



Unternehmenslust

Cornelia Sperling (Hg)

So gestalten Chefinnen die Wirtschaft



Klartext

Cornelia Sperling (Hg.)
Unternehmenslust
So gestalten Chefinnen die Wirtschaft

1. Auflage September 2005

Idee und Gestaltung: RevierA GmbH

Texte: Gudrun Heyder

Fotos: Thomas Heiser

S. 41 Vera Dohmann, S. 50 und 51 Ulrike Dammann, S. 53 Sepp Siegl,
S. 77 Michael Bergmann, S. 78 Arnd Drifte, S. 92 und 94 Friedhelm Reimann,
S. 23, 25 und 35 aus Privatbeständen

Druck: Freiburger Graphische Betriebe, Freiburg

Klartext Verlag, Essen 2005

© RevierA GmbH, Agentur für Kultur und Kommunikation

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 3-89861-528-6

www.klartext-verlag.de

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek: Die Deutsche Bibliothek
verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Die Herausgabe dieses Buches wird unterstützt vom Verein pro Ruhrgebiet,
dem Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie NRW sowie der
Europäischen Gemeinschaft, Fonds für regionale Entwicklung.

Sie sind Kauffrau, Spediteurin oder Schneiderin, sie produzieren Scharniere, verkaufen Spezial-Messer oder verschönern Geschenke, sie managen den Dachdeckerbetrieb, die PR-Agentur, den Pflegedienst – es gibt eigentlich keinen Bereich, in dem Unternehmerinnen nicht zu finden sind. Ihre Geschichten sind spannend, oft überraschend und niemals gradlinig. Warum baut eine Philosophin eine Bäckerei mit 41 Angestellten auf? Woher nimmt eine junge Frau den Mut, das Metall-Labor eines Hüttenwerks zu übernehmen?

mehr, auch immer mehr erfolgreiche Unternehmerinnen – im Bundesgebiet jetzt schon über eine Million, im Ruhrgebiet allein 53.000 – aber kaum einer kennt sie. Blockiert der ältere Herr mit Zigarre immer noch das Unternehmer/in-Bild? Oder sind Unternehmerinnen zu fleißig und kümmern sich nicht genug um Publicity?

Oft wird gefragt: Arbeiten Chefinnen anders? Meine Antwort lautet: Nein, sie sind genauso individuell wie Männer, ihr unter-



Die in diesem Buch vorgestellten Chefinnen haben einzigartige Geschichten – gleichzeitig sind sie auch „wie du und ich“. Nun gut, sie sind eindeutig Macherinnen, die ihre Unternehmen so führen, dass sie nicht im Stress versinken, sondern Spaß aus ihrer Arbeit, ihrer Gestaltungsmacht ziehen. Aber wer möchte das nicht? Die Omnibus-Unternehmerin hat mal mit einem PKW angefangen, die meisten dachten früher nicht im Traum daran sich selbstständig zu machen. Die Porträts sind also durchaus als Anregung gedacht. Nachmachen ist erwünscht. Lassen Sie sich inspirieren!

In diesem Buch lernen Sie 35 Chefinnen kennen – damit kennen Sie dann sehr viel mehr als der Durchschnitt der Bevölkerung. Denn es ist ein seltsames Phänomen: Es gibt immer

nehmerisches Talent entfaltet sich genauso unterschiedlich, ihr Führungsstil ist modern-kooperativ bis altmodisch-autoritär. Aber ich kann auch sagen, nachdem ich viele in Netzwerken kennen gelernt habe: Ja, sie sind auch anders. Weil sie ein neues Terrain erobern und viel experimentieren müssen. Sie haben etwas zu gewinnen in der Rolle der Chefin. Sie integrieren Lebenslust in ihre Arbeit – eben Unternehmenslust. Sie sind also nicht grundsätzlich anders, aber aufgrund der gesellschaftlichen Bedingungen eben doch anders – was kein Mangel, sondern vielmehr ein Vorteil sein kann.

In diesem Buch können Sie erfahren, welche Folgen das Anderssein hat: Die eine krempelt den Familienbetrieb um und schafft Hierarchien ab, die andere führt im Chemiebetrieb Coaching für

alle Mitarbeiter ein. Kinder dürfen in den Betrieb mitgebracht werden, wenn andere Betreuung ausfällt. Wieder eine andere hat im Rentenalter nach dem Verkauf der Rohr-Verbindungs-teile-Firma ein ehrenamtliches Unternehmen aufgebaut, das jungen Selbstständigen erfahrene Mentorinnen an die Seite stellt. Alle sind sie Expertinnen für work-life-balance, denn alle arbeiten viel und verzichten doch nicht auf andere Lüste des Lebens – eine hat ihren Betrieb so organisiert, dass sie jedes Jahr mehrere Wochen in Griechenland verbringen kann.

Der Austausch mit anderen Selbstständigen ist ungeheuer wichtig, um beim eigenen Weg sicherer zu werden, und es ist bestimmt kein Zufall, dass in den letzten zehn Jahren in fast jeder Stadt ein Unternehmerinnen-Netzwerk aufblühte. Meine Idee, für alle einmal im Jahr ein großes Forum des Austauschs zu ermöglichen, stieß 1995 auf größere Resonanz als erwartet: seit 1996 kommen jährlich 500-700 Chefinnen beim Unternehmerinnentag Ruhrgebiet zum Erfahrungsaustausch zusammen. Eine Form des Erfah-



Ich will nicht den Eindruck erwecken, Unternehmerinnen seien die tollsten Geschöpfe, die keine Probleme haben – ich kenne nämlich auch viele, die zu klein denken, die sich über ihre Grenzen auspowern, die Veränderungen nur zögerlich und unter Druck umsetzen. Frauengeführte Unternehmen investieren im Durchschnitt nur ein Sechstel des Wertes der Männerunternehmen, auch die Umsätze sind niedriger. Das liegt hauptsächlich an den geringeren Ressourcen von Frauen, was gesellschaftlich und nicht persönlich bedingt ist. Zum Teil liegt es daran, dass es Zeit braucht, in eine ungewöhnliche Rolle Schritt für Schritt hineinzuwachsen. Ich selbst habe erst in Netzwerken gelernt, dass ständige Akquise und strategisches Marketing entscheidender für Unternehmenserfolg sind als fleißige Arbeit.

rungstransfers sind auch diese Porträts, die im Rahmen der Unternehmerinnentage entstanden: Wie gehen die anderen mit Krisen um, welche Schritte sind wichtig für ein wachsendes Unternehmen, welchen Einfluss haben gesellschaftliche Rollenmuster auf den wirtschaftlichen Erfolg einer frauengeführten Firma? Im Kern geht es um Ermutigung und Befähigung zum Wachstum. Denn welche bei Null anfängt und nach zwei Jahren einige Arbeitsplätze geschaffen hat, die hat unternehmerisches Talent, da kann noch mehr draus werden.

Dass in der Gruppe der frauengeführten Unternehmen noch viele Potenziale schlummern, die positiv für die Wirtschaft sind, sieht auch das Wirtschaftsministerium NRW.

Im Unterschied zum weit verbreiteten Standpunkt „Wirtschaft ist geschlechtsneutral“ unterstützt es den Unternehmerinnentag im Rahmen der Mittelstands-Offensive NRW *move* tatkräftig. Viele der ehemals kleinen Unternehmen sind in diesen Jahren gewachsen, auch ich selbst bin von der Freiberuflerin mit den guten Ideen zur Mitinhaberin der RevierA GmbH gewachsen, in der 3 Chefinnen gemeinsam Ideen in spannende Projekte und Veranstaltungen umsetzen. Dass der Unternehmerinnentag eine Erfolgs-

nehmerinnen im Bundesdurchschnitt sind viel zu wenig. Haben Sie schon einmal gelesen, dass der Anstieg der Selbstständigen-Zahlen häufig vor allem auf das Konto der Frauen geht? Es scheint nicht berichtenswert zu sein. Überhaupt ist die gesellschaftliche Wahrnehmung für diese Gruppe unterentwickelt. Als wir beim 1. Unternehmerinnentag fragten: „Was brauchen Unternehmerinnen am dringendsten?“ – lautete die Antwort mehrheitlich: „Mehr gesellschaftliche Akzeptanz und mehr Aufträge.“



story wurde und 2006 zum 10. Mal stattfindet, liegt auch an der vorbildlichen Kooperation vieler Mitstreiterinnen: alle Unternehmerinnen-Netzwerke (z.B. VdU, Schöne Aussichten, B.F.B.M.) und Beratungs-Institutionen der Region (z.B. G.I.B., Regionalstellen Frau & Beruf), die Industrie- und Handelskammern und pro Ruhrgebiet bringen ihre Kompetenz ein. Viele Infos hierzu finden Sie im Internet unter www.u-tag.de

Die Chefinnen betonen den Spaß an ihrer Arbeit, die Volkswirtschaft profitiert von ihrer Power. Jede der hier porträtierten Unternehmerinnen schuf zwischen drei und 200 Arbeitsplätzen. Intelligent wäre doch, eine Steigerung frauengeführter Unternehmen zu unterstützen – 28 % Unter-

Brauchen Unternehmerinnen mehr Akzeptanz? Sind sie nicht mit ihrem Weg und dem Erreichten zufrieden? Doch, individuell sind sie glücklich, und die Erfahrung mit Gestaltungs-Macht spornt zu weiteren Investitionen und Veränderungen an. Nur – ohne größere gesellschaftliche Akzeptanz werden unternehmerisch talentierte Frauen eine Minderheit bleiben, die mit viel Kraft und Kreativität ein interessantes Modell lebt. Aber das Potenzial der anderen kann für die Wirtschaft und speziell den Strukturwandel nicht genügend mobilisiert werden. Denn die Mehrheit lässt sich von den Hürden für Frauen eher abschrecken, z.B. vom schwierigeren Zugang zu Finanzen oder der traditionellen Rollenverteilung der Geschlechter.

Kriegen Männer mehr Aufträge? Nein und ja. Nein, weil professionelle Arbeit und Kundenorientierung entscheidender sind als das Geschlecht. Das Ja ist schwieriger zu begründen: wie soll ich nachweisen, dass unser Unternehmen einen großen Auftrag nicht erhalten hat, weil die männlichen Entscheider nicht genug Vertrauen in die Kompetenz von Chefinnen haben?

Kompliziert ist auch die Antwort auf die Frage, welche Rolle es fürs Geschäft spielt, dass die Chefin nicht ins traditionelle

Industrie- und Handelskammern sind sie zwar noch ziemlich alleine, wenn sie ihre Sichtweisen einbringen – auch das ein Grund, warum mehr Unternehmerinnen dringend nötig sind.

Auch erfolgreiche Unternehmerinnen brauchen Rückenstärkung – wenn Sie also in nächster Zeit einer begegnen, die gerade ein Millionen-Projekt à la „Women's Business Park“ stemmt, stärken Sie sie! Wenn Sie am Bahnhofskiosk



Bild der zurückhaltenden, treu sorgenden Gattin passt. Die Zeiten, in denen Vertreter der Wirtschaft noch öffentlich sagten: „Frauen soll man lieben, aber keine Geschäfte mit ihnen machen“ oder „Die Unternehmerinnen sind eine Kriegsfolgeerscheinung und werden bald von der Bildfläche verschwinden“ sind zwar vorbei – aber entwickelt sich das Denken genau so schnell wie die Realität?

Nein, nein, hier wird nicht gejammert, ich skizziere einfach die Realität, wie ich sie erfahre. Das, was jede der porträtierten Unternehmerinnen eindrucksvoll entwickelt, ist kreativer Umgang mit dieser Realität. Und da wir Lust an Gestaltungsmacht entwickelt haben, mischen auch immer mehr in gesellschaftlichen und Wirtschafts-Gremien mit. Bei den

das neue Magazin für selbstständige Frauen „existenzielle“ erspähen, kaufen Sie's und bringen es auch einer jungen Frau mit, für die Selbstständigkeit eine interessante berufliche Alternative sein kann.

Selbstständige Frauen sind keine exotischen Pflanzen mehr, es gibt sie überall in Deutschland. Die 35 Chefinnen, die in diesem Buch präsentiert werden, sind ein repräsentativer Querschnitt. Ich danke allen, dass sie einen Einblick in ihre vielfältigen Erfahrungen, ihre persönlichen Geschichten und Krisenbewältigungen ermöglicht haben. Ihre Offenheit macht Mut und zeigt, wie kreativ Chefinnen heute die Wirtschaft gestalten.