

## Gründerinnenzentren und Unternehmerintage: die etwas anderen Netzwerke und ihre Wirtschaftspotenziale

### *Women's enterprise centres and woman entrepreneur days: a somewhat different form of network and its economic potential*

#### **Summary:**

*The economic potential of women entrepreneurs and businesswomen in Germany is far from having been exhausted. This can be seen from the small proportion of women amongst entrepreneurs and in business as a whole.*

- *The economic potential lies primarily in participation of a larger number of economically independent women and thus in a larger number of independently active people and a rise in the overall number of enterprises.*
- *The high proportion of women who have completed training in the services sector leads one to expect increased stimulation of this sector.*
- *The female view of the world promises innovation since it goes beyond the perspectives known before.*

*Amongst the starting-points for mobilising the economic potential currently available and for acquiring new, female potential are the formation and promotion of networks of and for independent women.*

- *Woman entrepreneur and enterprise centres both generate and focus such networks. Moreover they themselves form a permanent form of network. They offer women specific, local start-up opportunities, they link interests, provide an actual presence and strengthen economic cooperation.*
- *Woman entrepreneur days offer a temporary form of network. They provide further education opportunities, advice, cooperation over greater distances, statements of political and economic position and make the economic potential visible on a more general level.*

*It is the task of business assistance programmes to develop these and other starting-points for realising female economic potential. The aim must be to promote economic activity by optimising opportunities, thus benefiting the entire economic area and its inhabitants. It includes a positive climate for enterprise – both for women and men –, equal opportunities through support for the differing expectations of female and male entrepreneurs, a differentiated redevelopment of existing economic bases and information, as well as the gender specific implementation of business promotion policy.*

*For this goal to be achieved, women will have to use their influence to introduce the appropriate methods, paradigms and existing experiences into the strategy underlying business assistance policy and continue to ensure it remains linked to women's interests.*

#### **Die Erkenntnis ist da**

Die wirtschaftlichen Potenziale von Gründerinnen und Unternehmerinnen sind in Deutschland nicht ausgeschöpft. „Die deutsche Wirtschaft verschenkt wertvolles Wachstumspotenzial durch eine stark unterdurchschnittliche Unternehmerinnenquote. Dafür gibt es keinen natürlichen Grund.“<sup>1</sup> So titelt die IHK Nord Westfalen 2002 ihren Artikel über den Wirtschaftsfaktor Frauen.

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2003, der Unternehmensgründungen weltweit vergleicht, schlussfolgert in seinem Länderbericht Deutschland 2003: „Möchte eine Volkswirtschaft wie Deutschland mehr und mehr gute Gründungen hervorbringen, dann kann sie es sich nicht leisten, die Hälfte des Potenzials weiterhin so stiefmütterlich zu behandeln wie bisher.“<sup>2</sup> Bisher kommen, laut GEM-Bericht, statistisch gesehen „...auf einen Gründer 0,43 Gründerinnen.“<sup>3</sup> Damit belegt die GEM-Studie einen Umstand, der nicht neu diskutiert,

<sup>1</sup> IHK Nord Westfalen (2002): Wirtschaftsspiegel 9/2002, Münster

<sup>2</sup> Sternberg, R./Bergmann, H./Lückgen, I. (2004): Global Entrepreneurship Monitor, Länderbericht Deutschland, Köln, S. 48/49

<sup>3</sup> ebenda, S. 34

sondern seit den 90er Jahren verstärkt wissenschaftlich untersucht wird. Viele untersuchte Einzelaspekte geben Aufschluss über Differenzen im Gründungsverhalten und weisen regelmäßig auf den geschlechtsspezifisch segregierten Arbeitsmarkt hin.

1994 legte Martina Voigt eine Studie mit dem Titel: „Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg“ vor. Darin beurteilt sie Unternehmensgründungen als volkswirtschaftlich wünschenswert, weil sie u.a. Innovationen und Konkurrenz befördern, und folgert: „Frauen stellen aus diesem Blickwinkel ein kreatives, wirtschaftliches Potential dar, das in der Bundesrepublik Deutschland noch nicht ausreichend erkannt und gefördert wird.“<sup>4</sup>

Wirtschaftlich erhöht eine stärkere Beteiligung von Frauen zunächst rein zahlenmäßig die Anzahl der selbstständig erwerbstätigen Bevölkerung und damit die absolute Zahl von Unternehmen. Darüber hinaus läßt der hohe Anteil von Frauen mit Ausbildungen in Dienstleistungsberufen eine verstärkte Impulssetzung in diesem wichtigen, den Strukturwandel wesentlich bestimmenden Sektor erwarten. Zudem wird der weibliche Blick auf die Welt Innovationen hervorbringen, weil er über die bisher bekannten Sichtweisen hinaus geht.

### **Erfolgversprechende Wege: Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren**

Ansatzpunkte für die Mobilisierung der bisher vorhandenen Wirtschaftspotenziale und die Akquirierung neuer, eben weiblicher Potenziale liegen u.a. in der Bildung und Förderung von Netzwerken von und für selbstständige Frauen.

- Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren sind Keimzellen und Knotenpunkte solcher Netzwerke. Zudem bilden sie eine permanente Form des Netzwerkes. Sie bieten Frauenspezifische lokale Startchancen, verbinden Interessen, schaffen räumliche Präsenz und stärken wirtschaftliche Kooperation.

Die Idee zum Aufbau des ersten Gründerinnenzentrums konkretisierte sich 1984 in Frankfurt. Die berufliche Frauenbildungsarbeit stieß an Grenzen. Die wirtschaftlich schlechte Lage zwang viele Frauen und somit auch Initiatorinnen von beruflicher Bildungsarbeit zur Suche nach Alternativen im Berufsleben. Die Frage der Selbstständigkeit als Handlungs- und Erwerbsalternative drängte nach Qualifikation. So entstanden Kurse für Frauen, die sich selbstständig machen wollten. Das ist bis heute der Kern vieler solcher Initiativen. Der nächste Schritt war folgerichtig: Ein Zentrum, in dem Beratung und Qualifizierung unter einem Dach mit Räumlichkeiten für das wirtschaftliche Handeln geboten werden konnten.

Ein Novum, das mit Erfolg 1987 auf 1000 qm umgesetzt wurde.<sup>5</sup> Die fast parallele Entwicklung der WeiberWirtschaft e.G. in Berlin zeigt, dass auch zu dieser Zeit bundesweite Netzwerke produktiv waren. Die Initiative in Berlin beruht auf der Erfahrung, dass Frauen wenig Unterstützung in den etablierten Beratungseinrichtungen fanden. Zudem waren die Förderinstrumente nur unzureichend auf die spezifischen Anforderungen von Frauen eingestellt oder liefen ihnen sogar krass zuwider. Das wurde sehr deutlich am Aufbau hochpotenter Technologie- und Gründungszentren, Industrieparks und Innovationsschmieden auf der grünen Wiese oder in städtebaulich umzunutzenden Arealen. Darin finden sich zumeist kaum Frauen. Diese immense öffentliche Förderung geht fast vollständig am Gründungsklientel Frau vorbei.

<sup>4</sup> Voigt, M. (1994): Unternehmerinnen und Unternehmenserfolg, Wiesbaden, S.4

<sup>5</sup> Info der Frauenbetriebe, Frankfurt

Die WeiberWirtschaft e.G. Berlin setzte sich zum Ziel: „...das ökonomische Potential von Frauen an einem zentralen Ort zu konzentrieren, in einem selbstverwalteten GRÜNDERINNENZENTRUM. Hier sollen Frauenbetriebe und -projekte unter einem Dach angesiedelt werden und durch kooperative Organisationsformen und Unterstützungsstrukturen die wirtschaftlichen und sozialen Ausgangsbedingungen für die einzelne Unternehmerin verbessern.“<sup>6</sup> Es überrascht daher nicht, dass die Initiatorinnen, die über die Kritik an den bestehenden Verhältnissen zur Eigeninitiative geschritten sind – dabei noch die politische Wende im Nabel Berlin überstanden – von der Gründung des Vereins WeiberWirtschaft 1987 bis zur Eröffnung des Vorderhauses der WeiberWirtschaft 1994 rund sieben Jahre und etliche Sanierungshürden überstehen mussten. Heute stehen 5500 qm Fläche zur Verfügung.

In die Hochphase des Aufbaus von Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren fiel ebenfalls die Eröffnung des Frauenstadthauses Bremen und des Gründerinnenzentrums INNEN-HOF in Hamm/Westfalen. Das Frauenstadthaus Bremen hat seine Wurzeln in der frauenspezifischen Stadtplanung und Qualifizierung von Bauhandwerkerinnen: „Ziel des Gesamtprojektes ‚Frauenstadthaus‘ war es, Planung von Frauen sichtbar zu machen und zu ergründen, was frauenspezifische Planung bedeuten kann, Bauhandwerkerinnen die Chance einer beruflichen Nachqualifizierung an einer konkreten Baustelle zu geben sowie Räume für Frauen zwecks Existenzgründung bereitzustellen.“<sup>7</sup> Für Bremen hatte sich damit ein weiterer Aspekt, die Stadtplanung, als zentrale Motivation für die Initiative ergeben. Der Name Frauenstadthaus zeigt eben auch an, dass die Intention „Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentrum“ zunächst nicht im Vordergrund stand, wohl aber die Verknüpfung unterschiedlicher beruflicher Initiativen von Frauen mit dem Ziel, durch Vernetzung wirtschaftlichen Nutzen für alle beteiligten Gruppen zu bringen.



Karin Schilling, Ruth Weber

Das war für die Initiatorinnen des Gründerinnenzentrums INNEN-HOF anders. Die aus öffentlichen Mitteln geförderte Kommunalstelle Frau & Beruf in Hamm hat sich früh der Förderung von Existenzgründerinnen verschrieben. Als Teil der Wirtschaftsförderung Hamm war im Rahmen der Arbeit deutlich geworden, wo die Defizite in der Ansprache, Beratung, Begleitung und Förderung von Frauen durch die öffentliche

Hand lag. Das führte zum Aufbau einer frauenspezifischen Beratungsstruktur und zur Initiative, ein ungenutztes städtisches Gebäude einer Nachnutzung als Gründerinnenzentrum zuzuführen. Der INNEN-HOF repräsentiert heute eine frauenspezifische Form von

<sup>6</sup> Skok, Heike: Die Weiberwirtschaft eG in Berlin – Aufbau eines Gründerinnenzentrums als wirtschaftliches Netz, S. 192

<sup>7</sup> Abschlußbericht „Frauen-Bau-Projekt Frauen-Stadthaus“ (1993), Bremen, S.7

Wirtschaftsförderung und zeigt, dass ein an den Bedürfnissen von Gründerinnen ausgerichtetes Gebäude als Startrampe in die Selbstständigkeit funktioniert. Seit 1993 haben hier Frauen gegründet und vom Aufbau ihres Netzwerkes profitiert.<sup>8</sup>

In Niedersachsen, wo in den neunziger Jahren die Landesregierung die Initiativen zur Entwicklung von Unternehmerinnenzentren unterstützte, waren frauenpolitische Akteurinnen der Motor der Entwicklung. Die Umsetzung schließlich gelang auch durch Unterstützung von Beratungseinrichtungen wie Gründerinnen-Consult Hannover u.a.m. Sehr deutlich ist hier der Anspruch, dass Frauenförderung ein Bestandteil von Wirtschaftsförderung ist: „Regional- und volkswirtschaftlich betrachtet sind UZ (Unternehmerinnenzentren, Anm. d. Verf.) eine Keimzelle für kleine Unternehmen. Sie entfalten ein wirtschaftlich noch nicht ausreichend genutztes und geschätztes Potential an Fähigkeiten, Kenntnissen und Qualifikationen. Frauen, ihre Unternehmen und ihre Arbeitskraft sind ein wertvoller Bestandteil einer regionalen Wirtschaftsstruktur und einer wirtschaftlichen Vielfalt. Aufgrund ihrer Ausbildung und Qualifikation, Lebenserfahrung und ihres Ideenreichtums bilden sie ein hohes Potential an ‚human capital‘.“<sup>9</sup>

Vergleicht man die historische Abfolge des Aufbaus von Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren, so lassen sich unterschiedliche Hauptmotive herauskristallisieren. Stand in Frankfurt die Veränderung der Wirtschafts- und Arbeitssituation für Frauen im Vordergrund für vermehrte Gründungstätigkeit und das Bedürfnis, einen zentralen Ort zu schaffen, so galt es in Berlin, selbstverwaltete Räumlichkeiten für das ökonomische Potenzial zu schaffen. Durch die Bremer Frauen kamen stadtplanerische Ansätze für Freiräume in Verbindung mit ökologischer Qualifizierung von Bauhandwerkerinnen zum Tragen. Allen gemeinsam ist die Auffassung, räumliche Gegebenheiten für wirtschaftlich eigenverantwortliche, selbstbestimmte und unabhängige Frauen zu schaffen. Da machen auch die Zentren in Hamm und Hannover bzw. Niedersachsen keine Ausnahme. Im Gegenteil. Hier wird noch ein Stück weiter in wirtschaftspolitisches Terrain hinein argumentiert, in dem die Frauenförderung mit der Wirtschaftsförderung verknüpft und in die lokale oder regionale Handlungsebene integriert wird. Parallel dazu sind die Zentren Kristallisationspunkte für den Informationsaustausch, für „gute Geschäfte“, für Kontakte und Ideen.

In den folgenden Jahren haben sich weitere Zentren entwickelt. Die Trägerschaft und Motivation ist durchaus vergleichbar, bisweilen hat sich die Zielgruppe weiter spezifiziert (z.B. Künstlerinnen) und teilweise sind solche Zentren auch Bestandteil strukturpolitischer Veränderungen (z.B. in Ostdeutschland).

Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren zeigen das wirtschaftliche Potenzial von Frauen auf vielfältige Weise. Die Frauenbetriebe zeigen unterschiedliche Wirtschaftskraft und Betriebsgröße, haben Arbeitsplätze geschaffen und machen als Vorbilder Mut. Die Zentren sind meistens auch Anlaufstellen für Beratungen in Sachen Selbstständigkeit und sind Zentren der Selbstständigkeit nach innen wie nach außen.

<sup>8</sup> Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm mbH, Kommunalstelle Frau & Beruf (Hrsg.): Gründerinnenzentrum INNEN-HOF: Raum für Entfaltungen, Hamm, 2004, S. 4

<sup>9</sup> Gründerinnen-Consult Hannover: Unternehmerinnen-Zentren in Niedersachsen, Hannover

Ilona Giese testiert in der Vortragsreihe „Fehlen der Ökonomie die Frauen?“ an der Universität Konstanz : „Durch die Aktivitäten dieser Einrichtungen in der Öffentlichkeit und innerhalb der Gründungsnetzwerke ist es in jedem Fall gelungen, eine Sensibilisierung in Bezug auf die spezifischen Erfordernisse der Beratung und Begleitung von Frauen in Gründungsprozessen auch bei den etablierten Beratungseinrichtungen zu bewirken ...“<sup>10</sup> Damit Allianzen für die berufliche Selbstständigkeit weiter geschmiedet werden können, haben sich die Zentren zu einem Netzwerk zusammengeschlossen und zusätzlich ein „Handbuch für die erfolgreiche Konzeption und Realisierung von Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren“ herausgegeben. ”

### **Das Gründerinnenzentrum INNEN-HOF, ein Beispiel**

Das Gründerinnenzentrum INNEN-HOF in Hamm ist ein Instrument der Wirtschaftsförderung und soll Frauen durch günstige Konditionen als Startrampe in die Selbstständigkeit dienen. Neben der Förderung der beruflichen Chancengleichheit ist die Stärkung des lokalen Wirtschaftspotenzials und der Gründungsquote das Ziel. Das Zentrum befindet sich in einem städtischen Gebäude und wird durch die Kommune verwaltet. Die direkte Akquisition und Mietzusage erfolgt durch die Kommunalstelle Frau & Beruf der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm mbH, die das Zentrum auch leitet. Sie bietet als einen Schwerpunkt ihrer Arbeit die Beratung von Gründerinnen, erstellt Seminarangebote und unterstützt die Information und Vernetzung der Unternehmerinnen. Die Einrichtung hat ihren Sitz im Gründerinnenzentrum INNEN-HOF.



Gründerinnenzentrum INNEN-HOF, Hamm

<sup>10</sup> Giese, I. (2002): Gründen Frauen anders? In: *Femina Oeconomica – Frauen in der Ökonomie*, München und Mering, S. 154

<sup>11</sup> Weibewirtschaft e.V. im Auftrag des Netzwerks der Unternehmerinnen- und Gründerinnenzentren (Hrsg.) (2004): *Handbuch für die erfolgreiche Konzeption und Realisierung von Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentren*, Berlin

Da die Stadt Hamm (am östlichen Rande des Ruhrgebiets in Westfalen gelegen) zwar 180.000 EinwohnerInnen zählt, aber auch durch aktive Stadtteilzentren geprägt ist und eine große Ausdehnung hat, bewährt sich eine Zentrumgröße von 414 qm. Insgesamt stehen sechs Mieteinheiten mit einer Größe von 33–78 qm zur Verfügung. Der Mietpreis beträgt 2,60–4,10 Euro. Neben den günstigen Mietkonditionen, zu denen auch ein dreimonatiges Kündigungsrecht zählt, ist die gute Lage am Rande der Innenstadt ein Plus. Von Vorteil erweist sich, dass das Gebäude keine kostenaufwändige Infrastruktur oder Gemeinschaftsflächen aufweist. Die Nachbarschaft mit anderen Gründerinnen und die Beratung und Unterstützung seitens der Kommunalstelle Frau & Beruf stärken die Attraktivität des Standortes. Die ehemals gewerblich genutzten Gebäude wurden 1988 durch die Stadt Hamm erworben, ein neues Nutzungskonzept wurde nach entsprechenden Vorschlägen der Wirtschaftsförderung/Kommunalstelle Frau & Beruf 1992 durch den Rat der Stadt verabschiedet. Nach der Umbauphase wurde das Gründerinnenzentrum INNEN-HOF am 28.10.1993 offiziell eröffnet. Seit diesem Zeitpunkt haben insgesamt 22 Frauen mit 20 Betrieben von hier aus den Sprung in die Selbstständigkeit gewagt. Dabei lag der Schwerpunkt auf Gründungen im Handel und im Dienstleistungsbereich.

Das Gründerinnenzentrum INNEN-HOF bietet eine sichtbare Kompetenz in Sachen Existenzgründerinnen (vgl. Weber/Giese, 2002)<sup>12</sup>. Insofern treffen die Merkmale und Intentionen der Zentren insgesamt auch für den INNEN-HOF zu. Durch die intensive Arbeit an und in den Unternehmerinnennetzwerken konnte eine solide Basis für gemeinsame wirtschaftliche Aktivitäten und solidarische Unterstützung gelegt werden. Berlin hatte es so formuliert, dass „...durch kooperative Organisationsformen und Unterstützungsstrukturen die wirtschaftlichen und sozialen Ausgangsbedingungen für die einzelne Unternehmerin verbesser(t) werden.“<sup>13</sup>

### **Erfolgsversprechende Wege: Unternehmerinnentage**

Ansatzpunkte für die Mobilisierung der bisher vorhandenen Wirtschaftspotenziale und die Akquirierung neuer, eben weiblicher Potenziale liegen u.a. in der Bildung und Förderung von Netzwerken von und für selbstständige Frauen.

- Unternehmerinnentage bieten eine temporäre Form des Netzwerkes. Sie schaffen Chancen zur Weiterbildung, Beratung, Kooperation in größerer räumlicher Dimension, politischen und wirtschaftlichen Stellungnahme und zur Sichtbarmachung des Wirtschaftspotenzials auf übergeordneter Ebene.

Als Folge der Bemühungen, weibliches Wirtschaftspotenzial zu entwickeln, entstanden in den 90er Jahren Unternehmerinnentage. Diese Tagesveranstaltungen bieten Existenzgründerinnen, Unternehmerinnen und Multiplikatorinnen ein breites Forum in einer definierten Region. Am Beispiel des Unternehmerinnentages Ruhrgebiet lässt sich sehr gut das Geflecht der Initiativen darstellen.

<sup>12</sup> Weber, R./Giese I. (2002): Nur für Frauen: Das Gründerinnenzentrum INNEN-HOF in Hamm. In: Jonas M./Nover S./Schumm-Garling, U. (Hrsg.): Brennpunkt Arbeit – Initiativen für eine Zukunft der Arbeit, Münster, S. 200

<sup>13</sup> Vgl. Fußnote 6

1996 fand der erste Unternehmerinnentag Ruhrgebiet in Essen statt. Private Initiatorinnen hatten sich dafür im Vorfeld mit dem Arbeitskreis „Gründungen durch Frauen“, dem institutionelle VertreterInnen aus NRW angehören, beraten. Der Arbeitskreis, der als Fachgruppe in der Gründungsoffensive (GO!) NRW agiert, bringt frauenspezifische Impulse in die Arbeit der GO! ein, initiiert Modellprojekte und stellt sein gesammeltes fachliches Know-how Institutionen in NRW zur Verfügung. In diesem Fall wurde ein breites Bündnis der Akteurinnen zur Voraussetzung für die Planung und Durchführung der Unternehmerinnentage im Ruhrgebiet.

Die Ausgangslage im Ruhrgebiet wird bestimmt durch die traditionelle Prägung des Wirtschaftsraumes durch die Großindustrie, den Bergbau und die Stahlverarbeitung. Das hatte eine vorrangig männlich dominierte Erwerbstätigkeit und eine geringe Selbstständigenquote zur Folge. Entsprechend niedrig war die Quote der Frauenbeteiligung im Erwerbsleben und die Akzeptanz von selbstständigen Frauen. Es fehlten Vorbilder, spezifisches Beratungswissen und Netzwerke. So war die Etablierung eben dieser Angebote und Grundlagen vor Ort z.B. durch die Regionalstellen Frau & Beruf und anderer Beratungsagenturen, die besonders weibliche Existenzgründer in den Fokus nahmen, ein wichtiger Schritt. Der nächste folgerichtige Schritt war die Vernetzung auf regionaler Ebene – auf der Ebene des Ruhrgebietes. Hier konnte ein größerer Qualifikations- und BeraterInnenpool akquiriert werden, mehr Aufmerksamkeit und Öffentlichkeit hergestellt werden, Kooperationen gefördert und Vorbilder angeboten werden.

Die Unternehmerinnentage gliedern sich in Fachforen und Seminare, die teilweise zielgruppenspezifisch (z.B. für Gründerinnen, für Unternehmerinnen) angeboten werden, Diskussionsrunden und branchenspezifische Zirkel. Als feste Bestandteile gelten die Kooperationsbörse, die Beraterinneninsel und die Informationsstände. Die Ziele des Unternehmerinnentages lassen sich so umreißen:

- Potenzielle Existenzgründerinnen motivieren
- Vorbilder schaffen
- Unternehmerinnen durch Kooperationen, Informationen und Qualifizierung stärken
- Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmerinnen fördern, neue Kontakte ermöglichen
- Den Dialog zwischen Politik und Wirtschaft anregen und Fraueninteressen einbringen
- Gesellschaftliche und wirtschaftliche Hürden abbauen

An den Unternehmerinnentagen, die das Land NRW fördert, beteiligen sich die BeraterInnen der Fachinstitutionen im Ruhrgebiet, Verbände und Netzwerke von Unternehmerinnen und freie Beraterinnen. So ist seit 1996 ein breites Netzwerk entstanden, was seine jeweiligen Ressourcen bündelt und punktgenau anbietet. Insgesamt wurden seit 1996 acht Unternehmerinnentage an wechselnden Orten im Ruhrgebiet angeboten. Rund 4.000 Teilnehmerinnen konnten insgesamt erreicht werden. Die durchschnittliche Zahl wuchs von 300 Teilnehmerinnen 1996 auf 675 Teilnehmerinnen im Jahr 2004. Mittlerweile ist der Unternehmerinnentag Ruhrgebiet eine bekannte Größe. Es sind Kooperationen zwischen traditionellen Wirtschafts- und Unternehmensverbänden und neuen Netzwerken entstanden, bei denen beide Seiten gewonnen haben: Mitglieder wie Erfahrungen.

Die Diskussion im öffentlichen Raum ist ebenfalls vorangeschritten, klassische Institutionen der Wirtschaft realisieren zunehmend die Zielgruppe Frauen mit ihrem wirtschaftlichen Potenzial. So sind z.B. in etlichen Kammerparlamenten der IHKs mittlerweile mehr Unternehmerinnen vertreten.

Die Wirkung der Netzwerke beschreiben die Veranstalterinnen zusammenfassend so: „Die Netzwerke sind praktisch ein ‚Rekrutierungsfeld‘ für unternehmerische Talente. Sie haben die wichtige Funktion, unternehmerisches Erfahrungswissen unter Frauen weiter zu geben und den Zugang zu den Netzwerken der Wirtschaft zu erleichtern. Gleichzeitig tragen sie zur Sichtbarkeit von Unternehmerinnen in der Gesellschaft bei und beeinflussen das Bild der Chefin in der Öffentlichkeit.“<sup>14</sup> Giese und Weber (2000) beschrieben den unternehmerischen Nutzen der Vernetzung im Hinblick auf die Kommunikation konkret als „Vernetzung bedeutet jedoch weit mehr als die Organisation gemeinsamer Veranstaltungen. Es heißt: miteinander ins Gespräch kommen, Kompetenzen erkennen und möglicherweise zum gegenseitigen Vorteil nutzen; neue Kompetenzen zu akquirieren und zu integrieren. Im Ergebnis können Vernetzungen Unternehmen und Unternehmensentwicklungen stabilisieren, indem Informations- und Kommunikationswege neu geschaffen bzw. bestehende verkürzt werden.“<sup>15</sup> Beide Einschätzungen zeigen die Wirkungsformen der Vernetzung im Binnenverhältnis wie in der Außenwirkung als jeweilige Teilziele der Unternehmerintage auf.



v.l.n.r.: Karin Schilling, Ruth Weber, Małgorzata Tarasiewicz

Es ist selbstverständlicher geworden, dass Frauen Unternehmen besitzen. Häufiger als noch vor 10 Jahren sind Unternehmerinnen lokal und regional bekannt, d.h. sie werden wahrgenommen und sie sind Vorbilder, an die junge Mädchen oder Frauen in beruflichen Umbrüchen denken, wenn sie sich neu orientieren. Auch Konsumenten und Kunden haben das registriert. So bemer-

ken z.B. Malermeisterinnen häufig, dass Privatkunden sehr dankbar sind über die Alternative, eine Frau als Handwerkerin bestellen zu können. Vielen ist die scheinbar von Männerinnen häufiger garantierte Sorgfalt und Kundenorientierung sehr angenehm. Männlich dominierte Unternehmen werden ihre Qualitätsansprüche in Teilen wohl überdenken müssen. Das sind praxisnahe Verbesserungen, die den Umbau der Wirtschaft hin zu mehr Dienstleistung und Kundenorientierung offensichtlich befördern. Ein weiteres Ergebnis ist, dass der Transfer von Managementwissen zwischen erfahrenen Unternehmerinnen und Neugründerinnen vorangekommen ist. Dies konnte durch den Erfahrungsaustausch vor Ort und die Beratung entsprechend entwickelt werden. Branchenspezifische Gespräche und

<sup>14</sup> Sperling, C./Unger, B. (2004): 8. Unternehmerintage Ruhrgebiet 2004. In: Dokumentation 8. Unternehmerintage. Essen, S.7

<sup>15</sup> Giese, I./Weber, R. (2000): Netzwerkaufbau, Gruppen- und Individualberatung für GründerInnen und UnternehmerInnen. In: Kailer, N./Pernsteiner, H./Schauer, R. (Hrsg.): Initiativen zur Unternehmensgründung & -entwicklung, Wien, S.189

die Kooperationsbörse sind die Plattform dafür. Im Ergebnis sind die Unternehmerintage als temporäre Netzwerke ein wirkungsvolles Instrument für die Sichtbarmachung und Entwicklung des wirtschaftlichen Potenzials von Frauen.

### **Der Weg hat noch mehr Ziele**

Anhand dieser beiden Beispiele konnte deutlich werden, dass frauenspezifische Netzwerke in der Lage sind, Wirtschaftspotenziale zu aktivieren. Dabei wirken sie sowohl nach außen – also auf Kundinnen und Kunden, auf Geschäftspartner, auf Multiplikatoren anderer Verbände und Einrichtungen – als auch nach innen auf die Frauen selbst. Viele Frauen fühlen sich ermuntert und gestärkt in der Idee, selbstständig zu arbeiten und eigene Ideen zu entwickeln. Sie streben wirtschaftlichen Erfolg an und engagieren sich dafür auch im lokalen Wirtschaftsraum bzw. in dem Raum, in dem sie überwiegend tätig sind. Sie suchen nach aktiver Ausgestaltung der Rahmenbedingungen, in denen sie überwiegend agieren. Aus diesem Grund ist es verwunderlich, dass Wirtschaftsförderungen, die in den entsprechenden räumlichen Zuschnitten arbeiten, sich nur in sehr bescheidenem Umfang – wenn überhaupt – mit dem Potenzial dieser Zielgruppe beschäftigen. Dies widerspricht dem häufig genannten Ziel, wirtschaftliche Aktivitäten durch die Optimierung der Chancen zum Nutzen des jeweiligen Wirtschaftsraums und der darin lebenden Einwohnerinnen und Einwohner zur Entfaltung zu bringen. Dazu zählt ein positives Gründungsklima für Frauen und Männer, gleiche Chancen bei der Unterstützung der differierenden Erwartungen von Unternehmerinnen und Unternehmern, eine differenzierte Aufarbeitung der vorhandenen Grundlagen und Daten und die genderspezifische Ausprägung der Förderpolitik.

Zunächst bleibt zu konstatieren: „Die Motivation zur respektvollen Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Blickwinkeln der Geschlechter und die geschlechtsspezifische Analyse des Nutzens von Initiativen, Programmen, Fördermitteln und Strukturen auf den unterschiedlichsten Handlungsebenen bleibt deutlich hinter dem Bedarf nach einer ausgewogenen, zielgruppenadäquaten und geschlechtergerechten Politik zurück.“<sup>16</sup> Damit dieses Ziel zukünftig verstärkt verfolgt wird, bedarf es der Einflussnahme von Frauen, die die entsprechenden Wege, Vorbilder und bereits vorhandenen Erfahrungen in die Strategie der Wirtschaftsförderung einbringen und stets neu mit Fraueninteressen verknüpfen.

<sup>16</sup> Weber, R. (2004): Wir schaffen die richtigen Verbindungen. In: Bündnis 90/DIE GRÜNEN im Landtag NRW(Hrsg.): Frauen gründen anders, Düsseldorf, S.13