Kontinuität hinzubekommen – dass die Aufgaben von der einen zur nächsten Schülergeneration vermittelt werden und dass nicht alles irgendwann an den Lehrkräften hängenbleibt.«

→ Jung unternehmen

Schülerfirmen bieten für Kinder und Jugendliche die Möglichkeit, abstrakte Themen aus Wirtschaft und Unternehmertum in eigene Projekte und konkrete Erfahrungen umzusetzen. Die Schüler*innen arbeiten wie in richtigen Unternehmen. Sie bringen eigene Ideen, Fähigkeiten und Fertigkeiten in gemeinsame Geschäftsideen ein, begreifen spielerisch wirtschaftliche Zusammenhänge und werden frühzeitig für Gründungsoptionen sensibilisiert.

Die DKJS Deutsche Kinder- und Jugendstiftung ist ein Fachnetzwerk mit rund 520 Schülerfirmen, in denen sich mehr als 5.000 Schülerinnen und Schüler und deren begleitende Lehrkräfte engagieren. www.dkjs.de/themen/alle-programme/fachnetzwerk-schuelerfirmen

Die DKJS betreut seit rund 25 Jahren Schülerfirmen. Das Ziel sei, Fähigkeiten außerhalb des Unterrichts in einem anderen Rahmen weiter zu entwickeln, möglichst nachhaltig und sozial. Es gehe nicht darum, wie bei anderen Programmen, schon früh Unternehmer*innen zu fördern. Wer welche Aufgaben übernehme oder wer führe, werde jeweils nach Kompetenz und Interessen entschieden. »Eine Frauenquote gibt's nicht – nach Geschlecht wird nicht entschieden.« Bei Klecks & Co. ist Annika das einzige Mädchen von acht Beteiligten. Sie erklärt die Aufgaben: »Jeweils zwei kümmern sich um die Finanzen, um Personal, um An- und Verkauf und ums Marketing – und ich guck' nach, ob alles soweit passt.« Lehrer Förster hat die Programmierung und Bedienung der Stickmaschine noch in der Hand. »Das ist noch etwas kompliziert, aber er will das auch an die Schüler abgeben.« so Annika. Mittlerweile wurde die Firma als eines der Leuchtturm-Projekte von der Aktion »IdeenmachenSchule« der TEAG (Thüringer Energie-AG) ausgezeichnet und konnte auch auf der Gründermesse »Ignition« 2018 in Erfurt punkten.



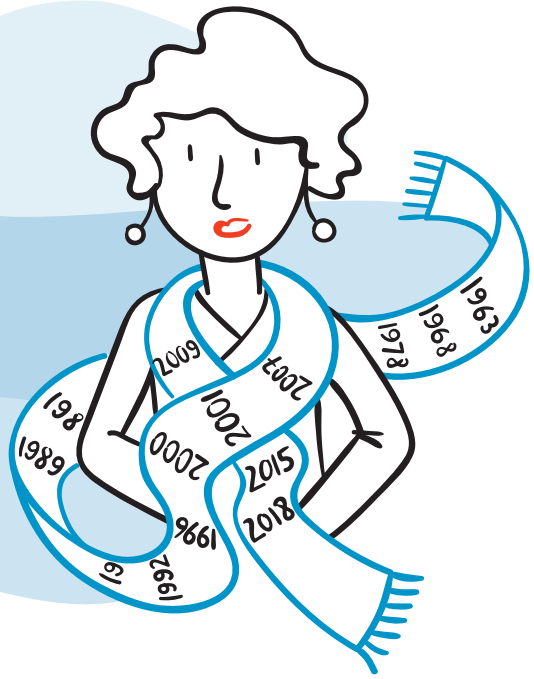
Annika Brückner (Klecks & Co., Rudolstadt,
www.bundes-schuelerfirmen-contest.de/thueringen/realschulen/klecks-co/10262)

Was passiert mit dem Gewinn? »Was übrig bleibt, geht teils in Anschaffungen, teils in gemeinsame Aktionen.« Nicht Gewinnmaximierung sei das Ziel: »Wir haben sehr viel gelernt: wie man eine Firma startet, wie man im Team zusammen arbeitet, wie man selbst was machen kann,« erklärt die Schülerin. Ihr persönlicher Berufswunsch habe sich durch Klecks & Co. nicht wesentlich verändert: »Kreatives Arbeiten hab ich schon vorher gern gemocht. Aktuell würde ich gern Lehrerin werden, vielleicht für Kunsterziehung. Aber bis dahin wird noch viel passieren.«

Ines Rein-Brandenburg

Verlag Kern, Ilmenau

Alles auf Anfang: Gründen 50 plus



Ines Rein-Brandenburg (Verlag Kern, Ilmenau, www.verlag-kern.de)

»Ich hatte die Lust und die Gesundheit dazu, diesen Schritt zu wagen«, so beschreibt Ines Rein-Brandenburg den Moment vor drei Jahren, als sie sich für die Übernahme des Verlags Kern entschied. »Der Kontakt zur Verlagsgründerin Evelyne Kern in Bayreuth lief über fünf Ecken, sie suchte eine Nachfolgerin und ist nun im Ruhestand. Der Verlag selbst ist aus einem persönlichen Anliegen heraus gewachsen und die persönlichen Kontakte zu den Autorinnen und Autoren spielen bis heute eine wichtige Rolle.« Für Ines Rein-Brandenburg kam das Angebot überraschend, aber recht: »Ich habe jetzt noch mindestens zehn Jahre Zeit, den Verlag zu führen und weiter aufzubauen – bis zum Ruhestandsalter und vielleicht darüber hinaus.«

Die Biologin und Journalistin für Printmedien, Jahrgang 1962, hatte viele Jahre im Raum Nürnberg-Erlangen gelebt und gearbeitet. »Die Themen und Aufträge waren immer bunt gemischt – mal ging es um Naturwissenschaften, mal um kirchliche Themen. Inhaltlich fand ich diese Mischung sehr reizvoll, aber finanziell war es eher ein ›Hobby mit Aufwandsentschädigung.« 2006 folgte der Umzug nach Ilmenau, wo ihr Ehemann an der TU und im Fraunhofer Institut für Digitale Medientechnologie IDMT arbeitet.

»Die Orientierungsphase ist noch nicht vorbei«, sagt Ines Rein-Brandenburg. Auch wenn der Umgang mit Texten ihr vertraut war – der Verlag bringt viele neue Aufgaben mit sich. »Ich musste erstmal verstehen, wie das Zusammenspiel zwischen Buchhandel, Verlagen und Autoren funktioniert. Die großen Verlage haben viel Macht, da haben es kleine Verlage schwer, sich zu behaupten.« Das Programm und den Autorenstamm hat sie übernommen und setzt erst allmählich eigene Akzente. »Das Spektrum ist sehr breit, von Romanen und Regionalia bis zu Kinderbüchern. Dabei hat jedes Genre seine eigenen Marketing- und Verkaufsgesetze.«

Das Geschäftsmodell: Die Autor*innen bezahlen für Verlagsleistungen wie das professionelle Lektorat, Layout und Marketing. Gearbeitet wird dabei mit einem Netzwerk von Freiberufler*innen sowie einer Mitarbeiterin für die Buchhaltung. »Es deckt die Kosten, aber reich werden sie damit nicht«, sagt Ines Rein-Brandenburg. Was sie reizvoll findet: »Es gibt viele sehr berührende Geschichten von Menschen, die erzählt werden sollen. Dazu gehören traumatische Erfahrungen ebenso wie das Lebenswerk eines Heimatforschers (›Die Elgersburger Promenaden‹) oder ein Kinderbuch, an dem von Oma bis Enkel mehrere Generationen einer Familie mitgeschrieben haben (›Omi, erzähl' doch mal‹).« Ihr nächstes Ziel: online sichtbar werden. Gemeinsam mit Studierenden entwickelt sie dazu Marketingstrategien für die sozialen Netzwerke: »Wir arbeiten in einer Nische. Aber auch in einer Nische kann man sich gut einrichten.«

→ Keine Ausnahme: Die ältere Gründerin

Gründerinnen sind keineswegs immer jung: Ein Drittel der von uns in diesem Jahr befragten Gründerinnen ist im Alter von 40 bis 49 Jahren, ein Fünftel zwischen 50 und 60 Jahren und immerhin noch sieben Prozent gründen mit über sechzig Jahren ihr Unternehmen, so unsere Gründerinnenbefragung 2018. Sie zeigen sich zufrieden mit der Gründung und sind erfolgreich. Für beides spielt eine wesentliche Rolle, dass ältere Frauen sowohl Lebenserfahrung als auch ein gesundes Selbstbewusstsein und Kenntnisse aus früheren Tätigkeiten einbringen können. Kurzum: Sie wissen, wer sie sind, was sie können und was sie wollen – das trägt.

Ihre Beweggründe: Viele ältere Frauen in Anstellung stoßen an die »gläserne Decke« und suchen gezielt nach Herausforderungen, die sie in der Selbstständigkeit finden. Oder sie möchten einfach eigenständiger, flexibler arbeiten und/oder endlich ihre eigenen Ideen umsetzen.

ThEx FRAUENSACHE. unterstützt Gründerinnen und Unternehmerinnen – altersunabhängig. www.thex-frauensache.de

Marleen Schönbach

Made by Marleen, Zeulenroda

Ein Leben, viele Aufgaben: Familie und Beruf miteinander vereinbaren



»Da kam eine Kundin am Tag vor einer Hochzeit, auf der sie eingeladen war und wollte noch unbedingt ein Kleid. Am nächsten Tag stand sie dann im Laden und hat das Kleid anprobiert – und alle haben sich gefreut,« erzählt Marleen Schönbach und ist sicher: »Genau das macht's halt aus«. Ihre besondere Mischung aus persönlichem Engagement, viel Verständnis für Menschen – gepaart mit schneiderischem Können und Phantasie, das hat aus dem Hobby der Hotelfachfrau eine erfolgreiche Maßschneiderei wachsen lassen. »Ich berate ehrlich, gebe viele Tipps und plausche mit meinen Kundinnen auch gerne mal über Milchstau nach der Geburt oder erzähle Stories aus dem nervigen Pubertätsleben meiner Kinder. Meine Marke ›by Marleen‹ ist echt; ich bin eine vierfache Mama, die das Herz auf der Zunge trägt – lokal und auch in den sozialen Medien.«

70 Prozent ihrer Kundschaft kommt aus einem Umkreis von rund 100 km in ihren Laden in Zeulenroda, rund 30 Prozent bestellen über ihren Online-Shop. »Das soll von mir aus gerne so bleiben – ich bin gerne im direkten Kontakt. Aber der Laden und meine Aktivitäten im



Marleen Schönbach
(»by Marleen« – Der Laden,
Zeulenroda-Triebes,
www.bymarleen.de)

→ Vereinbarkeit Beruf und Familie

Gründer- und Unternehmer*innen sind beim Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf mehrfach gefordert: Sie sind sowohl Teil ihres eigenen familiären Umfelds als auch Führungskraft. Als solche haben sie eine große Verantwortung, um für sich und ihre Beschäftigten die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern. »Heute geht es nicht nur um Kinder, sondern auch um die Pflege von Eltern, Schwiegereltern oder einem Partner«, erklärt Dr. Sigrun Fuchs. Sie ist Expertin der ThAFF für das Thema Vereinbarkeit. www.thaff-thueringen.de

Dass sich das Engagement auszahlt, zeigt eine Studie des Bundesfamilienministeriums von 2016: Wenn Unternehmen in familienförderliche Maßnahmen investieren und eine familienfreundliche Kultur leben, sind Renditen von bis zu 40 Prozent möglich. www.bmfsfj.de

Weitere Tipps: www.erfolgskfaktor-familie.de, www.inqa.de

Netz inklusive Online-Auftritt ergänzen sich gut – so bin ich unabhängiger von den Öffnungszeiten und es kann trotzdem ein viel persönlicherer Kontakt entstehen. »Sie postet Erlebnisse und Erfahrungen aus der Familie, kombiniert mit Herausforderungen ihres Handwerks wie dieser: »Ein Braut-

kleid zu nähen, davor hab ich mich sehr lange gedrückt. Aber nun ist es soweit, nächste Woche heiratet eine Kundin in ›by Marleen‹, es hat alles gepasst.«

Auch sonst passt's, denn nicht nur Kleidung und Spezialaufträge, sondern das Unternehmen insgesamt wirken maßgeschneidert: »Ich lebe hier mit mehr Herz als Verstand meine Leidenschaft aus – und hab mir ein Träumchen erfüllt.« Das verwandelt sich gerade in raumgreifende Realität: »seit April 2018 haben wir die Verkaufsfläche verfünffacht.« Wir – das sind sie und Mitarbeiterin Jutta – »ein absoluter Engel«. Mittlerweile kann Marleen Schönbach eine Idee schnell im Laden umsetzen, im eigenen Fotostudio ablichten und am selben Tag noch online stellen. Das alles hat sie geschafft – trotz der mittlerweile vier Kinder im Alter von vier bis zwölf Jahren, zwei Jungs und zwei Mädchen. »Von Anfang an waren die Kinder dabei. Meinen Jüngsten hab ich ins Laufgitter hinter'n Tresen gestellt. Bei meiner Kundschaft hat mir das eher Sympathie eingebracht, statt schiefer Blicke. Eins ist aber klar: Ohne Unterstützung durch meinen Mann, die Familie und den Freundeskreis ginge das nicht.« Mittlerweile nähen die ältesten Kinder – Tochter und Sohn – sogar schon eigene Kreationen.

Ihre eigenen Nähwurzeln reichen bis zur Oma: »Ihre alte Veritas Nähmaschine hab' ich heute im Laden stehen. Sie hat vor ihrem Tod noch meinen Laden besucht und war stolz auf mich, das war schön.« Marleen Schönbach setzt eine Tradition fort: »Meine Familie stammt vom Dorf, da musste man sich sowieso alles selber nähen. Und so hab ich selber ausprobiert und ganz viel auf YouTube geschaut, wie es andere machen. Alles in der Elternzeit mit dem dritten Kind. Dann kamen immer mehr Anfragen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis, ob ich nicht was im Auftrag nähen könnte.« Einen Ritterschlag für die Qualität ihrer Arbeit erhielt sie durch die Nominierung der Handwerkskammer Ostthüringen für den »ThEx-Start-Förderpreis« 2015: »Das war eine tolle Erfahrung.«

Was die »Selfmade-woman« anderen Gründerinnen empfiehlt: »Nicht soviel grübeln und zerdenken. Ich war zur Geschäftseröffnung mit dem vierten Kind schwanger, mein Mann in Ausbildung. Ich hab gewusst: Das wird chaotisch laufen, aber es wird laufen. Was außerdem wichtig ist: Die eigenen Grenzen kennen – finanziell, aber auch, was eigene Kompetenzen angeht. Ich trau' mir zwar viel zu – aber ich mach' nicht alles.«

Mariethel Bruhn

Zuckerkunst, Erfurt

Ankommen, Lernen, Aufbauen: Gründung mit Migrationshintergrund



»Es gibt Papierkram und Papierkrieg«, sagt Mariethel Bruhn. »Bis Sie einen Stempel bekommen, ist es viel Arbeit. Aber sobald ein Stempel drunter ist, haben Sie Ruhe.« Die deutsche Bürokratie kennt sie so gut, weil sie auf den Philippinen geboren wurde und deshalb beim Neuanfang in Deutschland alles mehrfach bescheinigen und dokumentieren musste, von ihrer Qualifikation als Konditormeisterin über Sprachkenntnisse bis zum Führerschein. Die Zuckerkünstlerin ist gebürtige Philippinin und seit vielen Jahren in Deutschland, der Liebe wegen. 2006 eröffnete sie das erste Geschäft in Jena, 2011 zog sie nach Erfurt um. Ihre Geschichte wird gern erzählt als Positivbeispiel für Integration. Sie hatte schnell die Sprache gelernt und ist hier angekommen. Nervt sie das, immer noch gefragt zu werden, wie sie hier gelandet ist? »Nein. Ich zeige gern, dass Menschen wie ich dieses Land bereichern können. Ich habe es geschafft, ohne jegliche Unterstützung des Staates, ich zahle Steuern und ich schaffe Arbeitsplätze«. Was sie selber gern ändern würde ist, dass »immer alles Gemüse in einen Topf geworfen wird«. Man solle die Menschen individuell anschauen: »Jeder und jede hat eine eigene Geschichte.« Es mache einen Unterschied, wer mit welchem Hintergrund und Bildungsstand komme. Es gehe nicht an, alle Fremden und Geflüchteten über einen Kamm zu scheren. Da werde in den Diskussionen nicht genug differenziert. Allen, die ankommen und sich integrieren wollen, rät sie: »Der Schlüssel ist, die Sprache zu lernen!«. Mittlerweile sind Wortungetüme wie »Geschwindigkeitsbegrenzung« für sie kein Hindernis mehr, auch wenn ihr eigenes Deutsch einen Akzent behalten hat: »Englisch ist die Amtssprache auf den Philippinen, das klingt durch«.

→ Enterprise der Migrant*innen

Von gut 2.000 Gründungsinteressierten in den letzten drei Jahren waren ca. 20 Prozent Menschen anderer Herkunft, darunter viele Frauen. ThEx Enterprise begleitet alle – unabhängig von Alter, Geschlecht oder Nationalität – von der Geschäftsidee bis hin zu den ersten Schritten des Aufbaus. Für Migrantinnen hat das Team von ThEx Enterprise ein spezielles Workshop-Format entwickelt. Besonders die Motivation und das Selbstvertrauen werden gestärkt und der Netzwerkaufbau mit Frauen anderer Herkunftsländer gefördert. Die ersten Erfahrungen zeigen, dass sich Migrantinnen häufig auch untereinander gut unterstützen, von der Kinderbetreuung bis zu handwerklichen oder haushaltsnahen Arbeiten. Kontakt: www.thex.de/enterprise



Mariethel Bruhn (Zucker Kunst, Erfurt, www.zucker Kunst.com)

15 Jahre lang führte Mariethel Bruhn ihr eigenes Geschäft in der philippinischen Hauptstadt Manila. Gibt es Unterschiede im Umgang mit ihr als Unternehmerin zwischen den Kulturen? »Ja, die gibt es. Auf den Philippinen ist es sehr schwer für Paare, wenn die Frau mehr verdient als der Ehemann. Das ist hier anders – hier freuen sich die Männer über den Erfolg ihrer Frauen, nach dem Motto meines Mannes ›happy wife – happy life‹. Oder sie gehen selbst in Elternzeit. Sowas ginge nicht auf den Philippinen.«

Mariethel Bruhn hat aber nicht nur auf den Philippinen und in Deutschland gelebt, sie kennt auch Australien, die USA und einige asiatische Staaten durch längere berufsbedingte Aufenthalte. 2001 gewann sie mit ihrer Zucker Kunst die »Global Wedding Cake Competition«. Ihre Spezialität sind große Torten für viele Gäste und besondere Anlässe – etwa für Hochzeiten oder Firmenjubiläen. »Ich verbinde traditionelles deutsches Konditorhandwerk mit Inspirationen von meinen philippinischen Wurzeln und internationaler Tortenkunst«, erklärt sie stolz. Für ihre Leistungen als Unternehmerin hat sie 2015 den Emily-Roebling-Preis zum Thema »Brücken bauen« in Thüringen erhalten.

Auf ihrer Website ist ihre Zucker Kunst zu sehen, die im Wortsinn auf der Zunge zergeht. Sie kann fast alle Themen und Motive umsetzen: »Ob eine 3D-Riesentastatur, Szenen aus dem Leben eines Brautpaares oder besondere Hobbies – die Kundschaft stellt mich immer wieder vor Herausforderungen.« Die Aufträge kommen mittlerweile auch von Hamburg über Chemnitz bis Coburg. Die Auslieferung gehört zum Service: »Das mache ich gerne selbst. Auf dem Rückweg nach getaner Arbeit genieße ich Deutschlands schöne Landschaften!«

Marion Irmer

Galoppenjo – Online-Reitschule, Erfurt

Digitalisierung: Fluch und Segen



»Der erste Auftrag kam aus den USA«, erklärt Dr. Marion Irmer, »denn da hatte eine frühere Reitschülerin von mir einen Pferdebetrieb übernommen und hatte eine Menge Fragen. Ich konnte sie aber nicht besuchen, deshalb hat sie mir Videos geschickt und die haben wir besprochen.« Mit Galoppenjo.de ist daraus vor einem Jahr ein Online-Angebot erwachsen, mit der die promovierte Kommunikationswissenschaftlerin gleich mehrere Kompetenzen verbindet: »Es ist für mich eine ideale Möglichkeit, den Pferdesport mit meiner Begeisterung für Medien und Bildung zu verbinden.« Denn nach dem Abi wurde sie zunächst Pferdewirtin, später auch Reitlehrerin und Richterin im Pferdesport bis zur höchsten Prüfungsklasse »S«. Seit 2011 ist sie hauptberuflich Bereichsleiterin für Fachkräfte-Entwicklung und Bildungspolitik in der Handwerkskammer Erfurt, aktuell in Elternzeit. Mit dem Online-Angebot zeigt sie anderen, wie man online unternehmerisch agieren kann. »Das läuft nebenberuflich, aber es macht großen Spaß. Außerdem verstehe ich dadurch die Fragen und Herausforderungen von Handwerksbetrieben noch besser, die sich durch die Digitalisierung stellen.«



Dr. Marion Irmer (Galoppenjo – Online-Reitschule, Erfurt,
www.galoppenjo.de)

Die Neuen Medien entdeckte sie für sich an der TU Ilmenau. Dort ging die 42-Jährige auch der Frage nach, warum Wissenschaftler noch immer Bücher schreiben, statt das Internet für die Publikationen zu nutzen.

Wer online erfolgreich sein wolle, so ihre Empfehlung, müsse vor allem sichtbar sein. »Das große Thema ist Vertrauen. Und das gewinne ich, indem ich zeige, was ich kann – kostenfrei. So haben die Kunden die Möglichkeit zu prüfen, ob mein Angebot zu ihnen passt – und fragen dann gezielt an.« Marion Irmer ist auf vielen Kanälen in den sozialen Medien unterwegs – mit eigenem YouTube-Angebot und Blog; ein Podcast ist geplant. »Die Anfragen kommen aus dem gesamten Bundesgebiet.«

Die Potenziale von Digitalisierung und Vernetzung hätten aber längst nicht alle Unternehmen erkannt: »Insgesamt läuft Deutschland der Entwicklung eher hinterher. Es gibt einzelne Betriebe und Unternehmen, die sehr gut unterwegs sind – aber viele, die viel zu wenig

machen. Für Thüringen könnte ein Wettbewerbsvorteil daraus werden, denn es gibt hier eine große Offenheit dafür.«

→ Digitale Transformation schaffen

Das Feld der Digitalisierung und der digitalen Transformation mit seinen Chancen und Herausforderungen ist sehr komplex. Als Partner für die digitale Zukunft im ThEx versteht sich das Thüringer Kompetenzzentrum Wirtschaft 4.0. Angeboten werden persönliche Erst- und Orientierungsberatungen, Vernetzung und Weiterbildungen. www.thueringen40.de

Auch im Rahmen der Thüringer Beratungsrichtlinie vermitteln RKW Thüringen GmbH (www.rkw-thueringen.de) und Ellipsis Gesellschaft für Unternehmensentwicklung mbH (www.ellipsis.de) Beratungen zur Digitalisierung.

Damit sich Gründer*innen die Chancen von digitalen Geschäftsmodellen und -prozessen erschließen können, unterstützen verschiedene Förderprogramme kleine und mittlere Unternehmen bei der Umsetzung:

Digitalbonus Thüringen (Thüringer Aufbaubank): Gefördert werden Ausgaben für IuK-Soft- und Hardware zur Digitalisierung von Betriebsprozessen, Produkten und Dienstleistungen sowie zur Einführung oder Verbesserung von Informations- und Datensicherheitslösungen. Beispiele hierfür sind die intelligente Vernetzung der Produktion, neue Fertigungsverfahren wie 3D-Druck oder die digitale Fernwartung. aufbaubank.de/Foerderprogramme/Digitalbonus-Thueringen

go-digital (Bundeswirtschaftsministerium): Mit seinen drei Modulen »Digitalisierte Geschäftsprozesse«, »Digitale Markterschließung« und »IT-Sicherheit« richtet sich »go-digital« gezielt an kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft und an das Handwerk. Praxiswirksam bietet das Programm Beratungsleistungen, um mit den technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen im Bereich Online-Handel, Digitalisierung des Geschäftsalltags und dem steigenden Sicherheitsbedarf bei der digitalen Vernetzung Schritt zu halten. www.bmwi-go-digital.de

In Ilmenau und Erfurt hat die im Allgäu geborene Pferdebegeisterte längst eine neue Heimat gefunden – »jetzt leb' ich hier schon fast genauso lang wie dort«. Zu ihrem Haushalt gehören mittlerweile vier Kinder im Alter von vier Monaten bis 14 Jahren – und Riano, ihr Pferd. Bleibt denn neben all den Aktivitäten noch Zeit, sich selbst in den Sattel zu schwingen? »Ja, unbedingt. Mit der steigenden Zahl der Kinder ist die Zahl der Pferde gesunken – aber eins hab' ich noch.«

Mikropolitik.

Als Unternehmerin vernetzt, sichtbar
und erfolgreich sein!



Die Geschäftsidee: Eine »Social-Media-Beratung für klein- und mittelständische Unternehmen (KMU)« in Thüringen. Nach 18 Monaten als Solo-Unternehmerin nimmt Lena Hofmann mit mir (Doris Cornils) Kontakt auf und fragt eine Mikropolitik-Beratung an. Sie gibt im Vorgespräch an, verzweifelt und verunsichert zu sein, da ihre Selbstständigkeit nicht so erfolgreich sei, wie die Marktanalyse im Vorfeld ergeben habe und sie den Grund für den ausbleibenden Geschäftserfolg nicht verstehe.

Warum eine Mikropolitik-Beratung?

Mikropolitik sind die kleinen Spiele der Macht, die von Menschen verbal und nonverbal kommuniziert und in zwischenmenschlichen Interaktionen praktiziert werden. Mikropolitische Spiele sind nicht leicht zu erkennen und in der Regel setzen sich Menschen selten bewusst mit Machtspielen, dem eigenen Verhältnis zu Macht oder dem Einfluss der Geschlechtersozialisation auf berufliches Handeln auseinander. Die Aneignung von mikropolitischer Kompetenz und Genderwissen haben jedoch einen nachweislich positiven Effekt auf den beruflichen Erfolg, so die Ergebnisse unserer Studie »Mikropolitik und Aufstiegskompetenz von Frauen« an der Universität Hamburg. Mikropolitik-Beratung ermöglicht: Karrierewege strategisch zu planen und umzusetzen, destruktive Machtspiele zu erkennen und diesen entgegen zu wirken, Ursachen für ausbleibenden beruflichen Erfolg zu analysieren und Lösungswege zu finden, sich mikropolitische Kompetenzen und Genderwissen anzueignen und vieles mehr. Mikropolitik-Beratung ist für alle Institutionen in der Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung, Kultur sowie für alle Funktionsgruppen (Führungskräfte, Mitarbeitende, Selbständige etc.) geeignet. (Vgl. D. Cornils, A. Mucha, D. Rastetter, Mikropolitisches Kompetenzmodell: Erkennen, verstehen und bewerten mikropolitischer Kompetenz. In: OSC, Organisationsberatung, Supervision, Coaching, 1(2014), S. 3–19.)

Fallanalyse Lena Hofmann

Um sich einen Eindruck von der Solo-Selbstständigen Lena Hofmann und ihrem Unternehmen zu machen, erstelle ich eingangs mit ihr eine Skizze. Mit dieser erfassen wir mit welchem Know-how sie und ihr Unternehmen ausgestattet sind und wie ihre Selbstständigkeit im Markt eingebettet ist. Auf dem Flipchart stehen Begriffe wie: »Webseite übersichtlich, professioneller Social-Media-Auftritt, Produktbeschreibung in Bild und Schrift ansprechend und professionell, Marktkonkurrenz in Thüringen gering, Bedarfe in KMU vorhanden, wenig Rekrutierung ihrer Leistung.« Darüber hinaus: »fachliche Kompetenz, fleißig, gewissenhaft, kaum freie Zeit, hinter der Geschäftsidee stehend, Hang zum Perfektionismus, gestresst.« Was auf der Skizze hingegen eine Leerstelle bildet, sind die Aspekte wie Netzwerke, Zeit für Networking, selbstbewusste Selbstdarstellung von Dienstleistungsangebot und Unternehmerin.

Lena Hofmann hat ihre Selbstständigkeit mit großer Gewissenhaftigkeit und viel Fleiß aufgebaut. Sie sitzt oft bis spät in die Nacht hinein am Schreibtisch und entwickelt neue Ansatzpunkte, wie sie ihr Produkt für ihre Zielgruppe noch interessanter gestalten könnte. Sie bereitet sich akribisch auf Kundentermine vor; es kommt jedoch häufig nicht zu Geschäftsabschlüssen. Das bereitet ihr Stress und hat zur Folge, dass sie zunehmend an sich und ihrer Selbstständigkeit zweifelt.

Aus Genderperspektive lernen Frauen in ihrer Sozialisation, wie Beziehungsspiele funktionieren und sind häufig exzellent darin, sich kommunikativ auf ihr Gegenüber einzustellen. So auch Lena Hofmann. Umso mehr scheint es zu verwundern, warum trotz dieser Kompetenzen Networking in ihrem beruflichen Alltag wenig Raum einnimmt. Ihr Verhalten wird nachvollziehbarer, wenn geschlechtsspezifische Sozialisationsunterschiede betrachtet werden.

Geschlecht und mikropolitische Networking

Was Frauen im Gegensatz zu Männern häufiger lernen ist, Alleinkämpferin zu sein, statt von Netzwerken zu profitieren. Ihnen fehlt die Erfahrung, dass Networking auf Tauschbeziehungen basiert. Frauen netzwerken deshalb im beruflichen Kontext weniger strategisch, sondern eher nach persönlicher Sympathie und dem »Zufallsprinzip«. Networking als Tauschbeziehung zu betrachten, nach dem Motto: »Ich kenne jemanden, der jemanden kennt ...« oder »Eine Hand wäscht die andere«, ist hingegen fester Bestandteil männlicher Sozialisation. Sie lernen es, sich als eine Gruppe von Verbündeten gegenseitig zu unterstützen. Dabei steht das gemeinsame Interesse an einer Sache oder einem Ziel im Mittelpunkt. Sie solidarisieren sich viel eher mit anderen Geschlechtsgenossen, als Frauen, die andere Frauen potenziell als Konkurrentinnen betrachten – und zwar gerade solche, die über ähnliche Fähigkeiten und Kompetenzen verfügen, wie sie selbst. Networking steht in einem engen Zusammenhang mit Solidarität. Und genau dort liegt der Ansatzpunkt und Unterschied: Männer lernen, dass Konkurrenz ein Wettbewerb unter Gleichgesinnten ist, mit denen sie sich – nach Sieg oder Niederlage – dennoch weiter verbünden. Frauen hingegen betrachten Konkurrenz nicht als einen sportlichen Wettbewerb, sondern als unerbittlichen Kampf. Nach einer »Niederlage« kommt es vor, dass sie zu einer vermeintlichen Konkurrentin den Kontakt einstellen.

Außerdem gilt es zu berücksichtigen, dass Gespräche mit (Neu-)Kunden in erster Linie dazu dienen, Vertrauen aufzubauen und einen positiven, bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Zum anderen sind Networking-Gespräche aus mikropolitischer Sicht dann erfolgreicher, wenn sie nicht zu sehr auf ein erwartetes Ergebnis hin führen, sondern als Chance des Austauschs betrachtet werden. Auch wenn nicht jedes Gespräch mit einem Geschäftsabschluss endet, so können Unternehmerinnen wie Lena Hofmann davon ausgehen, dass Kunden, bei denen sie einen positiven Eindruck (siehe Selbstdarstellung) hinterlassen, über sie positiv sprechen und sie in ihren Netzwerken weiterempfehlen.

Grundsätzlich gilt für Unternehmerinnen: Bereits in der Gründungsphase aktiv Netzwerke zu suchen, in denen sie sich mit Gleichgesinnten austauschen können. Durch Gespräche mit anderen Unternehmer*innen erhalten sie Feedbacks zur eigenen Produktidee, Tipps wie sie diese erfolgreich am Markt voranbringen und anderes mehr. Auch im weiteren Verlauf der Selbstständigkeit sind Netzwerke von großer Bedeutung für den unternehmerischen Erfolg. Neben dem Erfahrungsaustausch besteht die Chance, durch das Netzwerk weiterempfohlen zu werden, das Produkt und die eigene Leistung sichtbar zu machen und auf Vorbilder zu treffen. Weibliche Role-Models sind wichtig für Frauen, vor allem dann, wenn es an weiblichen Vorbildern (noch) fehlt. Sie wirken ermutigend und inspirierend.

Für Frauen wie Lena Hofmann wirkt es sich positiv auf ihren beruflichen Erfolg aus, wenn sie sich dieses Wissen aneignen und umsetzen, denn Networking ist eine zentrale mikropolitische Kernkompetenz, die eng mit Selbstdarstellung verknüpft ist.

→ Warum Netzwerken?

Empfehlungen von Doris Cornils

- Betrachten Sie Networking als Kernkompetenz für unternehmerischen Erfolg!
- Bauen Sie sich von Anfang an strategisch ein Netzwerk auf!
- Bereiten Sie eine positive Selbstdarstellung von Ihrem Produkt und von sich als Unternehmerin vor! Üben Sie!
- Suchen Sie sich Vorbilder!
- Seien Sie mutig, spielerisch und trauen Sie sich zu experimentieren!

www.doriscornils.de

Geschlecht und positive Selbstdarstellung

Frauen investieren häufig viel Energie in Genauigkeit, wollen sachlich, am Inhalt und Ergebnis orientiert agieren. Sie sind oft leistungsbereit und fleißig, halten sich aber mit der Kommunikation ihrer beruflichen Erfolge zurück. So auch Lena Hofmann. Weder in persönlichen Gesprächen, noch auf ihrer Webseite praktiziert sie positive Selbstdarstellung ihrer Leistungen und Erfolge. Selbstdarstellung zählt nicht zum Repertoire der weiblichen Sozialisation.

»Sei wie das Veilchen im Moose, bescheiden, sittsam und rein und nicht wie die stolze Rose, die immer bewundert will sein«, zieren die Poesiealben von jungen Mädchen. Selbstbewusst und positiv über sich in der Öffentlichkeit zu sprechen, sieht anders aus. Männer hingegen lernen früh »Mein Haus, mein Auto, mein Job« und praktizieren Selbstdarstellung in ausgeprägtem, besonders unter Männern, erfolgreichen Maße. Dass dieses Verhalten von Frauen als Angeberei oder Prahlerei aufgefasst wird, ist angesichts der Sozialisationsunterschiede verständlich.

»Tue Gutes und rede darüber!« ist jedoch nicht nur eine zentrale Maxime beruflich erfolgreicher Unternehmer*innen und Führungskräfte. Auch Studien der Neurowissenschaften und Positiven Psychologie belegen, dass Selbstdarstellung – dazu zählt die Anerkennung der eigenen Leistungen – positiven Einfluss auf Lebensgefühl und körperliche Gesundheit hat. (Vgl. Martin E. P. Seligman: Flourish – Wie Menschen aufblühen. 2012 und Gerald Hüther, Die Macht der inneren Bilder. Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern, 2010.)

Zu guter Letzt

Lena Hofmann trainiert, in der Mikropolitik-Beratung über ihr Dienstleistungsprodukt sowie ihre Erfolge positiv zu kommunizieren. Elevator Pitch und Story Telling sind die Mittel der Wahl. Gemeinsam wird analysiert, wer beruflich relevante Netzwerkpartner*innen für sie sind und erarbeiten Strategien für die Umsetzung, d. h. Kontakt- und Kommunikationsstrategien. Lena Hofmann eignet sich in der Mikropolitik-Beratung neue (wirkungsvolle) Kommunikations-, Networking- und Selbstdarstellungsstrategien und Genderwissen an und setzt sie in ihrer unternehmerischen Praxis erfolgreich um. Dadurch steigern sich im Laufe der Zeit ihre Selbstwirksamkeit und ihr Selbstbewusstsein, sie wird von Kunden neu wahrgenommen, häufiger empfohlen und gebucht. Sie verfügt inzwischen über ein umfangreiches Netzwerk und ist mit interessanten und inspirierenden Unternehmer*innen im Kontakt. Durch eine dieser Frauen wurde sie auf ein Mentoring-Programm für Unternehmerinnen aufmerksam gemacht, an dem sie teilnehmen wird.

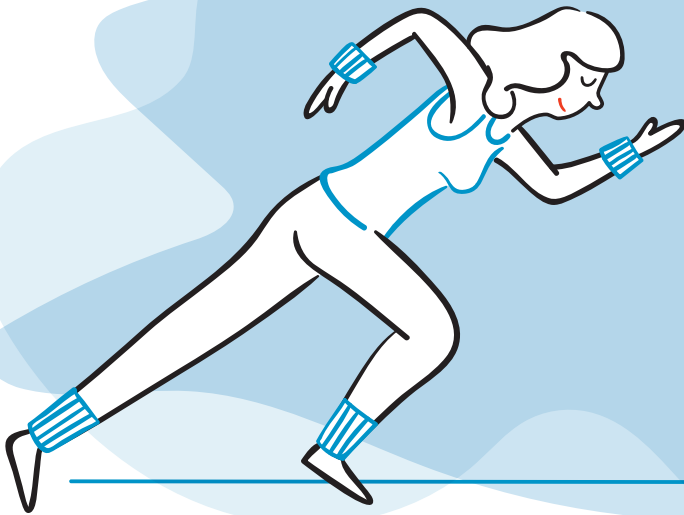


Zur Autorin:

Diplom-Sozialökonomin Doris Cornils forscht und publiziert seit vielen Jahren zu Mikropolitik in Organisationen im Zusammenhang mit Gender, Karriere, Führung und Aufstieg. Sie entwickelte an der Universität Hamburg das Mikropolitik-Coaching und das Mikropolitische Kompetenzmodell (MKM) mit. Als Referentin und Trainerin unterstützt sie Menschen bei der Aneignung mikropolitischer Kompetenz, einer zentralen beruflichen Aufstiegs- und Karrierekompetenz. Im Auftrag von ThEx FRAUENSACHE. arbeitet sie mit Mentees und Mentorinnen zur Mikropolitik in Netzwerken.

Gründerinnen- befragung 2018. Analysen und Interpretationen

Gründerinnenbefragung 2018. Analysen und Interpretationen Was, wozu und wie



Wissenschaftler*innen bescheinigen Frauen, dass sie weniger bereit sind als Männer, hohe Risiken einzugehen und dass sie weniger strategisch in Netzwerken unterwegs sind. (Quellen: KfW-Gründungsmonitor 2016 und Female Founders Monitor 2018).

Das Projekt ThEx FRAUENSACHE. zielt darauf ab, Gründerinnen und Unternehmerinnen in ihrer Vernetzungsarbeit zu stärken und wird dafür aus ESF-Mitteln vom Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft gefördert.

Häufig mussten wir in der Arbeit bei ThEx FRAUENSACHE. die Erfahrung machen, dass sich Gründerinnen mit ihrer Vernetzung eher schwertun. Um ein repräsentatives Meinungsbild zu dem Thema Vernetzungsarbeit speziell von Gründerinnen einzuholen, hat das Markt- und Sozialforschungsinstitut INSA CONSULERE GmbH aus Erfurt im Zeitraum vom 2. Mai bis 27. Juni 2018 in unserem Auftrag eine Umfrage durchgeführt.

200 Gründerinnen aus Thüringen wurden zu ihrem Gründungsvorhaben und ihrer Vernetzungsarbeit befragt. 100 Befragte stammen aus dem ThEx Verbund (ThEx Enterprise und ThEx FRAUENSACHE.) und 100 Befragte wurden durch ein Zufallsprinzip (B2B Samples) durch INSA CONSULERE GmbH außerhalb des ThEx Verbunds ausgewählt. Die Umfrage wurde telefonisch als CATI-Befragung (Computer Assisted Telephone Interviews) durchgeführt. Den Interviewleitfaden hat ThEx FRAUENSACHE. in einer Arbeitsgruppe aus Gründerinnen, Unternehmerinnen, Wirtschaftsförderinnen und Kolleginnen aus ThEx Projekten zuvor erarbeitet. INSA CONSULERE GmbH berichtete von einer hohen Ausschöpfungsrate, großer Antwortbereitschaft und von Interviewer*innen mit viel Freude an diesem Auftrag.

Wir stellten Fragen zu/zum

- Persönlichen und beruflichen Kontext
- Netzwerkaktivitäten
- Gründungsmotivation, Gründungsentscheidung, Hemmnissen, Förderlichem
- Unterstützungsangeboten

Unter dem Link www.thex-frauensache.de findet sich die komplette Auswertung der Gründerinnenbefragung: Fragen, Antworten, Grafiken, Kommentare.

In der folgenden Betrachtung haben wir die uns vordringlich erscheinenden Antworten der Gründerinnenbefragung dargestellt, mit anderen Quellen in Beziehung gesetzt und Interpretationen vorgenommen. Auf den nächsten Seiten lesen Sie unsere Highlights aus den Ergebnissen.

Wir haben, wo inhaltlich sinnvoll und geboten, die Verknüpfung von Aussagen aus der Gründerinnenbefragung mit denen aus unserer Befragung von ca. 100 Thüringer Business-Netzwerken sowie unseren Projekterfahrungen vorgenommen und außerdem Inhalte im Spiegel der Forschung reflektiert.

Dabei sahen wir uns mit einem Grundsatzproblem konfrontiert: viele Studien gehen nicht genderbezogen vor, d. h. sie ermitteln keinen Unterschied zwischen Frauen und Männern. Das erschwert den Vergleich. Wo immer möglich, haben wir den differenzierten Blick gewählt.

→ Erläuterung

Bei den folgenden Grafiken gibt es die Unterscheidung:

»Gründerinnen gesamt« – hier sind alle Befragten erfasst

»außerhalb des Netzwerks« – hiermit sind diejenigen befragten Gründerinnen gemeint, die nicht im ThEx Verbund sind

»im Netzwerk« – hiermit werden die Frauen bezeichnet, die im ThEx Verbund gelistet sind

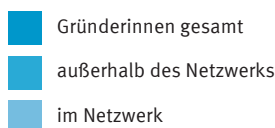
Motive für Gründung und Zufriedenheit mit der Gründungsentscheidung

Kernaussagen

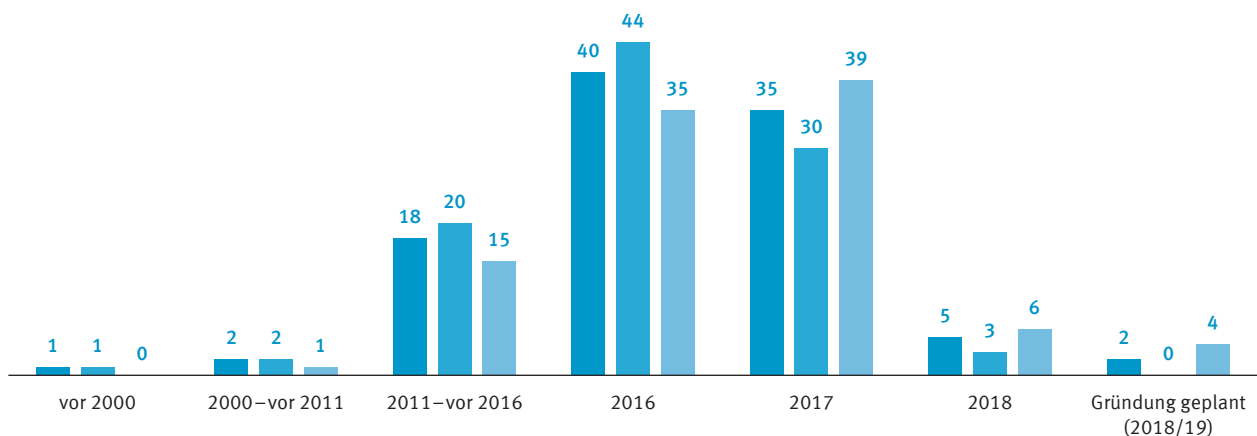
1. Unabhängigkeit, Freiheit, Flexibilität bzw. Selbstbestimmung sind mit 92 Prozent die maßgeblichen Motive für die Gründung von Frauen. 88 Prozent nennen Selbstverwirklichung bzw. berufliche Verwirklichung als sehr relevantes Motiv.
2. 70 Prozent haben den Wunsch, unternehmerisch tätig zu sein.
3. 90 Prozent der Gründerinnen zeigen sich in allen Altersklassen in hohem Maß zufrieden mit ihrer Entscheidung, sich selbstständig zu machen. Nur 10 Prozent sind eher unzufrieden und nur 1 Prozent sehr unzufrieden.
4. Die Zufriedenheit hat vor allem mit der Erfahrung zu tun, erfolgreich zu sein, in finanzieller Hinsicht sowie selbst Chefin zu sein und die eigenen Vorstellungen umzusetzen.

Gründung geschieht selten zufällig, sondern zielgerichtet. Frauen treffen eine willentliche Entscheidung, die genügend Antrieb benötigt, um umgesetzt zu werden. Wir fragten nach diesen Motiven, ebenso nach der Zufriedenheit mit der Gründung. Um die nachfolgenden Grafiken und Erkenntnisse gut einordnen zu können, stellen wir das Jahr der Unternehmensgründungen und das Alter der Gründerinnen voran.

Jahr der Unternehmensgründungen

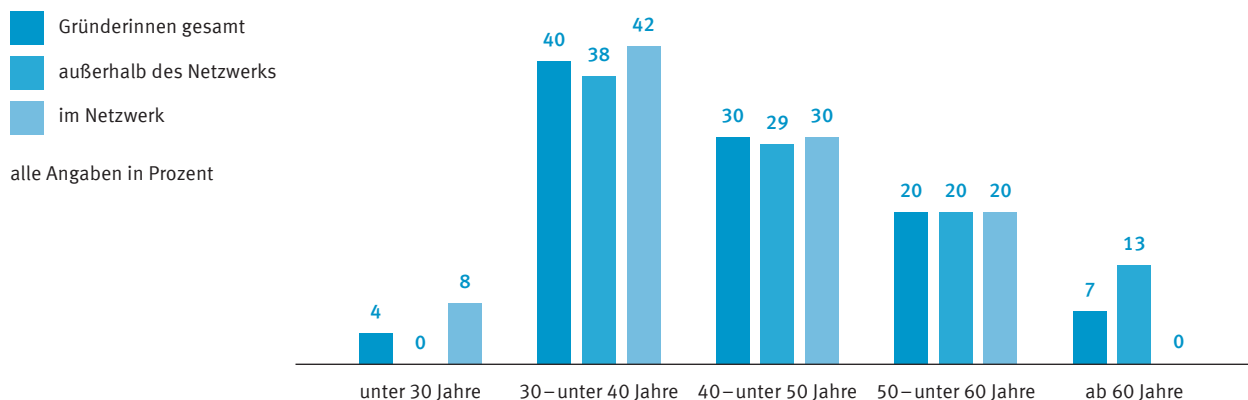


alle Angaben in Prozent



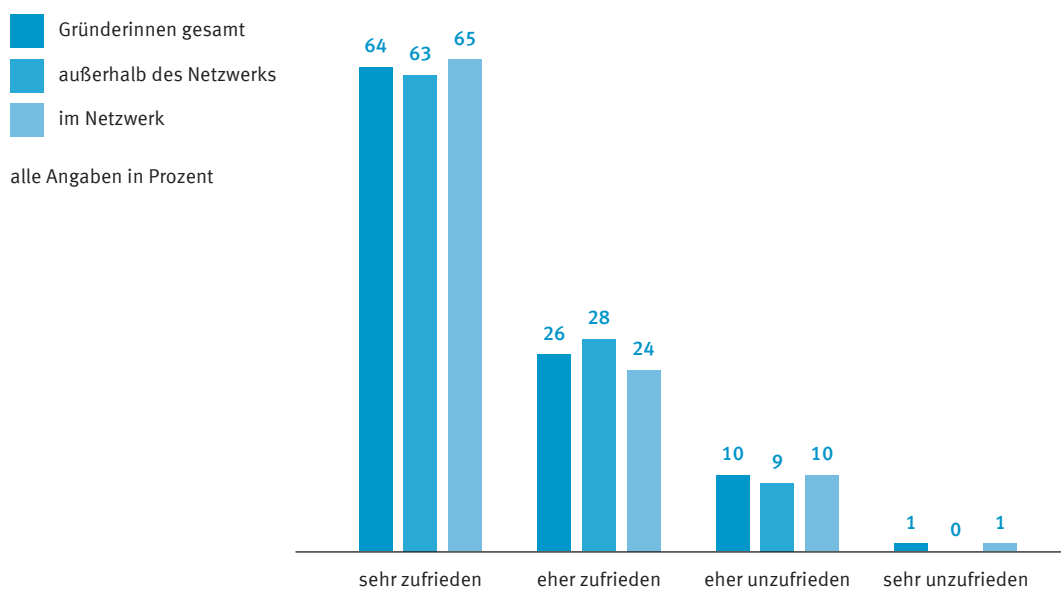
Die Mehrheit der Gründerinnen, die an der Befragung teilgenommen hat, gründete 2016 und 2017.

Alter der Gründerinnen



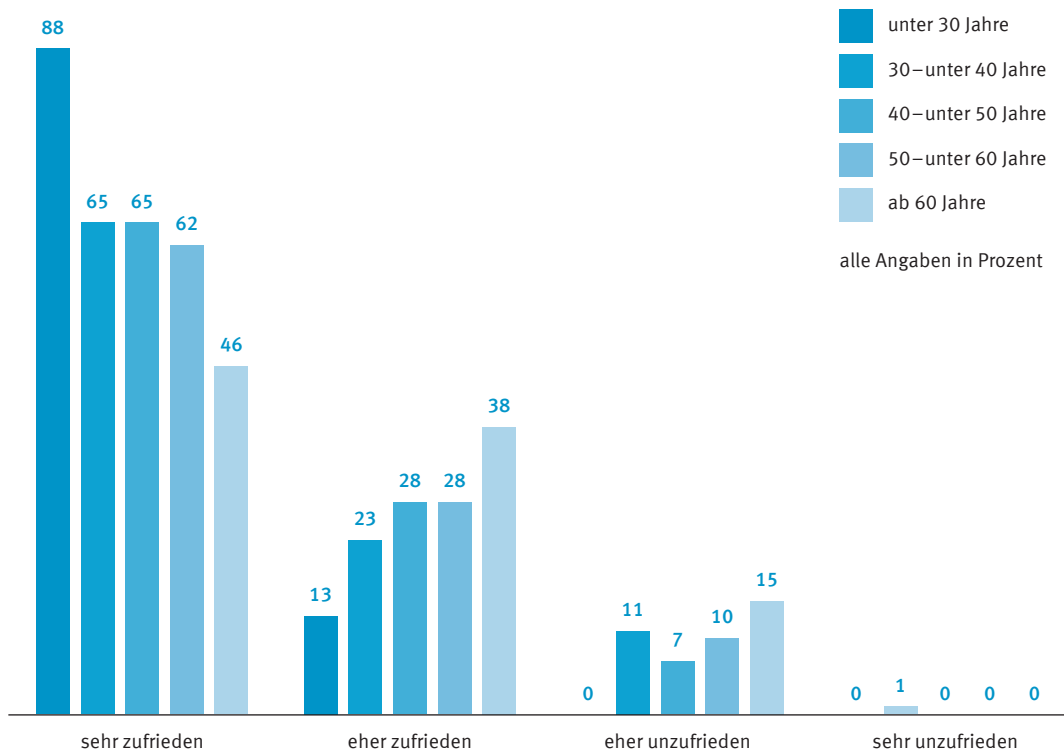
Die Befragten sind zu vier Prozent unter 30 Jahren, zu 40 Prozent zwischen 30 und 40 Jahren und zu 30 Prozent zwischen 40 und 50 Jahren. Ein Fünftel ist 50 bis 59 Jahre alt und sieben Prozent sind 60 Jahre oder älter. Zwischen den Befragten der beiden Zielgruppen gibt es nur geringe Altersunterschiede; lediglich in den Extremen zeigt sich, dass niemand der Befragten außerhalb des Netzwerkes unter 30 Jahre ist und niemand aus dem Netzwerk 60 Jahre oder älter ist.

Wie zufrieden sind Sie aus heutiger Sicht mit Ihrer Gründungsentscheidung?



Eine deutliche Mehrheit der Befragten ist insgesamt zufrieden mit der eigenen Gründungsentscheidung (90 Prozent kumuliert aus sehr und eher zufrieden). Darunter sind annähernd zwei Drittel der Befragten sogar sehr zufrieden damit (64 Prozent). Zehn Prozent sind eher unzufrieden. Zwischen den beiden befragten Gruppen zeigen sich kaum Unterschiede.

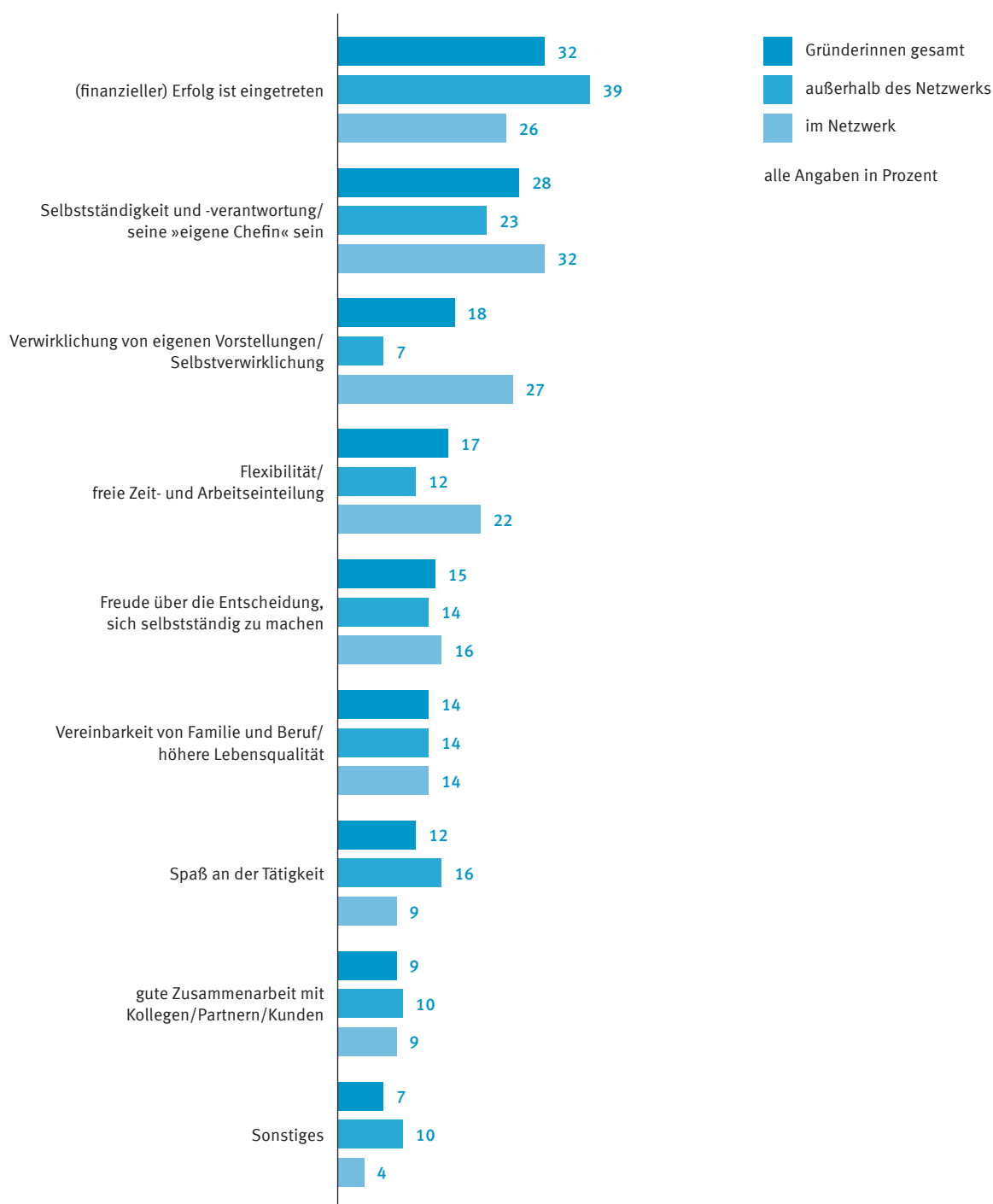
Nach Alter gestaffelt



Je jünger die befragten Gründerinnen sind, desto häufiger sind sie sehr zufrieden mit der Gründungsentscheidung: 88 Prozent der Unter-30-Jährigen sind sehr zufrieden. Insgesamt sind alle von ihnen zufrieden. Bei den 30- bis 50-Jährigen liegt der Anteil der sehr zufriedenen bei jeweils 65 Prozent, bei den 50- bis 60-Jährigen bei 62 Prozent und bei den ab 60-Jährigen nur mehr bei 46 Prozent. Die gesamte Zufriedenheit ist bei allen Altersgruppen aber ähnlich hoch.

Begründungen für Zufriedenheit

Erfolg – vor allem in finanzieller Hinsicht – ist der maßgebliche Faktor für die Zufriedenheit mit der Gründungsentscheidung. Weitere wichtige Motive sind, selbst Chefin zu sein und die Verwirklichung eigener Vorstellungen. Ein hoher Anteil schätzt ebenfalls die Flexibilität, die als höhere Lebensqualität und bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf wahrgenommen wird. Unzufriedenheit tritt vor allem dann auf, wenn der Erfolg geringer ist als erwartet bzw. wenn die Selbstständigkeit weniger verlässliche Umstände erzeugt (z. B. im Fall von Krankenstand). Manche beklagen auch einen Mangel an Unterstützung:

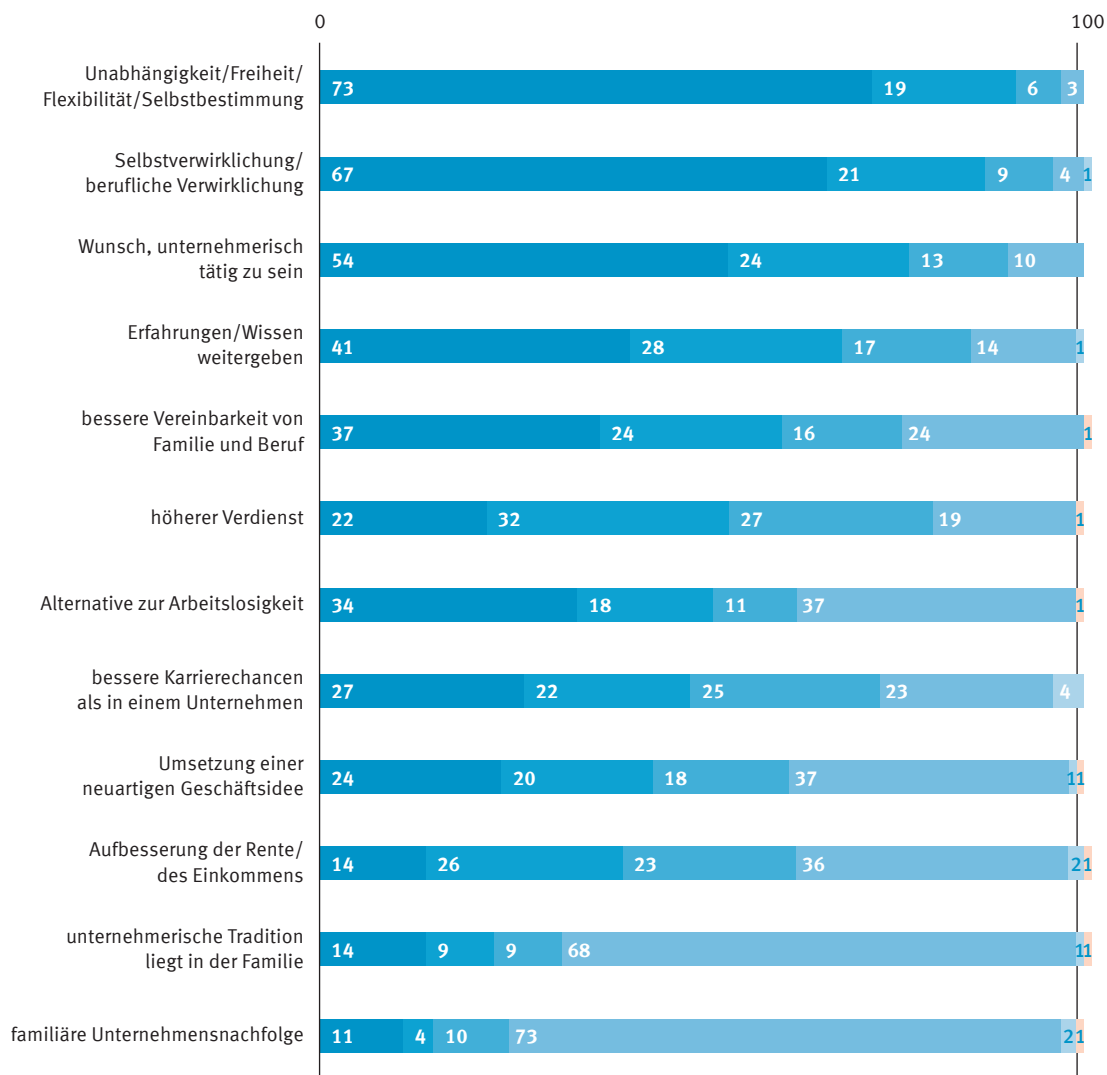


Wie relevant oder irrelevant waren oder sind die folgenden Motive für Ihre Gründung bzw. Ihr Gründungsvorhaben?

Das relevanteste Motiv für die Gründungsentscheidung ist bei den Befragten: Unabhängigkeit, Freiheit, Flexibilität bzw. Selbstbestimmung, das gaben insgesamt 92 Prozent an. Mit 88 Prozent liegt die Selbstverwirklichung bzw. berufliche Verwirklichung an zweiter Stelle. Für insgesamt 78 Prozent ist schlicht der Wunsch, unternehmerisch tätig zu sein, bedeutsam für die Gründungsentscheidung. Erfahrungen und Wissen weiterzugeben ist für 69 Prozent relevant, gefolgt von einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf (61 Prozent). Ein höherer Verdienst ist für insgesamt 54 Prozent relevant, jedoch nur für 22 Prozent sehr

wichtig und für 32 Prozent eher relevant. 52 Prozent geben an, dass es für ihre Gründungsentscheidung relevant ist, dass es eine Alternative zur Arbeitslosigkeit darstellt. Jedoch geben 37 Prozent an, dass dies für sie sehr irrelevant ist.

Die restlichen möglichen Motive werden jeweils nicht von einer Mehrheit als relevant eingestuft. Dass bessere Karrierechancen als in einem Unternehmen vorliegen, geben 49 Prozent der befragten Gründerinnen an; 48 Prozent nennen dies irrelevant. Eine neuartige Geschäftsidee umzusetzen ist laut 44 Prozent relevant, laut 55 Prozent irrelevant. Aufbesserung der Rente bzw. des Einkommens kommt auf 40 Prozent Relevanz sowie 59 Prozent Irrelevanz. Nur 23 Prozent geben an, dass es für ihre Gründungsentscheidung relevant ist, dass eine unternehmerische Tradition in der Familie liegt und 68 Prozent nennen dies sehr irrelevant. Eine familiäre Unternehmensnachfolge ist nur bei 15 Prozent relevant und bei fast drei Viertel der befragten Gründerinnen (73 Prozent) irrelevant.



Alle Angaben in Prozent. Auf Grund der Verwendung von gerundeten Zahlenangaben kann die Summe der Prozentzahlen unter Umständen geringfügig von 100 Prozent abweichen. Im Falle von Mehrfachantworten kann die Summe der Prozentzahlen erheblich von 100 Prozent abweichen.

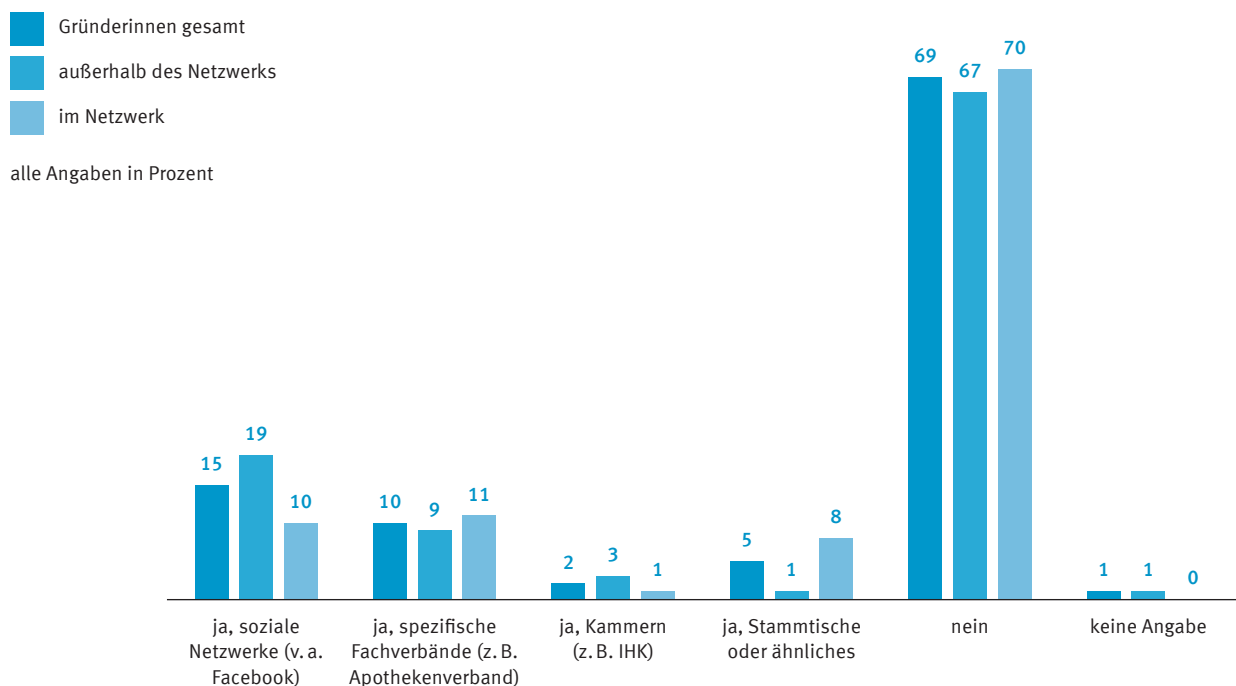
Netzwerken – (fast) alles scheint wichtiger zu sein als das!

Kernaussagen

1. Rund 70 Prozent der Gründerinnen erklären, dass Sie nicht in strukturierte Netzwerke eingebunden sind.
2. Hauptgründe dafür sind
 - a. keine Zeit (40 Prozent)
 - b. kein Interesse (18 Prozent)
 - c. (noch) kein passendes Netzwerk gefunden (16 Prozent).
3. Spezifische Bedarfe von Gründerinnen werden in den vorhandenen Netzwerken für Männer und Frauen nur zum Teil bedient. Es existieren einige Netzwerke nur für Unternehmerinnen jedoch keines, das sich ausschließlich an Gründerinnen richtet.

Die folgende Grafik bringt es auf den Punkt:

Sind Sie als (zukünftige) Gründerin in solche Netzwerke eingebunden?



Wie kommt es, dass so viele Gründerinnen sagen, nicht in ein Netzwerk eingebunden zu sein? Gibt es einfach sehr unterschiedliche Vorstellungen von Netzwerken? Um für unsere Befragung deutlichere Ergebnisse zu erzielen, wurde eine kurze Definition von Netzwerken den Fragen vorausgeschickt: »Netzwerke sind strukturierte Zusammenkünfte, meist angeboten von bestimmten Organisationen, und bieten die Möglichkeit des Austauschs«. Die Befragten unterscheiden zwischen fest strukturierten Netzwerken und informellen Netzwerken und thematischen Angeboten. Insofern scheint die Einbindung von Frauen in das ThEx von diesen nicht als Einbettung in eine verbindliche Struktur wahrgenommen zu werden. Der Begriff »Netzwerk« ist in aller Munde und doch ist er alles andere als eindeutig.

Auf www.gruenderszene.de findet sich die Definition: »Netzwerken meint den proaktiven Aufbau und die Pflege des eigenen Kontaktnetzwerks.« Der Duden führt zum Begriff »Netzwerk« neben den Bezügen zu mathematischen und technischen Bedeutungen aus: »Gruppe von Menschen, die durch gemeinsame Ansichten, Interessen o. ä. miteinander verbunden sind«. Im Female Founders Monitor 2018 gibt es ein Kapitel über »Infrastruktur und Netzwerke«, in welchem Fragen zu Kooperationspartnern aufgeführt werden (Anzahl, Arten und Ziele der Kooperationen). An dieser kleinen Auswahl von verschiedenen Perspektiven auf unser Thema zeigt sich, dass wir nicht über einen klar definierten Begriff reden, wenn wir über »Netzwerke« sprechen. Vielleicht haben Gründerinnen mehr oder weniger persönliche Kontakte, schließen sich aber organisierten Netzwerken eher weniger an.

Nur bleibt damit ein relativ leicht zu erschließendes Potenzial für den eigenen Geschäftserfolg brach liegen. Das Feedback von Juliane Weber (Unternehmerin), die die Netzwerkberatung von ThEx FRAUENSACHE genutzt hat, ist hier eindrücklich:

»[...] mir ist die Notwendigkeit von beruflichen Netzwerken bewusst geworden [...] ich habe mich dann verschiedenen Netzwerken angeschlossen. Durch die Kommunikation und Verbindung mit anderen konnte sich meine Auftragslage, besonders aber auch meine persönliche Situation, maßgeblich verbessern und stabilisieren.«

Nachfolgend ein Blick auf die Aussagen aus der Gründerinnenbefragung:

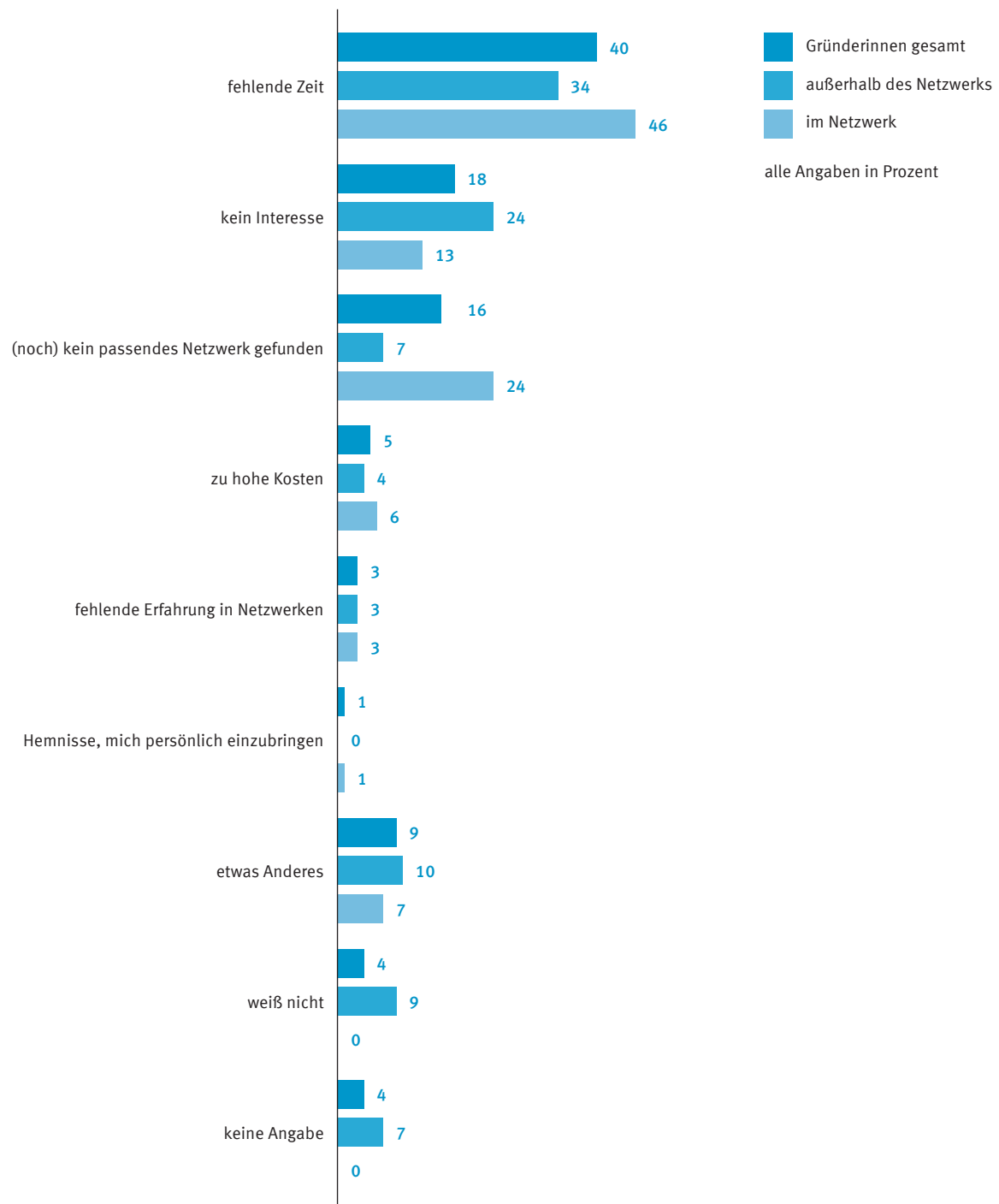
Aus welchen Gründen sind Sie (noch) nicht in solche Netzwerke eingebunden?

Wenn wir auf die Hauptgründe für das Nicht-Eingebundensein in Netzwerke schauen, dann übersetzen wir »Keine Zeit« mit »Ich habe die Prioritäten anders gesetzt«. Zusammen mit »Kein Interesse« und »(Noch) kein passendes Netzwerk gefunden« sind dies immerhin 75 Prozent unserer Befragten, die nicht in Netzwerken aktiv sind. Das gibt uns zu denken. Wir vermuten, dass es vielen Gründerinnen so geht wie Juliane Weber: Es gibt so viel zu tun, um das eigene Geschäft aufzubauen. Netzwerken ist wenig oder nicht »auf dem Schirm«. Oder die Familie braucht ihre Zeit. Verständlich, denn nicht wenige Gründerinnen (61 Prozent) wollen durch die Selbstständigkeit eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie erreichen.

Es ist ein Dilemma: Wenn die Bedeutung von Netzwerken nicht erkannt wird, findet keine zielgerichtete Suche danach statt, auch kein Ausprobieren und Erfahrungen sammeln.

Wir vermuten weiterhin, dass der Schritt hin zu einem etablierten Netzwerk gründenden Frauen schwerer fällt als gründenden Männern. Zweifel bei Gründerinnen nach dem Motto »Was kann ich schon anbieten?« könnte Frauen eher dahin bringen, das Thema beiseite zu legen. Vielleicht treibt sie auch die Sorge, dass sie von den »etablierten« Mitgliedern nicht gut aufgenommen werden. Nichts desto trotz: Vorhandene Netzwerke sind zu einem Großteil ein leicht zu erschließendes Potenzial für das eigene Netzwerk von Gründerinnen und Unternehmerinnen.

ThEx FRAUENSACHE hat nicht nur Gründerinnen zu ihren Netzwerkaktivitäten befragt, sondern zwischen 2016 bis 2018 über 100 ausgewählte Netzwerke aus Mittel-, Ost- und Süd-Thüringen interviewt. Ziel der Befragung war es, einen Überblick über die Netzwerkaktivitäten in den drei Regionen zu bekommen und mit den relevanten Akteuren vor Ort in den Dialog zu gehen. Dies ist für uns eine gute Möglichkeit, anfragende Gründerinnen und Unternehmerinnen in Bezug auf ihre Vernetzungsaktivitäten wirksam zu unterstützen.



Unsere Auswahl fiel auf Netzwerk-Organisationen, deren Zielverfolgung im Business-Kontext liegt. Wir wollten ermitteln: Wo passiert was durch wen in Sachen Netzwerken? Die Aussagen beruhen auf Selbstausskünften der interviewten Personen zu ihren Netzwerk-Aktivitäten und -Merkmale. Diese Befragung erfolgte mit einem strukturierten Interviewleitfaden im Telefongespräch oder persönlichen Gespräch mit dem Ziel der Situationsklärung und Unterstützung von Gründerinnen und Unternehmerinnen hinsichtlich des Netzwerkes in den Regionen.

Folgende Merkmale haben wir bei der Netzwerkbefragung erhoben:

- Ziel und Zweck des Netzwerks
- Serviceangebote
- Frauenanteil
- Unterstützung selbstständiger Frauen und Gründerinnen
- Zielgruppen
- Erfolgsfaktoren des Netzwerks

Was sich zeigte: Die meisten Netzwerke unterstützen nach ihren Aussagen Unternehmer*innen und Gründer*innen gleichermaßen und machen keinen Unterschied, ob es sich um einen Mann oder eine Frau handelt. Dabei ist festzustellen, dass es in Thüringen kein Netzwerk ausschließlich für Gründerinnen gibt!

Frauen sind in den meisten Business-Netzwerken unterrepräsentiert. Was wir sehen ist, dass es eine frauenspezifische Ansprache braucht, um Frauen für Netzwerke zu gewinnen. Viele Frauen gehen ungern alleine in neue Netzwerke. Denn wie in unserer Gründerinnenbefragung deutlich wurde, sind rund 70 Prozent der Gründerinnen nicht in Netzwerke eingebunden.

Um Frauen zum Netzwerken zu ermuntern, lohnt es sich, auf die Suche zu gehen nach Rahmenbedingungen und Formaten, die Frauen explizit ansprechen: Neben Erfahrungsaustausch und wirtschaftlichen Aspekten ist für Frauen die Abwesenheit von Dominanzspielen in der Gruppe wichtig. Gute Voraussetzungen sind z. B. wahrgenommen zu werden, ein leichter Einstieg in Gespräche, eine offene Atmosphäre. Und wer sich wohlfühlt, kommt wieder.

In Thüringen gibt es etwas mehr als eine Handvoll reine Frauen-/Unternehmerinnennetzwerke. Die von uns interviewten reinen Frauen-/Unternehmerinnennetzwerke treten stark für die Gleichberechtigung von Frauen ein oder engagieren sich politisch und sozial. Wie uns Juliane Rische (siehe Portrait) berichtete, wollen Frauen auch mal anders miteinander reden. Das bestätigt unsere Erfahrung aus unseren Netzwerkveranstaltungen. Durch viele Gespräche und Interviews konnten wir erfahren, dass Männer zu Netzwerkveranstaltungen der interessanten Kontakte wegen gehen, Frauen hauptsächlich wegen der Inhalte. Unsere Erfahrung zeigt, dass Frauen mit einem vertrieblichen Hintergrund auf Netzwerkveranstaltungen öfter zu finden sind. Sie scheinen die Relevanz des Netzwerks stärker zu gewichten.

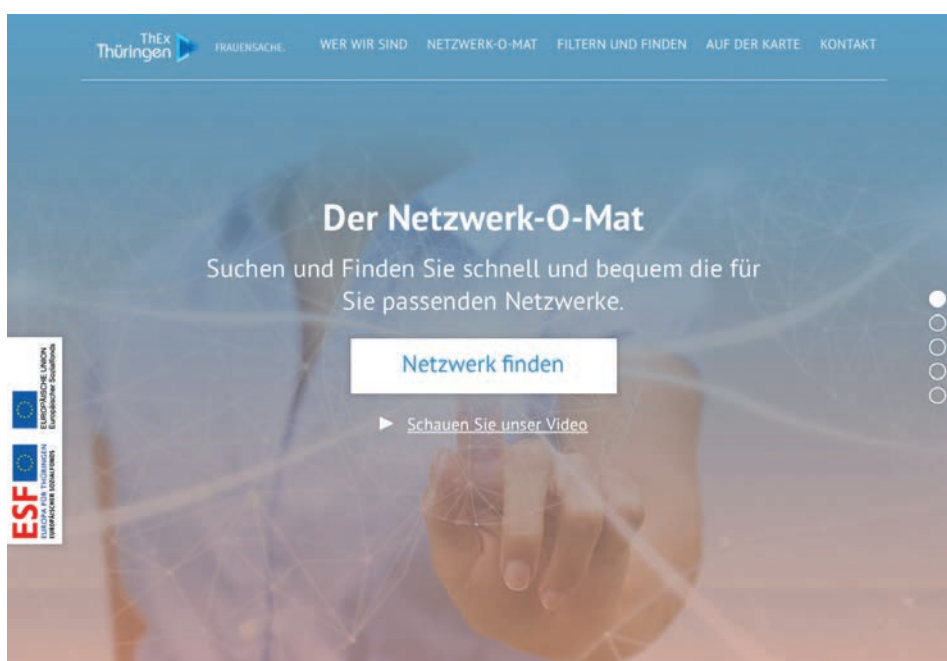
Die Macher*innen von Netzwerken sind sehr häufig Männer. Vielleicht können auch die Netzwerk-Macher stärker die Interessen ihrer weiblichen Mitglieder erfragen – oder ihnen die Gestaltung von Netzwerkangeboten oder -treffen überlassen. Einen Versuch wäre es wert. Schön wäre, die 70 Prozent der befragten Gründerinnen und natürlich auch viele andere Unternehmerinnen davon zu überzeugen, dass Netzwerken ein elementarer Bestandteil ist, sich selbst und das eigene Business sichtbar und erfolgreich zu machen. Es geht darum, sich als Person und mit dem Unternehmen zu zeigen, Vertrauen aufzubauen, um am Ende des Tages darauf basierend Geschäfte machen zu können.

Gründerinnen und Unternehmerinnen, die Mentee oder Mentorin im ThEx FRAUENSACHE Programm sind/waren, berichtet, neben dem Verbund ThEx FRAUENSACHE, in einem weiteren berufsbezogenen Netzwerk aktiv zu sein. Sie haben verstanden und sind in der Zusammenarbeit sensibilisiert worden, wie wichtig das Netzwerken ist.

Wenn's um Ihren Erfolg als Gründerin und Unternehmerin geht: Reservieren Sie sich Zeit für das Netzwerken, probieren Sie sich aus, werden Sie selbst initiativ und suchen Sie Gleichgesinnte! ThEx FRAUENSACHE unterstützt Sie dabei.

Damit das Finden von Netzwerken leichter wird, entwickelten wir den Netzwerk-O-Mat. Für alle zugänglich sind unter www.netzwerkomat.de zahlreiche Netzwerke in Thüringen hinterlegt und können entsprechend der eigenen Interessen und Bedürfnisse durch verschiedene Suchfunktionen ausgewählt werden. Probieren Sie es einfach mal aus. Wir arbeiten ständig an der Aktualisierung und Verbesserung und sind dankbar für Ihre Anregungen und jede weitere Vervollständigung.

Unsere Auswertungen der Netzwerk-Befragungen in den drei Regionen sind auf dieser Website ebenfalls eingestellt.



www.netzwerkomat.de



Hemmnisse und Verbesserungspotenzial auf dem Weg zur Unternehmensgründung durch Frauen

»Auch aus Steinen, die einem in den Weg gelegt werden, kann man Schönes bauen.« Johann W. Goethe

Kernaussagen

1. Nur knapp 30 Prozent der 2016 in Deutschland gegründeten Unternehmen wurden von Frauen gestartet. Bei den Startups waren es 2017 sogar nur 14,6 Prozent. Das heißt: Frauen sind hier nach wie vor deutlich unterrepräsentiert.
2. Unsere Gründerinnenbefragung weist eine hohe Zufriedenheit mit der Gründung aus, wenn Frauen erst mal gegründet haben. 98 Prozent der von uns befragten Frauen sind der Meinung, dass Frauen genauso erfolgreich gründen können wie Männer, aber trotzdem sagt knapp die Hälfte (48 Prozent), dass Männer es grundsätzlich leichter bei der Gründung haben.
3. Als größtes Hemmnis für die Gründung nannten die Frauen die Bürokratie (71 Prozent), dicht gefolgt von Schwierigkeiten bei der Gründungsfinanzierung mit 69 Prozent und einer geringen Risikobereitschaft der Frauen (ebenfalls 69 Prozent).
4. Wissenschaftlerinnen (Welter/Ettl) zeigen auf, dass über Medien vermittelte Rollenbilder einen starken Einfluss auf die Gründungsneigung von Frauen haben.

Hemmnisse auf dem Weg

Unternehmensgründungen haben in Deutschland eine hohe gesellschaftliche Anerkennung, so die Gründerstudie des Axa-Konzerns (2015). Vor drei Jahren trauten sich 44 Prozent der in Deutschland lebenden Erwachsenen zu, ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Forscher*innen ermitteln hier für das Jahr 2018 jedoch einen Rückgang: 33,5 Prozent können sich vorstellen, ein Unternehmen zu gründen. Für Thüringen muss man diese Zahl nach unten korrigieren: Nur 19 Prozent stellen sich das positiv vor und liegen damit unter dem Durchschnitt Ostdeutschlands mit 31 Prozent. Frauen in Thüringen wird eine geringere Gründungsneigung zugeschrieben als Männern.

Viele Menschen sehen zugleich die mit einer Gründung verbundenen Schwierigkeiten, vor allem eine fehlende Absicherung in der Gründungsphase und scheuen ggf. davor zurück. Außerdem ziehen aktuell sehr attraktive Arbeitsmärkte Gründungsinteressierte in Anstellungsverhältnisse. Insgesamt zeigen die Studien damit sowohl das vorhandene Gründer*innenpotenzial in Deutschland auf, als auch viele der Hemmnisse auf dem Weg zur Gründung.

Die Situation

Im Jahr 2016 wurden in Deutschland insgesamt 999.100 Unternehmen neu gegründet, 70,9 Prozent von Männern und 29,1 Prozent von Frauen. In Thüringen lag dieser Anteil 2017 bei 33 Prozent (s. IfM Bonn 2017). Das zeigt deutlich, dass Frauen bei Unternehmensgründungen nach wie vor unterrepräsentiert sind. Warum ist das so? Dieser Frage ist ThEx FRAUENSACHE. mit der Befragung von 200 Gründerinnen in Thüringen im Sommer 2018 nachgegangen.

Gründung als berufliche Alternative

Die wichtigsten Ergebnisse: 90 Prozent der Gründerinnen sind mit ihrer Entscheidung zur Gründung zufrieden: (kumuliert aus sehr und eher zufrieden). Für einen Großteil (88 Prozent) ist das eigene Unternehmen eine sinnvolle berufliche Alternative zu einer Anstellung. 91 Prozent der Befragten würden sich heute erneut für eine Gründung entscheiden. 98 Prozent sagen: Frauen können ebenso erfolgreich gründen wie Männer. Und 80 Prozent der Frauen meinen, Frauen sollten sich häufiger selbstständig machen.

Die befragten Gründerinnen sprechen sich damit mehrheitlich für eine Selbstständigkeit aus und erkennen, dass die Vorteile für sie überwiegen. Trotzdem scheint es auch Scheu vor der Selbstständigkeit bei Frauen zu geben.

»Viele Frauen kommen gar nicht auf die Idee, Unternehmerin zu werden, obwohl sie jede Menge Potenziale haben, die für neue Perspektiven und Ansätze in der Wirtschaft sorgen würden. Genau das ist aber wichtig und notwendig!« Das sagt Annette Farrenkopf, Agentur 33, Vorbild-Unternehmerin der Initiative »FRAUEN unternehmen« (Quelle: www.existenzgruenderinnen.de/SharedDocs/Personen/DE/Vorbildunternehmerinnen/Annette-Farrenkopf).

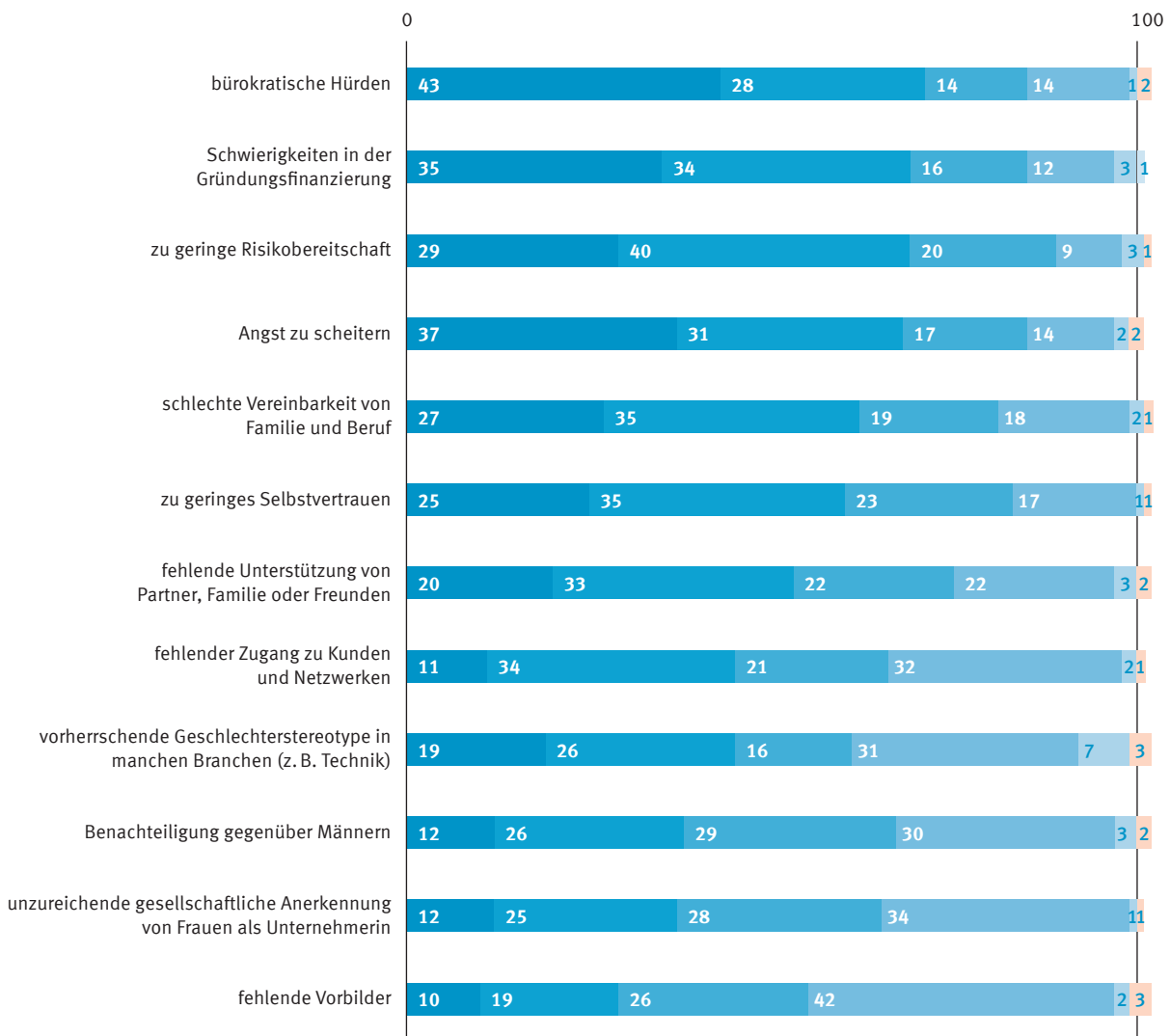
Die Gründung ist in Deutschland ein administrativ aufwendiger Prozess mit entsprechenden Regularien. Zahlreiche Hemmnisse subjektiver und objektiver Art kennen auch die befragten Gründerinnen. Wir haben gezielt nach solchen Hemmnissen gefragt, die insbesondere für Frauen eine Gründung erschweren oder ihnen gänzlich den Weg versperren. Wir möchten daraus Erkenntnisse gewinnen, an welchen Stellen gezielte Verbesserungen zur Gründungsmotivation und zur Festigung der Gründung beitragen können.

Zwar sind 98 Prozent der Frauen der Meinung, dass Frauen genauso erfolgreich gründen können wie Männer, aber trotzdem sagt knapp die Hälfte (48 Prozent der Frauen), dass Männer es grundsätzlich leichter bei der Gründung haben. Tiefer haben wir das an dieser Stelle nicht eruiert. Wenn wir diese Antworten jedoch mit denen zu Gleichberechtigung, Sichtbarkeit und u. a. koppeln, werden im Verlauf des Berichts einige konkrete Gründe dafür sichtbar.

Wir haben auch gefragt, welche Hemmnisse oder Probleme die Selbstständigkeit von Frauen stark bzw. schwach beeinflussen. Wenig überraschend führen wahrgenommene bürokratische Hürden die Liste der Hemmnisse an (71 Prozent).

Wie stark oder schwach können die folgenden Hemmnisse und Probleme Ihrer Meinung nach die Selbstständigkeit von Frauen erschweren?

Wenn man das an erster Stelle rangierende bürokratische Hemmnis hinterfragt, können Erfahrungswerte von Gründerinnen im Projekt und eigene Erfahrungen als Gründerin/Unternehmerin Hinweise geben, dass administrative Auflagen in vielen Fällen die Anforderungen, Bedarfe und Logiken selbstständiger Frauen und gerade auch der Solounternehmerinnen wenig bis gar nicht berücksichtigen.



Alle Angaben in Prozent. Auf Grund der Verwendung von gerundeten Zahlenangaben kann die Summe der Prozentzahlen unter Umständen geringfügig von 100 Prozent abweichen. Im Falle von Mehrfachantworten kann die Summe der Prozentzahlen erheblich von 100 Prozent abweichen.

Sie kommen (zu) häufig mit einem fordernden Gestus daher, das zeigen Aussagen, die Gründerinnen aus Beratungsgesprächen berichten, wie etwa »Wenn ich etwas von Dir will, dann lass alles andere liegen und liefere.« oder »Wir müssen Dich unter die Lupe nehmen, weil wir Dir eher keinen Vertrauensvorschuss geben, dass es bei Dir richtig läuft.«. Oder die Aussage, dass sich Menschen »aus Amtsstuben anmaßen, Frauen aus der Wirtschaft zu sagen, wie deren Welt funktioniert und doch selbst noch nie die manchmal dünne Luft der 100 prozentigen Selbstverantwortung sowie der Chancen und Risiken geschnuppert haben«. (Quellen: O-Töne von Gründerinnen bei ThEx FRAUENSACHE.) Auch wird von vielen Frauen eine anschauliche, klare Sprache bei Vorgaben und Regeln vermisst, die ein besseres Verständnis und eine reibungslosere Umsetzung ermöglichen hilft. Weiterer Punkt ist die Kleinteiligkeit der Regelungen: statt für stabile förderliche Rahmenbedingungen zu sorgen, werden zu Detailfragen kleinlich wirkende Vorgaben gemacht. Oder wie im Falle der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO): Ein wichtiges rechtliches Anliegen wird – operativ noch wenig ausgereift – den Selbstständigen aufoktroiert: »Du musst das jetzt; sieh zu, wie Du klarkommst«. Die Versuche, allen Anforderungen gerecht zu werden ohne verlässliche Handlungssicherheit, kosten Gründerinnen sehr viel Zeit, Kraft und Geld, die in der direkten Wertschöpfung fehlen.

Durch Verwaltungsvereinfachung, Priorisierung und Entrümpelung von Vorgaben, Digitalisierung der Verwaltung, sowie durch servicefreundlichere Haltung und Kommunikation könnte mit wichtigen förderlichen Rahmenbedingungen (endlich) Ernst gemacht werden.

Eine weitere bedeutsame Schwierigkeit wird bei der Gründungsfinanzierung gesehen: 69 Prozent der Frauen gaben das an. Eine geringe Risikobereitschaft der Frauen nannten ebenfalls 69 Prozent.

Zu den Themen Finanzierung und Risiken wurde uns die Erfahrung mitgeteilt, dass Frauen bei Banken und Investoren eher länger brauchen, um an Kredite und/oder Kapital zu kommen und diese häufiger auch kleiner sind. Das bestätigt auch der Female Founders Monitor 2018, der Start Ups untersucht. Frauen werden größere Summen immer noch seltener anvertraut und offensichtlich haben Frauen selbst eine größere Scheu in der Übernahme von Schulden und dem damit verbundenen Risiko. »Eine Vielzahl von Studien kommt zu dem Ergebnis, dass von Frauen geführte Unternehmen zum Gründungszeitpunkt über eine geringere (Eigen-)Kapitalausstattung verfügen und weniger Fremdfinanzierung beanspruchen als von Männern gegründete Unternehmen« (Quelle: bga Publikation Nr. 39, 2015).

Den Satz »Das große Geld fordern wir eher nicht ein.« hören wir häufiger in unseren Beratungen und das gilt auch für die Preisfindung. Nach unseren Erfahrungen sind Frauen häufig zurückhaltender und weniger selbstbewusst bei der Setzung des eigenen Wertes und damit des eigenen Preises. Wir beobachten, dass Frauen beim Eingehen von Risiken besonnener abwägen und weniger »glücksritterhaft« agieren, als dies Männern attestiert wird. Schade, wenn Besonnenheit im männlichen Verständnis als Mutlosigkeit daherkommt. Schwierig, wenn Frauen selbst der Mut fehlt, wo sie doch viele überzeugende Argumente für ihr Anliegen und ihre vorsichtigere Vorgehensweise haben!

Gegenüber Männern benachteiligt fühlen sich 38 Prozent der Befragten, keine kleine Zahl. Wobei Benachteiligung sowohl durch Strukturen und Rahmenbedingungen, Haltungen und Vorurteile als auch in diskriminierend erlebten persönlichen Begegnungen erfahren wird.

An dieser Stelle sei Melinda Gates zitiert: »Der Boys Club aus Investoren, Business Angels und Wirtschaftsförderern hält viele Frauen davon ab, das Abenteuer Gründen überhaupt in Erwägung zu ziehen.« (s. Female Founders Monitor 2018).

Gründungerscherend ist für 61 Prozent der befragten Gründerinnen die schlechte Vereinbarkeit von Beruf und Familie, trotz gestiegener Kindergartenplätze und manch zeitlicher Flexibilität. Andererseits ist für nahezu genauso viele Frauen (60 Prozent) die Hoffnung auf bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Selbstständigkeit ein Gründungsmotiv!

Spielt bei dieser Thematik die klassische Verantwortungszuschreibung an die Frau und Mutter für die Familie immer noch eine Rolle? Gründerinnen und Unternehmerinnen aus dem Mentoringprogramm von ThEx FRAUENSACHE. sehen das z. T. so, trotz der wachsenden Zahl von Männern und Vätern, die in die geteilte Verantwortung für Familienarbeit gehen.

Diese Aussage problematischer Vereinbarkeit findet auch eine Verknüpfung in unserer Befragung, denn knapp mehr als die Hälfte, 53 Prozent der Frauen, nannten die fehlende Unterstützung im persönlichen Umfeld als Hemmnis einer Gründung.

Prominent ist die Auskunft dazu von unseren Projektteilnehmerinnen: Die Beschaffenheit und der Stützungscharakter des persönlichen Umfeldes (Partner, Familie, Freunde) hat für Gründerinnen hohe Relevanz und wirkt sich in etwa gleich stark fördernd wie hindernd aus.

Die Angst vorm Scheitern ist für 68 Prozent der Befragten ein Hemmnis, um sich selbstständig zu machen und liegt damit an 3. Stelle der Stolpersteine. Übrigens: Die »Fuck up Nights« sind ein Bemühen, das Thema Scheitern aus der Tabu-Ecke zu holen und Unternehmer*innen als ehrenwert Scheiternde mit Neustartpotenzial zu zeigen.

Als eindeutiges Hemmnis geben 60 Prozent der Frauen ein »geringes Selbstvertrauen« an, das sich verknüpft mit der »Angst vor dem Scheitern« (68 Prozent). Hemmnisse dieser Art liegen in der Person. Nach Aussagen der am Projekt teilnehmenden Gründerinnen und Unternehmerinnen wird ein geringes Selbstvertrauen/Selbstwertgefühl sogar an erster Stelle der Schwierigkeiten bei der Gründung genannt.

Unsere Erfahrung: Oftmals stehen Frauen sich mit einem einschränkenden Selbstbild, negativen Glaubenssätzen und überhöhten Anforderungen an sich selbst im Weg. Auch internalisieren Frauen einschränkende und kritische Fremdbilder leichter als Männer. Sie hinterfragen sich wesentlich kritischer als diese – und dies nach männerdominierten Kriterien, wie etwa die Fokussierung aufs Äußere und der damit verbundene Selbstoptimierungszwang als »schöne und attraktive Frau«, die ja laut Forschung erfolgreicher sei und besser verdiene. (Vgl. Doris Krumpholz, Einsame Spitze, 2004). Dadurch büßen Scharen von Frauen Selbstvertrauen ein, genauso wie Unbefangenheit und Lebensfreude, denn sie sind ja optimierungsbedürftige Defizitwesen. Übrigens: Ganze Wirtschaftsbereiche leben hervorragend von dieser »Defizithese«.

Das Diskriminierungspotenzial wird von Autorin Maike Kellenberger genannt: »Jemand will mich beleidigen, weil er meine Gesinnung nicht teilt und sagt: Ich bin hässlich. Jemand will mich verletzen, weil ich seinen Abstimmungswunsch nicht teile – ich bin hässlich. Jemand ist frustriert, weil er mein Bett nicht teilt – (jetzt) bin ich hässlich. Sag, ich sei nicht informiert. Sag, ich sei ignorant. Sag, ich mache meine Arbeit nicht gut. [...] Sag, ich sei desinteressiert. Hör auf, hässlich als weibliches Pendant zu all den miesen Dingen zu betrachten, die ein Mensch, ein Mann, sein darf – und die auch ich hin und wieder bin.« (Quelle: Der Spiegel, Nr. 41a, 10.10.2018, #frauenland).

Eine Frau auf ihr Äußeres festzulegen und über den Körper und das Äußere einer Frau zu schimpfen oder sich darüber zu belustigen ist eine männlich geprägte Machtdemonstration zur Unterordnung, so die feministische Forschung. Und sie hat leider noch immer oder gerade wieder vermehrt Konjunktur. Businessfrauen begegnet auch immer noch ein »Beäugen

und Taxieren«. In solcher Kommunikation werden Frauen/Mitbewerberinnen verfügbar gemacht und als ernstzunehmende kompetente Konkurrentinnen ausgeschlossen. (Vgl. Doris Krumpholz, Einsame Spitze, 2004).

Dieser Kontext ist umso bedeutsamer, als dass Frauen – Gründerinnen und Unternehmerinnen – nach wirksamen Wegen suchen müssen, sich zu zeigen – mental wie physisch. Frauen haben das Erscheinen ihrer Person in Kombination mit ihrem Angebot in Marktbearbeitung, Netzwerken und Akquise zu verwandeln, wenn sie Erfolg haben wollen. Und dies nach eigener Definition und nicht in Deutungshoheit des männlichen Blicks.

Nur am Rande: Unsere Netzwerkveranstaltung »Lounge des schönen Scheins« im Februar 2018 hatte mit mehr als 100 Teilnehmerinnen großen Zulauf! Sie thematisierte genau diese Themen. Impulse und Austausch dazu sind hoch gefragt.

Das Thema ermutigender Vorbilder und der Sichtbarkeit wird als ein Leitthema zum Empowerment von Frauen zur Selbstständigkeit nachhaltig zu diskutieren sein. Auch wenn von den Befragten die Themen Geschlechterstereotype (45 Prozent), unzureichende gesellschaftliche Anerkennung (37 Prozent), fehlende weibliche Vorbilder (29 Prozent) weniger deutlich gesehen werden, so sind die doch relevant. Bei erfolgter Gründung haben sie die Selbstständigkeit nicht verhindert und wurden überwunden.

Kann es daran liegen, dass bei den Befragten eine geringere Sensibilisierung und Kenntnis des Themenkomplexes und deshalb weniger Aufmerksamkeit vorliegen? Kann nicht sein, was nicht sein darf? Glauben Frauen, das »alles schon im Griff« zu haben?

Ist es so gängig und normal, dass weibliche Vorbilder fehlen und dass dieses noch nicht mal bemerkt wird? Weil das männliche Bild des Unternehmers in der Repräsentation und damit in den Köpfen – auch von Frauen – dominiert?

Die Forschung stellt fest, dass über die Medien vermittelte Rollenbilder starken förderlichen oder hinderlichen Einfluss auf die Gründungsneigung von Frauen haben. In den IfM-Materialien Nr. 249 aus dem Jahr 2016 führen die Forscherinnen Kerstin Ettl, Friederike Welter und Leona Achtenhagen aus: »Dass die Entscheidung für oder gegen den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit neben der eigenen Einstellung auch von Einstellungen und Meinungen anderer abhängt, ist theoretisch und empirisch erwiesen: Eine Person zeigt nur dann ein bestimmtes Verhalten, wenn sie selbst das Verhalten als positiv bewertet, wichtige Bezugspersonen es befürworten und sie sich in der Lage sieht, das Verhalten auszuführen. Übertragen auf Unternehmerintum bedeutet dies, dass eine Frau nur dann eine unternehmerische Tätigkeit anstreben wird, wenn sie a) selbst Unternehmenstum als etwas Positives wahrnimmt, b) meint, dass auch andere Personen Unternehmerintum positiv bewerten, und c) vermutet, dass sie selbst eine erfolgreiche Unternehmerin sein kann. Jeden dieser drei Aspekte beeinflusst der gesellschaftliche Diskurs über Unternehmerinnen. Zudem trägt jede einzelne Unternehmerin durch ihr Handeln zur Beurteilung aller Unternehmerinnen bei.« Und: »In der Medienberichterstattung manifestieren sich die zum jeweiligen Zeitpunkt akzeptierten Wertvorstellungen einer Gesellschaft. So reflektieren und beeinflussen die Medien gleichzeitig, was in der Gesellschaft als sozial erwünscht, attraktiv und machbar angesehen wird.« (Quelle: IfM-Materialien Nr. 249, 2016).

Wenn nun aber »das klassische Unternehmerbild durch männliche Züge und Stereotype wie Aggressivität, Dominanz, Leistungsstreben und Unabhängigkeit geprägt (ist), führt dieses Image dazu, dass sich vor allem Männer durch diese Karriereperspektive angezogen fühlen. Ein sich selbstverstärkender Kreislauf kommt in Gang.« (Mario Geißler, Juniorprofessor Entrepreneurship, Universität Chemnitz).

Quantitative und qualitative Untersuchungen der Universität Siegen und des IfM Bonn (gleiche Quelle wie zuvor) haben ermittelt, dass in den Medien wesentlich weniger über Gründerinnen und Unternehmerinnen berichtet wird als über deren männliche Pendants. Und welches Bild von einer Gründerin/Unternehmerin wird vermittelt? Und: Sind diese Bilder geeignet, dass sich gründende Frauen mit ihnen identifizieren?

Die Erhebung bei sechs großen überregionalen deutschen Tageszeitungen im Jahr 2013 ergab Folgendes: 565-mal wurde dort über Gründerinnen, 611-mal über Unternehmerinnen berichtet. Und das ist schon 33 Prozent häufiger als noch 2004. Die Zahl der Berichte über »Unternehmer« stieg im gleichen Zeitraum um bloß 2 Prozent. Hört sich gut an, oder?

Aber nur solange bis man die absoluten Zahlen kennt: Über Gründer wurde 10.395-mal, über Unternehmer 10.294-mal im Jahr 2013 berichtet! Im Verhältnis zum Anteil selbstständiger Frauen von rund 33 Prozent liegt die Zahl der Berichte auf bedauerlich niedrigem Niveau. Frauen sind somit in der öffentlichen Wahrnehmung deutlich weniger sichtbar als Männer.

Zu Inhalt und Qualität der Berichterstattung sagen Welter/Ettl, dass sachliche Darstellungen zu Frauen und ihren Firmen zunehmen und das »Exotische« der unternehmerisch tätigen Frau zurückgegangen ist. Gleichwohl wird oftmals berichtet – und auch von Journalistinnen – über die häusliche Verantwortung der Frau mit ähnlichen Sätzen wie: »Aus der Küche tönt geschäftiges Klappern, die zugewandte, herzliche Mutter kann kühl kalkulierende Geschäftsfrau sein.« Oder Rollenklischees stehen vorne: »Die Prinzessin mag Computer; blondes Wunder in der Männerdomäne; ihr Kostüm sitzt auf Figur so wie ihr Zeitmanagement in der Firma.«

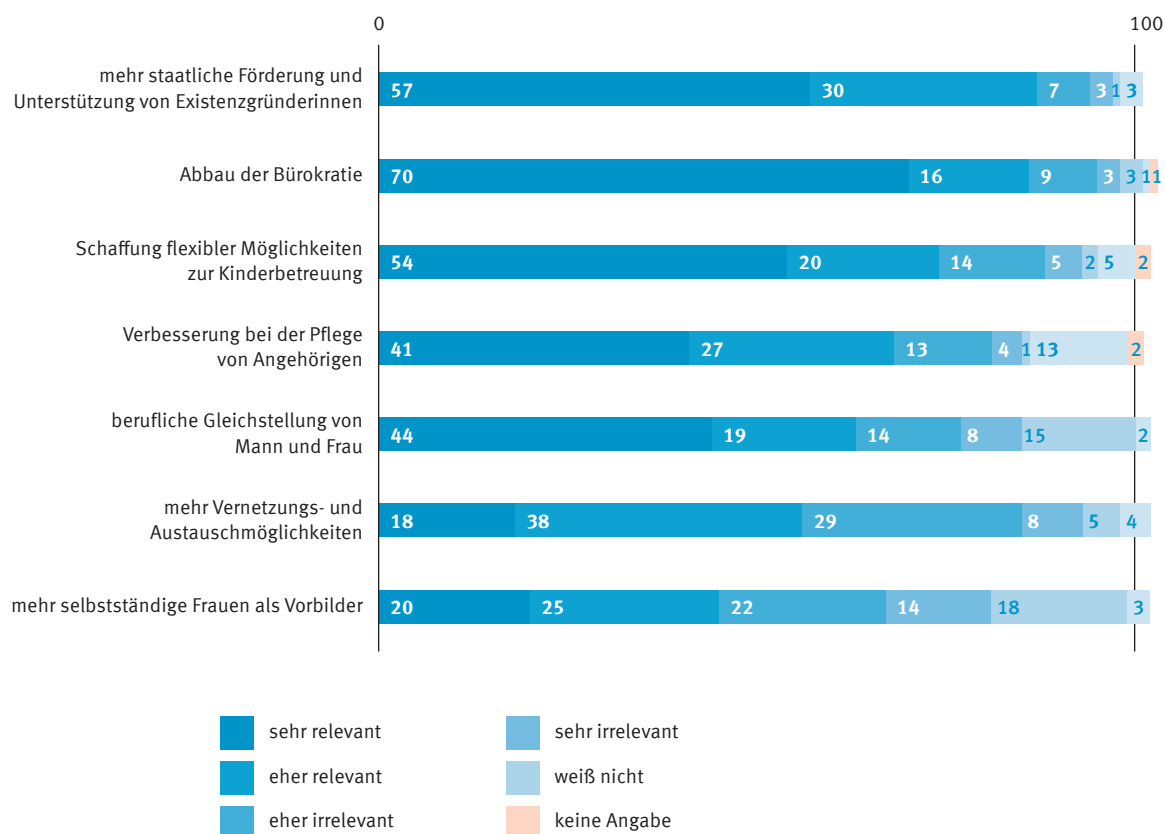
Solche Beispiele zeigen: Das Äußere und Häusliche der Frau wird nach vorne gestellt, statt ihrer Expertise, Kompetenz, Fachlichkeit – kurz ihrer Professionalität. Männer haben demnach weiterhin die Deutungshoheit über das Bild des Unternehmers und Unternehmertums.

Deshalb, so Welter/Ettl, brauchen Frauen andere vielfältige Bilder, die ihnen Orientierung, Identifikation und Ermunterung geben. Daran arbeitet ThEx FRAUENSACHE. auch in diesen Impulsen und in Zukunft weiter, damit Gründerinnen und Unternehmerinnen ihr eigenes Sichtbarwerden gezielt angehen.

Verbesserungspotenzial auf dem Weg

Die befragten Gründerinnen haben uns nicht nur Auskunft über die Hemmnisse gegeben, sondern zugleich zur Relevanz von möglichen Verbesserungen Stellung genommen. Neben der eigenen Motivation kommt es stark auf förderliche Rahmenbedingungen an, um ein Gründungsvorhaben erfolgreich zu verwirklichen.

Wie hoch oder niedrig empfinden Sie in den Bereichen den Verbesserungsbedarf, um mehr Frauen dazu zu bewegen, den Schritt in die Selbständigkeit bzw. ins Unternehmertum zu wagen?



Alle Angaben in Prozent. Auf Grund der Verwendung von gerundeten Zahlenangaben kann die Summe der Prozentzahlen unter Umständen geringfügig von 100 Prozent abweichen. Im Falle von Mehrfachantworten kann die Summe der Prozentzahlen erheblich von 100 Prozent abweichen.

Daran anknüpfend im Folgenden einige Ideen und Vorschläge mit Unterstützungspotenzial für Gründerinnen (und Gründer):

Handlungsbedarf Nr. 1

Mehr staatliche Förderung und Unterstützung von Existenzgründerinnen (87 Prozent der befragten Frauen)

Zu Kategorie der staatlichen Förderstruktur gehört das ThEx selbst. Befragungen der Nutzer*innen des ThEx zeigen ganz überwiegend eine hohe Zufriedenheit mit den Angeboten.

Entscheidend ist, dass künftig geförderte Angebote speziell für Frauen als Gründerinnen und Unternehmerinnen bereitgestellt werden. Alle Akteure sind gefordert, ihre Angebote weiterzuentwickeln und den Bedarfen insbesondere der Gründerinnen anzupassen. ThEx FRAUENSACHE. will dazu beitragen, dass sich die Gründungsquote der paritätischen Aufstellung nähern kann – Ziel 50 Prozent aller Gründungen starten mit Beteiligung von Frauen.

Dazu werden im Rahmen der Projektarbeit von ThEx FRAUENSACHE. attraktive Formate von Vernetzungen angeboten. Die Einbindung in ein Netzwerk kann Risikoangst und Angst zu scheitern ein gutes Stück relativieren, auffangen und das Selbstvertrauen stärken.

So unterstützt der Netzwerk-O-Mat dabei, das passende Netzwerk in Thüringen zu finden. Alternativ können auch persönliche Netzwerk-Beratungen genutzt werden. Im Mentoring werden Wissen, Erfahrungen und Kontakte geteilt. In den größeren Veranstaltungen gibt es immer neben den thematischen Inputs ansprechende Impulse zum Kennenlernen und zur Vernetzung der Gründerinnen und Unternehmerinnen. Ebenso unterstützt ThEx FRAUENSACHE. auch Menschen beim Aufbau eines neuen Netzwerks.

Auf Basis der Erfahrungen in der Arbeit mit Gründerinnen und Unternehmerinnen gibt ThEx FRAUENSACHE. Empfehlungen, wie staatliche Institutionen mehr Frauen zum Schritt in die Selbstständigkeit ermutigen können.

Handlungsbedarf Nr. 2

Abbau und Umgang mit Bürokratie (86 Prozent der Frauen)

Für Neugründungen als auch für Wirtschaftsansiedelungen ist ein zentraler und digitaler Verwaltungsservice ein wichtiger, positiver Standortfaktor. Behördliche Anmeldungen, Änderungen oder auch das Ausfüllen von Formularen und Zahlungsvorgänge sollen in einfacher Weise digitalisiert und für Gründende zugänglich sein. So lassen sich viele notwendige Behördengänge vermeiden und Zeit sparen. Es gibt bereits Möglichkeiten, Formulare online auszufüllen und Melde- und Genehmigungsverfahren über den Einheitlichen Ansprechpartner auszuführen: ein Service gemäß der EU-Dienstleistungsrichtlinie »Einheitlicher Ansprechpartner«. In diesem Serviceportal (siehe Link im Folgenden) ist es jedoch bisher nur mit besonderem technischen Equipment möglich, sich digital zu identifizieren.

Zeitgemäß und wünschenswert ist es, die Digitalisierung und in einem die Vereinfachung von Verwaltung niederschwelliger und schneller voranzutreiben und den bisherigen Willensbekundungen rascher Taten folgen zu lassen.

»Einheitlicher Ansprechpartner«:

portal.thueringen.de/portal/page/portal/Serviceportal/Zuständigkeitsfinder

Die Möglichkeiten des Einheitlichen Ansprechpartners sollten mehr genutzt und durch Multiplikatoren bekannt gemacht werden. Entlastung von bürokratischen und organisatorischen Aktivitäten können Servicestellen für Gründerinnen und Gründer bieten, die sich selbstorganisiert – jenseits staatlicher Stellen, z. B. genossenschaftlich einrichten lassen.

Handlungsbedarf Nr. 3

Verbesserung der Möglichkeiten flexibler Kinderbetreuung (74 Prozent der Frauen),
bei der Pflege von Angehörigen (68 Prozent) und
in der Gleichstellung von Mann und Frau (63 Prozent)

Hier ist die Bundespolitik gefragt, weiter an Optionen für Familien zu arbeiten, um Gründerinnen und Unternehmerinnen eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen.

Auch könnte zur gezielten Unterstützung von Gründerinnen, die in dieser Phase schwanger werden ein »Gründerinnengeld« und eine »Gründungszeit analog Elternzeit« konzipiert und umgesetzt werden.

Coworking Spaces mit integrierter fachkundiger Kinderbetreuung (ggf. Kindertagesstätte) können helfen, beide »Welten« besser zu verbinden.

Die Gleichstellung muss mit echtem Willen und geeigneten Maßnahmen weiter vorangebracht werden. Menschen müssen lernen, Rollenklischees und Stereotype – auch im eigenen Denken und Verhalten stärker zu reflektieren und Diskriminierung entgegenzutreten. Hierzu kann eine gesellschaftliche Wertediskussion förderlich sein. Dass wir diese Debatte seit mindestens 100 Jahren führen, heißt nicht, sie beenden zu können – nicht weil noch gar nichts erreicht wäre, sondern weil es noch viel zu erreichen gilt.

Handlungsbedarf Nr. 4

Mehr Vernetzung, Austausch und weibliche Vorbilder
durch die Frauen selbst

Mit ThEx FRAUENSACHE. arbeitet ein Projekt speziell an genau diesem Anliegen. Alle anderen ThEx Projekte bieten zur Vernetzung ebenfalls zahlreiche Möglichkeiten.

Hier sind die Frauen aber auch selbst gefragt: sich zu zeigen und Kontakte aktiv zu knüpfen. Mit der Art der Gestaltung von Veranstaltungen kann dies für Frauen deutlich erleichtert werden. Da sind alle »Macher*innen« von Veranstaltungen gefordert. Und mehr und klischeefreie, ermutigende Medienpräsenz von Gründerinnen und Unternehmerinnen stärkt langfristig die Motivation zur eigenen Gründung. Preise wie der Emily-Roebling-Preis, jährlich verliehen vom VdU Landesverband Thüringen, und die Begleitkampagnen in den Medien leisten einen wichtigen Beitrag.

Wichtig bei der Sichtbarmachung ist die Verwendung zeitgemäßer Kanäle und Medien, die von jüngeren und älteren Gründerinnen ggf. auch unterschiedlich frequentiert werden.

Und dann kann immer wieder betont werden: Mehr Diversität bei der Berufswahl durch Frauen zu fördern, so z. B. die MINT-Berufe. Die Gründungsneigung beginnt schon mit der Berufswahl.

Vom Geben und Nehmen im Mentoring

In Ergänzung zu den Portraits der Gründerinnen und wichtigen Ergebnissen aus der Befragung schauen wir auf die Perspektive der gestandenen Unternehmerinnen. Im Mentoring von ThEx FRAUENSACHE nehmen diese als Mentorinnen eine besondere Rolle ein: Sie unterstützen ehrenamtlich Frauen, die vor einer Gründungsentscheidung oder in den ersten Phasen der Selbstständigkeit stehen mit Wissen, Erfahrungen und Kontakten. Dabei handelt es sich um ein strukturiertes Mentoringprogramm über 24 Monate Laufzeit.



Kick-off Veranstaltung der zweiten Mentoring-Runde von ThEx FRAUENSACHE.
April 2017

Zu Projektbeginn 2015 stellten wir uns die Frage, ob wir genügend Unternehmerinnen finden, die bereit sind Zeit und Engagement in eine sehr personennahe, vertrauensvolle Begleitung zu investieren. Und das ohne Honorar! Wir waren überrascht über den großen Zuspruch und freuen uns über die Einschätzung von Mentorinnen:

Birgit Gentsch, Versicherungs-Betriebswirtin und Generalvertreterin der Allianz (Altenburg) zitiert dazu Freifrau Marie von Ebner-Eschenbach: »Wenn es einen Glauben gibt, der Berge versetzen kann, so ist es der Glaube an die eigene Kraft.«

Diese Ansicht, dieses Lebensmotto möchte Birgit Gentsch weitergeben, gepaart mit Mut und Zuversicht und mit ihren Erfahrungen als gestandene Unternehmerin. Darin sieht sie den Mehrwert für ihre Arbeit als Mentorin.

Mentorinnen unterstützen Gründerinnen dabei, ihren eigenen Weg zu finden, ihre Gründung oder ihre selbstständigen Aktivitäten zu planen und erfolgreich umzusetzen. In den Mentoring-Tandems geht es um strategische und fachliche, um praktische und persönliche Fragen, wie Gründung und Unternehmensführung gelingen.

Miriam Astutti, Unternehmerin aus Jena, sagt dazu: »Als Mentorin hatte ich zwei sehr unterschiedlichen Mentees und es war wahnsinnig spannend zu erleben, wie sie mehr und mehr eigene Antworten auf ihre Fragen fanden. Diesen Prozess aktiv zu begleiten, war aufschlussreich und einzigartig. Meine Lebenserfahrung zur Verfügung zu stellen, war ein bereicherndes Gefühl.

Durch meine Aufgabe als Mentorin wurde ich aus der Komfortzone raus geschubst. Ich habe dadurch eine Möglichkeit bekommen, über meine eigenen vergangenen Entscheidungen, meine damaligen Ziele und Fehler zu reflektieren und ich wurde gleichzeitig mit anderen Ideen und Herangehensweisen konfrontiert.

Ich finde, die Freude an den Lern- und Entwicklungsprozessen der Mentees sollte eine zentrale Motivation für potenzielle Mentorinnen sein. Durch das Feedback zu den Stärken und Schwächen der Mentees habe ich automatisch selbst über meinen eigenen Berufsweg nachgedacht und gewann dadurch neue Einblicke, unabhängig von den neuen wertvollen Kontakten mit anderen Kolleginnen und Kollegen und der Erweiterung meines Netzwerks.

Ich habe zwar damals keinen Mentor/keine Mentorin gehabt, dennoch gab es bestimmte Menschen um mich, die mich inspirierten und an mich und meine Fähigkeiten glaubten. Mentorin zu sein ist wie ein Stück von dem, was man selbst erfahren hat, anderen zurückzugeben.«

Viele Unternehmerinnen kennen die hemmenden Faktoren vor und während des Gründungsprozesses aus eigener Erfahrung. Die Belastung durch die Verantwortung für die Familie und den beruflichen Erfolg, die vielfältigen Verpflichtungen und die Angst davor, diesen nicht gerecht zu werden, lähmen und hemmen und lassen Zweifel immer wieder laut werden. Der persönliche, vertrauensvolle Kontakt zwischen Mentorin und Mentee hilft, diese Zweifel zu formulieren und damit umzugehen.



Mentorin Birgit Neubert und Mentee Birgit Linde-Geutebrück

Welche Unternehmerin kennt diese Bedenken nicht aus eigener Erfahrung? Nicht zuletzt haben die individuellen Strategien und Lösungswege dazu beigetragen, den eigenen Entwicklungsprozess und den unternehmerischen Erfolg zu stärken. Vom Gespräch über solche Fragestellungen profitieren auch gestandene Unternehmerinnen.

Auch die Einschätzung von **Andrea Sprengart**, Coach, Querdenkerin und Mentorin bei ThEx FRAUENSACHE., macht deutlich, wie wichtig die persönliche Unterstützung für Gründerinnen ist: »Das Mentoringprogramm gibt der Mentee die Chance, aktiv Fragen zu diversen unternehmerischen Themen zu stellen und den Blick von außen zu erhalten. Ich unterstütze das Projekt, weil ich mir damals in meiner Gründung vor vielen Jahren einen Mentor gewünscht hätte. Die vom Projekt angebotenen Veranstaltungen bieten auch den Mentorinnen Weiterentwicklungsmöglichkeiten und vor allem Austausch auf Augenhöhe.«

Birgit Neubert, Beraterin aus Eisenach ergänzt: »Was mir die Teilnahme am Mentoring-Programm von ThEx FRAUENSACHE. als Unternehmerin gebracht hat? Den Austausch mit gleichgesinnten Frauen, das Netzwerken, die Weiterbildungen zu verschiedenen Themen, die Möglichkeit, immer wieder Motivation zu tanken. Eine tolle Atmosphäre mit allen Beteiligten im Mentoring-Programm. Ich kann ThEx FRAUENSACHE. nur jeder Unternehmerin empfehlen, weil es stärkt und gewinnbringend für alle Seiten ist.«

Das Mentoring ist also nicht nur für die Mentees gewinnbringend. Die Fragen der Mentees tragen auch bei gestandenen Unternehmerinnen dazu bei, eigene Wege erneut zu reflektieren, Unstimmigkeiten zu erkennen und darauf zu reagieren. Sie schützen vor der »Betriebsblindheit«, die Frau als Expertin in eigener Sache immer mal wieder gefährlich werden kann und lassen eigene Kraftquellen wieder bewusster werden.

ThEx FRAUENSACHE. bietet Raum, dass sich alle Tandems treffen, sich vernetzen und nicht zuletzt Geschäfte miteinander machen. Unsere Erfahrung zeigt: Der Austausch in einem branchenübergreifenden Netzwerk ist hilfreich für die eigene Unternehmensentwicklung und um die Anregungen aus Fortbildungen und Netzwerktreffen zu nutzen.



Mentoringtandem Colette Boos-John und Nancy Schiller

Colette Boos-John, Geschäftsführerin von Bauer Bauunternehmen GmbH und Vize-Präsidentin der IHK Erfurt, erklärt, weshalb sie als erfahrene Unternehmerin in einer Branche, in der sie nicht viele andere Frauen in Führungspositionen trifft, am Mentoring-Programm teilnimmt: »Ich möchte gerne einen Teil von dem zurückgeben, was ich selbst als Förderung auf meinem persönlichen und beruflichen Weg erfahren habe und noch heute erfahre. Auch ich habe von dem profitiert, was mir mein Mentee und die Begleitung durch ThEx FRAUENSACHE. für meine Arbeit zurückgegeben haben. Spannend ist auch für mich immer wieder in anderen Bahnen zu denken, die Richtung zu wechseln und mich mit anderen und neuen Dingen auseinander zu setzen. So kann auch ich von dem Mentoring-Programm profitieren.«

Ulrike Kückner, Geschäftsführende Gesellschafterin der Olympia Personalleasing GmbH antwortet auf die Frage, was ihr Mitwirken am Mentoring-Programm gebracht hat: »Ich habe ganz tolle Frauen kennengelernt, die mir die Perspektive auf die Sicht der Dinge verändert oder geschärft haben. Als Mentorin habe ich ganz viel gelernt und konnte mein Wissen mit einbringen. Ich freue mich, wenn junge Unternehmerinnen vermeidbare Fehler nicht machen, die ich selbst gemacht habe. So können sie sich um wichtigere Dinge kümmern.«

Die Wissenschaftlerinnen Kerstin Ettl, Friederike Welter und Leona Achtenhagen (IfM Bonn, IfM-Material Nr. 249) bestätigen die Bedeutung persönlicher Netzwerke und Kontakte. Sie reduzieren die Angst vor dem Scheitern, die bei Frauen stärker ausgeprägt ist als bei Männern. Für ThEx FRAUENSACHE ist klar: Mentoring ist eine ideale Form der Unterstützung für Frauen!



Doris Elfert, Team ThEx FRAUENSACHE.



Mentee Desiree Korb

Fazit

Wir hoffen, wir konnten Sie mit unseren Impulsen inspirieren.

Zum guten Schluss möchten wir zusammenfassen, was uns besonders wichtig ist. Vielleicht haben Sie bemerkt, dass alle interviewten Personen davon erzählen, wie wichtig Austausch, Rat und Unterstützung für ihren Erfolg waren und sind. Um solche Erfahrungen möglich zu machen, braucht es viele Kontakte – vor allem die richtigen. Um Ihnen das Finden solcher Kontakte zu erleichtern, empfehlen wir speziell für Frauen:

- Planen Sie als Gründerin bereits im Aufbau Ihres Unternehmens reichlich Zeit für das Netzwerken ein. Machen Sie sich bewusst, wie oft sie sich wann, wo und mit welchem Ziel in Netzwerke einbringen. Eine gute Netzwerkarbeit ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, weil sie sowohl die eigene Persönlichkeit stärkt und das eigene Business sichtbar machen kann.
- Es braucht »Mutmacher*innen«, um aus einer persönlichen Leidenschaft eine erfolgreiche Gründung wachsen zu lassen. Deshalb ist es sinnvoll, sich nach einem Mentoring-Programm umzusehen, Gleichgesinnte und Vorbilder zu finden. Es gilt, von den Erfolgreichen zu lernen!
- Nicht nur, aber ganz besonders bei der Planung von Netzwerkaktivitäten sollte jede Gründerin den Fokus auf eine positive Selbstdarstellung legen. Denn wer positiv in Erinnerung bleibt, wird weiterempfohlen, wie auch Doris Cornils in ihrem Beitrag erläutert.

Unsere Erfahrungen zeigen: Gründen kann eine hervorragende Alternative zum beschäftigten Arbeitsverhältnis sein. Die wichtigste Voraussetzung: Sie müssen »Ihr Ding machen« wollen. Leben Sie Ihre Leidenschaft, fangen Sie einfach an. Nichts muss am Anfang perfekt sein! Viel wichtiger ist es, dass die potenziellen Multiplikator*innen und Kund*innen Sie sehen und kennenlernen. Sie werden bei jedem Schritt und in jedem Gespräch weiter lernen. Viele Themen werden sich neu ausrichten und neu ergeben, das gehört dazu.

Unsere Arbeit bei ThEx FRAUENSACHE. dient dem Vernetzen, dem Austausch und der persönlichen wie beruflichen Weiterentwicklung. Unter www.thex-frauensache.de finden Sie aktuelle Informationen zu Veranstaltungen und Angeboten.

Wir freuen uns auf Sie!
ThEx FRAUENSACHE.

Wenn man mit
Flügeln geboren wird,
sollte man alles
dazu tun, um sie zum
Fliegen zu benutzen.

Florence Nightingale

ThEx FRAUENSACHE. Themen und Team



Unser Auftrag

ThEx FRAUENSACHE. hat das Ziel, selbstständige Frauen (Gründerinnen und Unternehmerinnen) in ihren Netzwerkaktivitäten zu unterstützen. Dies geschieht mit Förderung des Thüringer Wirtschaftsministeriums aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF).

Was wir für Sie tun können

- Begegnung, Austausch und Weiterbildung in Netzwerkveranstaltungen
- Suche nach und Beratung zu passenden Business-Netzwerken
- Moderation und Prozessbegleitung zum Aufbau von Netzwerken
- Mentoring für Gründerinnen mit erfahrenen Unternehmerinnen
- Sichtbarmachung von Gründerinnen und Unternehmerinnen

Was wir entwickelt und umgesetzt haben

- Netzwerk-O-Mat www.netzwerkomat.de – Passende Netzwerke finden statt suchen
- Gründerinnenbefragung in Thüringen (200 Gründerinnen)
- Videos zur Sichtbarmachung von Gründerinnen und Unternehmerinnen
- Kontaktstiftende, kreative und Mut machende Veranstaltungsformate

Wer wir sind

Zusammen sind wir aktuell 120 Jahre selbstständig. Wir geben gerne unser Wissen und unsere Erfahrungen weiter und setzen uns für Gleichstellung ein.

Warum ich dabei bin

Doris Elfert



... weil ich aus eigener Erfahrung weiß, wie wichtig und hilfreich ein gutes Netzwerk, Motivation, Information und Kontakte in der Selbständigkeit sind. Und weil mir die Arbeit mit den Gründerinnen und Unternehmerinnen eine große Freude ist.



Claudia Meimberg

... weil ich so viele spannende Menschen und Geschichten erlebe. Es begeistert mich, dass wir gute Gelegenheiten schaffen, Neues zum Wohl von selbstständigen Frauen auszuprobieren.



Anne Kolling

... weil mir Beratungs-, Vernetzungs- und Veranstaltungsangebote ein Anliegen sind, die die Köpfe, Herzen, Handlungen und guten Geschäfte von Frauen bewegen. Komplexe Themen wie dieses bringe ich gern mit klugen Klientinnen und Kolleginnen voran.

Maude Skolaude

... weil mir so etwas wie ThEx FRAUENSACHE. sehr geholfen hätte, als ich vor über 25 Jahren in die Selbstständigkeit ging. Jetzt als 60+ bin ich glücklich, in diesem tollen Team andere Frauen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit zu begleiten und zu unterstützen.



Cornelia Stöckmann

... weil ich eine wunderbare und nachhaltige Erfahrung im Mentoring mit Frauen machen durfte. In diesem Kontext habe ich viel Mut für meinen eigenen Schritt in die Selbstständigkeit zugesprochen bekommen. Viele Kontakte bestehen bis heute. Netzwerkarbeit ist für mich schon immer Gold wert.



Doris Voll

... weil ich es liebe, andere zu unterstützen, etwas aufzubauen und dabei den Blick auf Ressourcen und Kompetenzen zu richten.



Impressum

Text

Doris Cornils, Doris Elfert, Anne Kolling,
Claudia Meimberg, Cornelia Stöckmann,
Doris Voll, Hilde Weeg

Fotografie

Markus Schlevogt, außer
S. 29 Julia Deschka

Gestaltung

Gottweiss · Visuelle Kommunikation

Druck

Buch- und Kunstdruckerei Keßler

ThEx FRAUENSACHE.

Projektadresse

Gustav-Freytag-Straße 1 · 99096 Erfurt

Tel. +49 (0) 361 | 554675-25

info@thex-frauensache.de

Ein Projekt der

K. Beratungs- und Projektentwicklungsgesellschaft mbH

Geschäftsführerin Anne Kolling

Steubenstraße 15 · 99423 Weimar

Tel. +49 (0) 3643 | 908930

info@kpunkt-beratung.de

www.thex-frauensache.de

www.thex.de/frauensache/impulse

www.netzwerkomat.de

www.facebook.com/thexfrauensache

ThEx FRAUENSACHE ist ein Projekt der:

K. Beratungs- und
Projektentwicklungsgesellschaft mbH



Gefördert durch:



Freistaat
Thüringen



Ministerium
für Wirtschaft, Wissenschaft
und Digitale Gesellschaft

www.thex-frauensache.de
www.thex.de/frauensache/impulse
www.netzwerkomat.de
www.facebook.com/thexfrauensache

