Schüchterne Zurückhaltung

WEIDENAU Workshop zum Leitbild der Unternehmerinnen: Noch jede Menge Nachholbedarf

Frauen werden häufig zu Unrecht als weniger innovativ als ihre männlichen Pendants bezeichnet.

Forschungsarbeiten stellen immer wieder fest, dass Unternehmerinnen regelmäßig Vorurteilen ausgesetzt sind, so die Siegener Wissenschaftlerin Frederike Welter. Fotos: rile

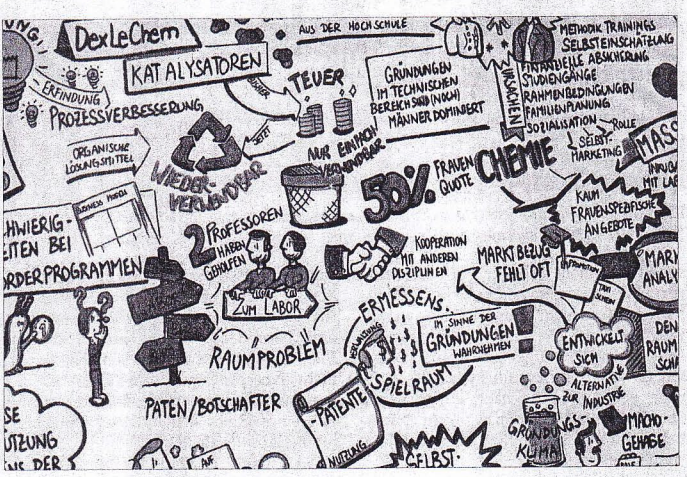
rile ■ Auch 15 Jahre nach dem Milleniumswechsel ist der Begriff Unternehmer noch immer männlich geprägt und besetzt. Obwohl in den Hochburgen der Konzerne immer mehr Frauen ihre Plätze im Vorstand von Konzernen erobern und erfolgreich bestreiten, ist gerade in kleinen und mittleren Unternehmen, und hier speziell bei den Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen, eher schüchterne Zurückhaltung zu bemerken. Wie das Bild von Unternehmerinnen und Gründerinnen in den Medien und somit in der Gesellschaft ist, untersuchen seit einigen Monaten Prof. Dr. Friederike Welter und Dr. Kerstin Ettl anhand der west- und ostdeutschen Presse zwischen 1995 und 2012 am Siegener Lehrstuhl für Management kleiner und mittlerer Unternehmen und Entrepreneurship.

Sie haben hierfür fünf überregionale deutsche Tageszeitungen ausgewählt, in denen sie zum einen die Anzahl der Berichte über Unternehmerinnen und Gründerinnen auswerten. Zum anderen interessieren sie sich aber auch für sprachliche Eigenheiten und worauf das Schwerpunkte innerhalb der einzelnen Beiträge liegen: Werden vorrangig wirtschaftliche, unternehmensbezogene Fakten präsentiert oder primär Hinweise über das Geschlecht der Unternehmerperson? Die Forschungstätigkeit findet im Rahmen des Projekts „Frauen gründen (in) Ost und West. Ein Vierteljahrhundert nach der Wende." statt, das von der Universität Siegen gemeinsam mit der Freien Universität Berlin bearbeitet wird. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert und läuft noch bis Oktober diesen Jahres. Ziel ist es, Antworten auf die Frage zu finden, welche Faktoren und Rahmenbedingungen die Erhöhung bzw. Verbesserung von Anzahl, Wachstum und Nachhaltigkeit von Unternehmensgründungen durch Frauen ermöglichen.

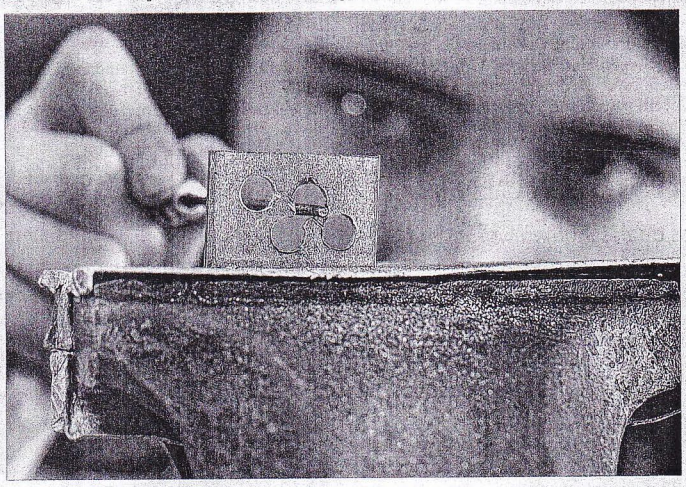
Zum Thema des „Unternehmerinnenbildes" in den deutschen Medien hatten Prof. Dr. Friederike Welter und Dr. Kerstin Ettl vor kurzem selbstständig tätige Frauen, Unternehmens- und Existenzgründerinnenberater sowie Vertreter der Medien zu einem eintägigen Workshop eingeladen. Gemeinsam mit den Teilnehmern suchten sie Antworten auf die Fragen, wie sich Gründerinnen und Unternehmerinnen selbst sehen, wie sie sich von anderen wahrgenommen fühlen und wahrgenommen werden und was das für die zukünftige Förderung von Unternehmerinnen bedeutet. Die Teilnehmer diskutierten in kleinen Gruppen mit wechselnder Zusammensetzung. Eine Moderatorin fixierte jeweils stichwortartig die wichtigsten Aussagen und Erkenntnisse.

Auf dieser Basis entwickelten die Teilnehmer anschließend Handlungsempfehlungen sowohl für die Wirtschaftsvertreterinnen als auch für Journalisten. „Ich sage immer, ich bin selbständig!", erzählte eine der Teilnehmerinnen. Eine wohl typische Aussage und bezeichnend: Offensichtlich haben Frauen, die ein Unternehmen leiten, in der Domäne der Männer eine gewisse Scheu davor, sich selbst als Unternehmerin zu bezeichnen. Hinzu kommt, dass Frauen sehr häufig Dienstleistungsunternehmen leiten. „Als ich mich und mein Unternehmen, ich bin Hochzeitsplanerin - vorstellte, erntete ich fast mitleidige Blicke einiger Herren", erinnerte sich eine weitere Unternehmerin. „Ich habe mich auch noch nie getraut, mich Unternehmerin zu nennen!"

Forschungsarbeiten stellen immer wieder fest, dass Unternehmerinnen regelmäßig solchen Vorurteilen ausgesetzt sind. Zudem werden sie häufig zu Unrecht als weniger innovativ als ihre männlichen Pendants bezeichnet. Letzteres wird bisweilen auch in Verbindung zu einer schwächeren Unternehmensentwicklung weiblich geführter Unternehmen gebracht. Eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM), dessen Präsidentin zugleich die Siegener Universitätsprofessorin Friederike Welter ist, hat diese Auffassung kritisch hinterfragt. Dabei zeigte sich, dass die Innovationsforschung und -förderung sich bislang stark auf die Branchen fokussiert, die von vornherein als innovativ gelten: die technologieintensiven Bereiche und das produzierende Gewerbe. In diesen Branchen erweisen sich Frauen jedoch als unterrepräsentiert. So sind beispielsweise in der Elektroindustrie, in der der Anteil der Unternehmen mit Produkt- und Prozessinnovationen bei 78,7 Prozent liegt, nur 8,3 Prozent der Selbstständigen weiblich. Andere Innovationsarten, wie zum Beispiel administrative, organisatorische oder Marketinginnovationen, werden dagegen in den meisten Erhebungen zur Innovationstätigkeit vernachlässigt. Hinzu kommt, dass das immer noch vorherrschende gesellschaftliche Rollenverständnis dem Innovationsverhalten von Frauen entgegensteht: Innovativität wird gerade im technologischen Bereich vorrangig als eine männliche Eigenschaft angesehen.



Noch immer ist es für Frauen schwieriger, beispielsweise an finanzielle Mittel zu kommen oder in innovationsfördernde Netzwerke aufgenommen zu werden.



Frauen an der Werkbank scheinen zum Firmenalltag zu gehören, doch in technologieintensiven Bereichen und im produzierenden Gewerbe sind sie noch immer unterrepräsentiert. Das gilt noch mehr für Unternehmerinnen: Innovationskraft wird gerade im technologischen Bereich vorrangig als eine männliche Eigenschaft angesehen. Foto: Archiv

Infolgedessen kann es für Frauen schwieriger sein, beispielsweise an finanzielle Mittel zu kommen oder in innovationsfördernde Netzwerke aufgenommen zu werden. Das Unternehmerinnenbild ist im Wandel. Dies nehmen sowohl die unternehmerisch tätigen Frauen als auch die Berater oder Journalisten wahr. „Und dies können wir auch aufgrund unserer bisherigen Forschungsarbeit bestätigen. Dennoch liegt noch ein langer Weg vor uns, bis die Berichterstattung sich rein auf fachliche Inhalte konzentriert und frei von Klischees und Rollenerwartungen ist", konstatierte Prof. Dr. Friederike Welter am Schluss des Workshops. Die Gesamtergebnisse der Studie werden am 2. Oktober 2015 auf einer Pressekonferenz in Berlin vorgestellt.

Wunschliste

Noch immer haben Frauen es als Gründerinnen oder Unternehmerinnen laut Studien schwerer als Männer in der Wirtschaft. Hier deshalb die wichtigsten sechs Wünsche der Unternehmerinnen, die Rahmen des des Siegener Workshops geäußert wurden:

- Gleichbehandlung von Männern und Frauen,
- Keine Vorurteile bei Bewerbungen,
- Kinder und Haushaltsführung dürfen keine Hindernisse darstellen,
- Chancengleichheit (nicht nur auf die Sozialschiene abgeschoben werden),
- mehr Aufmerksamkeit der Medien (nicht nur männliche Unternehmer vorstellen) und
- Respekt vor geleisteter Arbeit (gleichermaßen wie bei den Männern).