

## Unterstützung von Gründerinnen – gute Praktiken in Europa



Dr. Ing. **Petra Püchner**, Leiterin des Steinbeis-Europa-Zentrums in Stuttgart.

Diplom-Biologin. Seit 1995 tätig im Steinbeis-Europa-Zentrum (SEZ) als Innovationsberaterin. Seit 2000 in der Geschäftsleitung des SEZ. Neben der Beratung von Unternehmen und Forschungseinrichtungen zu europäischen Technologie- und Forschungsk Kooperationen beschäftigt sie sich seit 2001 auch mit Unterstützungsmaßnahmen für Gründerinnen im europäischen Vergleich.

Weitere Informationen:  
[www.prowomenplus.de](http://www.prowomenplus.de)  
[www.prowomen-eu.net](http://www.prowomen-eu.net)  
[www.women2fp6.net](http://www.women2fp6.net)  
[www.newcome.de/existenzgruendung](http://www.newcome.de/existenzgruendung)

Das *Steinbeis-Europa-Zentrum* (SEZ) wurde 1990 als operative Einheit des Europa-beauftragten des Wirtschaftsministeriums des Landes Baden-Württemberg gegründet und hat die Aufgabe, Unternehmen den Weg nach Brüssel zu erleichtern und sie in Fragen der europäischen Forschungs- und Technologieprogramme sowie Unternehmenskooperation zu unterstützen. Frau Dr. Püchner hat sich in den letzten Jahren als Expertin für Unternehmerinnen und Gründerinnen profilieren können. *Unternehmer und Unternehmerinnen, die den Weg in die Beantragung und Durchführung eines EU-Projektes oder eine Kooperation mit einem Unternehmen wagen, sind auf fachspezifische Hilfe angewiesen. Frauen benötigen oft eine andere Beratung als Männer. Aus diesem Grund wurden vom SEZ folgende Projekte ins Leben gerufen:*

■ ProWomEn

Das SEZ koordinierte von Oktober 2001 bis September

Eine Unternehmerin zu sein, ist trotz starker Bemühungen von gesetzgeberischer Seite bezüglich der Gleichstellung der Geschlechter leider immer noch keine Alltäglichkeit. Gut ausgebildete Frauen mit innovativen Ideen tragen aber viel dazu bei, Arbeitsplätze zu schaffen und den Herausforderungen des Strukturwandels zu begegnen. Immerhin hat sich die Zahl der Unternehmerinnen in den letzten zehn Jahren von 860.000 auf 1,1 Millionen erhöht. Inzwischen sind etwa 29 Prozent aller Selbstständigen weiblich.

### *Chancen ergreifen*

Eine Veranstaltungsreihe, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert und vom Steinbeis-Europa-Zentrum koordiniert wird, zeigt gute Praktiken aus Europa, etwa wie regionale Entscheidungsträger für dieses Thema gewonnen werden können und eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit aussehen und gestaltet werden kann. Erfolgreiche Maßnahmen der Gründerinnenförderung aus verschiedenen europäischen Ländern werden vorgestellt. Frauen sollen dazu ermutigt werden, Chancen zu ergreifen, aber auch Risiken genau abzuwägen. Der erste Kongress am 26. und 27. Januar 2006 in Stuttgart widmete sich der Frage, wie auf allen gesellschaftlichen Ebenen die Frau als Unternehmerin in der Ge-

sellschaft definiert und wahrgenommen wird und wie ein gutes Unterstützungsklima geschaffen werden kann.

Themen der weiteren Kongresse:

1. Frauen gründen anders – Erfahrungen mit frauenspezifischen Unterstützungsangeboten
2. Frauen nutzen Netzwerke – wie und wann vernetze ich wen für eine effektive Gründungsförderung?
3. Ausbildung und Qualifizierung – Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Gründerinnen

»Wir müssen lernen, uns selbst zu inszenieren. Eine berühmte Persönlichkeit für unser Projekt zu gewinnen oder politische Unterstützung zu erhalten, hilft dabei sehr. Auch Netzwerken ist extrem wichtig, damit man in den Medien und somit in der breiten Öffentlichkeit wahr genommen wird. Einen großen Stellenwert haben ferner Marketing und PR, Brand Power, Geld und Erfahrung.«

So die Zusammenfassung unternehmerischer Denkweisen der Konferenzteilnehmerinnen .

»Ganz wesentlich: Wir wollen die Männer dabei haben. Aber wir brauchen dennoch eine frauengerechte Unterstützung, die auf unsere Fragestellungen und unsere Rolle in der Gesellschaft eingeht.«

2003 zusammen mit dem Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg-*ifex* das europäische Netzwerk mit 17 Partnern aus 16 Regionen. Gute Praktiken aus Europa zur Unterstützung von Existenzgründungen durch Frauen wurden identifiziert und Fallstudien erarbeitet.

■ WomEn2FP6

Seit Mai 2004 koordiniert das SEZ das Projekt mit 16 Partnern aus 10 Ländern. Unter dem Slogan »Unternehmerinnen nach Europa« werden Unternehmerinnen gezielt angesprochen und zur Teilnahme an europäischen Forschungsprojekten angeregt.

■ WENett

Im Mai 2006 startet das SEZ ein Projekt mit fünf Partnern aus fünf Ländern, das Unternehmerinnen und Wissenschaftlerinnen regional und europäisch vernetzt und zur Anbahnung europäischer Kooperationen motiviert.

■ bundesweite gründerinnenagentur (bga)

Das SEZ unterstützt die bga bei europäischen Fragestellungen und mit Informationen aus Europa.



v. l.: Dr. Colette Henry, Irland; Dr. René Leicht; Erika Watson, U.K. und Iris Kronenbitter, bga

**Dr. René Leicht** vom Institut für Mittelstandsforschung an der Universität Mannheim erläuterte hemmende Faktoren, mit denen Gründerinnen zu kämpfen haben. Frauen und Männer seien in ihrer Entscheidung, ob sie unternehmerisch tätig werden wollen, von sozialen, gesellschaftlichen und institutionellen Faktoren beeinflusst. Bei Frauen spiele die eigene Bildung eine weitaus größere Rolle als bei Männern. Frauen in sogenannten Männerberufen machen sich mit viermal höherer Wahrscheinlichkeit selbstständig als solche in sogenannten Frauenberufen.

Während des gemeinsamen Networkdinner am Donnerstagabend beleuchtete Prof. Dr. **Friederike Welter** von der Universität Siegen das Unternehmerinnenbild, das die Medien zeichnen.

»Magnolie aus Stahl«, so lautet die Charakterisierung von **Jil Sander** in der deutschen Presse. Diese Metapher zeigt, dass Unternehmerinnen durch eine andere Brille gesehen werden als ihre männlichen Kollegen. Sie werden allerdings zugleich mit demselben Maßstab gemessen. Der Beurteilung von Unternehmerinnen liegt ein männliches Unternehmerbild des heroischen Aufstiegers mit Durchhaltevermögen zugrunde. Frauen weichen von dieser Normvorstellung eher ab. Männliche Stereotype hingegen gelten als Voraussetzung für erfolgreiches Unternehmertum. Der Beschreibungsstil einiger Medien ist blumig und oft emotional und dies sowohl im Wirtschaftsteil als auch im Gesellschaftsteil der Zeitungen. Wird eine Unternehmerin als erfolgreich dargestellt, so führt man das häufig auf

»Unternehmerinnen werden noch zu häufig als etwas Abweichendes von der gesellschaftlichen Norm dargestellt.«

ihr Geschlecht und nicht auf ihre Qualifikation oder ihre unternehmerischen Anstrengungen zurück. Welter kommt zu dem Schluss, dass Unternehmerinnen noch zu häufig als etwas Abweichendes von der gesellschaftlichen Norm dargestellt werden. Es kommt nun darauf an, diese Norm zu verändern. »Dann haben wir in zehn Jahren hoffentlich ein etwas bunteres Bild von Unternehmerinnen«, so Welters Wunsch für die Zukunft. ■

### hemmende Faktoren für Gründungsaktivität

- » gesellschaftlich geprägte Rollenbilder
- » ungleiche Verteilung von Familienverantwortung
- » frauenspezifische Erwerbsbiografie

- geringere Arbeits-/ Berufserfahrung
- geringere Führungserfahrung
- eingeschränktes Zeitbudget
- „falsche“ Berufswahl
- unzureichendes soziales Kapital

Ressourcen-defizite

UNIVERSITÄT MANNHEIM ifm Institut für Mittelstandsforschung Dr. René Leicht, Stuttgart 27.01.2008

Tabelle »hemmende Faktoren für Gründungsaktivität«



Tabelle »gesellschafts-/länderübergreifende Kluft zwischen den Geschlechtern«  
Dr. René Leicht, Institut für Mittelstandsforschung, Universität Mannheim