

Seite: 18
 Ressort: Wirtschaft
 Gattung: Tageszeitung

Auflage: 447.783 (gedruckt) 392.204 (verkauft)
 402.425 (verbreitet)
 Reichweite: 1,29 (in Mio.)

FORUM

Die Stärke der Frauen

Unternehmerinnen sind nicht weniger innovativ als Männer. Vorausgesetzt, man bezieht Innovation nicht nur auf Technik. Von Friederike Welter

Vor geraumer Zeit gab es einen Werbeclip, indem eine Frau auf die Frage, was sie mache, nach kurzem Überlegen bekundete: „Ich führe ein Unternehmen“. Eingespielt wurden dazu Bilder von ihrer Aktivität als Hausfrau und Mutter. Auch wenn Unternehmerinnen in den Medien inzwischen kaum mehr mit „Magnolien aus Stahl“ – eine Charakterisierung für Jil Sander – oder eine Unternehmensgründung mit einer „Geburt“ verglichen werden – stereotype Darstellungen von berufstätigen Frauen und Unternehmerinnen gibt es weiterhin. Und die Anzahl der Berichte über selbständige Frauen weicht noch deutlich von der über Unternehmer ab: So ergab die Analyse der Berichterstattung von sechs überregionalen Tageszeitungen, dass beispielsweise im Jahr 2013 in diesen lediglich 611 Beiträge zu Unternehmerinnen, aber 10 294 Artikel zu Unternehmern und Gründern erschienen sind. Gleichwohl hat sich die Anzahl der Berichte über Unternehmerinnen deutlich erhöht – 1995 lag sie in den untersuchten Zeitungen noch bei 175 Beiträgen.

Inzwischen ist die Erwerbstätigkeit von Frauen selbstverständlicher. Das beruht auch auf den verbesserten wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Zudem stellt seit den 1990er-Jahren die Politik auf Bundes- und Landesebene Existenzgründungen in den Vordergrund. Mit Erfolg: Erst im vergangenen Jahr hat der Gender-Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) gezeigt, dass in den USA, Australien, Schweden, Frankreich und Deutschland die besten Rahmenbedingungen für (potenzielle) Gründerinnen zu finden sind.

Insgesamt belegt die Studie aber auch, dass weltweit noch deutlicher Handlungsbedarf besteht, Frauen im Hinblick auf ihre beruflichen Entfaltungsmöglichkeiten zu fördern. Dazu gehört,

ihnen einen besseren Zugang zu Finanzmitteln zu ermöglichen und ihre Rechte zu stärken. Dazu gehört aber auch, die zahllosen Hürden abzubauen, die dafür sorgen, dass in vielen Ländern Frauen in den wichtigen Bereichen des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens noch immer stark unterrepräsentiert sind. Es ist daher umso erfreulicher, dass das Thema „Stärkung von Frauen bei Selbständigkeit und beruflicher Bildung“ auf der Tagesordnung des kommenden G-7-Gipfeltreffens auf Schloss Elmau steht.

In Deutschland war eine der letzten Initiativen in diesem Zusammenhang die Entscheidung, eine Frauenquote für börsennotierte und mitbestimmungspflichtige Unternehmen festzulegen. Da gerade einmal in jedem siebten Großunternehmen eine weibliche Führungskraft in der Unternehmensspitze zu finden ist, reicht diese Gesetzesinitiative vermutlich nicht aus, um den Frauenanteil in den Vorstandsetagen großer Unternehmen mittelfristig spürbar zu erhöhen.

Was ist mit Anreizen, die qualifizierte Frauen dazu bringen, Unternehmen in wachstumsträchtigen Branchen zu gründen? Auf diese Weise könnten Unternehmen entstehen, die mittelfristig in die Kategorie der Großunternehmen hineinwachsen – und in denen Frauen an der Spitze stehen.

So zeigt eine Datenauswertung des IfM Bonn, dass in großen Familienunternehmen mit einem Anteil von 7,5 Prozent mehr Frauen in den Vorstandsetagen zu finden sind als in großen managergeführten Unternehmen (4,9 Prozent).

Deutlich mehr Frauen führen Unternehmen im Mittelstand: Einer Befragung des IfM Bonn zufolge beträgt der Anteil frauengeführter Unternehmen, bei denen mindestens die Hälfte der Geschäftsführung in den Händen von Frauen liegt, 28,7 Prozent. Allerdings sind fast zwei

Drittel dieser frauengeführten Unternehmen Kleinstunternehmen (37,1 Prozent) beziehungsweise Kleinunternehmen (27,4 Prozent). Dies verwundert nicht angesichts der Tatsache, dass viele Frauen versuchen, ihre Selbständigkeit mit Haushalt und Kindern zu vereinbaren – die Unternehmen bleiben dann klein(er).

Anders betrachtet: Wo die Rahmenbedingungen für eine weibliche Selbständigkeit nicht stimmen, wird die Unternehmensentwicklung möglicherweise beeinträchtigt.

Sind frauengeführte Unternehmen deshalb weniger innovativ? Betrachtet man die Branchen, in denen frauengeführte Unternehmen tätig sind, zeigt sich ein altbekanntes Bild: Unternehmerinnen sind deutlich seltener in den Branchen tätig, die traditionell als besonders innovativ gelten. In der Elektroindustrie beispielsweise, in der der Anteil der Unternehmen mit Produkt- und Prozessinnovation bei 78,7 Prozent liegt, sind lediglich 8,3 Prozent der Selbständigen weiblich. Jedoch: Frauen sind generell nicht weniger innovativ als Männer. Vielmehr erscheint der Innovationsbegriff bisher zu eng zugeschnitten: Vorrangig werden hierunter Produkt- und Prozessinnovationen im technologischen Bereich erfasst – nicht aber andere Innovationsarten, wie zum Beispiel organisatorische, Dienstleistungs- oder gesellschaftliche Innovationen. Hinzu kommt – und damit schließt sich der Kreis zu der eingangs erwähnten Mediendarstellung von berufstätigen und selbständigen Frauen – das immer noch vorherrschende gesellschaftliche Rollenverständnis: Innovativität wird mit Technik verbunden und damit vorrangig als eine männliche Eigenschaft wahrgenommen, weil Frauen in den technischen Bereichen unterrepräsentiert sind. Fazit: Ein breiteres Verständnis von Innovation ist erforderlich. Schließlich

gehen von jeder innovativen Unternehmensaktivität wichtige Impulse für die Volkswirtschaft aus – nicht nur in Deutschland.

Hierzulande wurde mittlerweile erkannt, dass das lange Zeit unausgeschöpfte Potenzial von Frauen genutzt werden kann und muss – nicht zuletzt, um dem Fachkräftemangel in den Unternehmen zu begegnen und unternehmerische Selbständigkeit auszuweiten. Trotzdem klafft in Deutschland wie auch in vielen

anderen Ländern dieser Welt das Niveau beruflicher Selbständigkeit von Frauen und Männer immer noch auseinander.

Inwieweit die Beratungen der sieben Staats- und Regierungschefs beim G-7-Gipfel tatsächlich zu konkreten Initiativen für Gründerinnen und Unternehmerinnen führen werden, bleibt abzuwarten; wünschenswert wäre es.

Sicher ist: In den Ländern, in denen die Bereitschaft zur Förderung von Frauen für den Arbeitsmarkt, für qualifizierte

Positionen oder die berufliche Selbständigkeit vorhanden ist, profitiert die Volkswirtschaft und nicht zuletzt auch die Gesellschaft. Zudem zögern junge Frauen weniger bei der Frage nach ihrem Beruf, sich als „Unternehmerin“ vorzustellen.

Die Förderung von beruflicher Bildung und Selbständigkeit ist auch Thema auf Schloss Elmau

Abbildung:

Prof. Dr. Friederike Welter ist Präsidentin des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn und Lehrstuhlinhaberin in Siegen. Vor einem Jahr wurde sie in den renommierten Kreis der Wilford L. White Fellows gewählt. Foto:oh

Wörter:

867

Urheberinformation:

DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München