



HK

Handelskammer
Hamburg

herbizz



Hamburger Unternehmerinnentag 6. Sept. 2003

Handelskammer Hamburg ■ herbizz - Hamburger Unternehmerinnenmesse ■ Frau und Arbeit e.V. - Bildung und Beratung

Dokumentation

- Einleitung
- Programm des Unternehmerinnentages
- Begrüßung
- Stimmen aus den Workshops
- Unternehmenstheater
- Talkrunde über unternehmerische Neuanfänge
- Gutachten „Unternehmerinnen in Deutschland“, Institut für Mittelstandsforschung IfM Bonn, März 2003
- Liste der Teilnehmerinnen
- Liste der Mitwirkenden
- Pressestimmen

Der Unternehmerinnentag 2003



Hamburger Unternehmerinnentag am 6. September 2003

Der Hamburger Unternehmerinnentag 2003 war ein voller Erfolg! Management, Motivation, Menschlichkeit - dieses Motto hat beim Unternehmerinnentag Gestalt angenommen und war für alle deutlich erlebbar.

Unserer Einladung sind weitaus mehr Unternehmerinnen gefolgt als wir erwartet haben. Gestandene Unternehmerinnen und Expertinnen haben ihr Fachwissen, ihre Kompetenz und ihre Erfahrung allen zur Verfügung gestellt.

In den Foren wurde ein breites Themenspektrum bearbeitet. Die Frauen nutzten vielfältig die Chance zum Meinungsaustausch mit Expertinnen und anderen Unternehmerinnen. Konkrete Anregungen und Tipps gab es in den zahlreichen Schnuppercoachings, die über den ganzen Tag verteilt stattfanden. Der Tag bot reichlich Gelegenheit zum Knüpfen von Netzen und Unternehmensbeziehungen. Krönender Abschluss des Unternehmerinnentages 2003 war die Talkrunde mit Unternehmerinnen, die aus verschiedenen Gründen einen unternehmerischen Neuanfang gewagt haben. Hier war in beeindruckender Weise spürbar, welches enorme Potenzial in jeder Unternehmerin steckt.

Allen Beteiligten an dieser Stelle ein herzliches „Danke Schön“ für ihr Engagement! Besonders möchten wir uns bei Maria Jansen für ihre hervorragende Unterstützung bei der Konzeption des Unternehmerinnentages und für die Pressearbeit sowie bei Regine Christiansen für die wunderbaren Fotos bedanken. Ein herzlicher Dank geht auch an die Behörde für Wirtschaft und Arbeit, die den Unternehmerinnentag finanziell gefördert hat. Zum guten Gelingen dieses Tages haben nicht zuletzt die schönen Räume der Handelskammer beigetragen – auch dafür „Herzlichen Dank“.

Wir hoffen, dass wir uns in zwei Jahren wiedersehen!

Die Veranstalterinnen



Programm-Überblick

09:30 – 10:00	Ankunft der Teilnehmerinnen Kaffee mit Klüngeln
10:00 – 11:00	Begrüßung durch Corinna Nienstedt, Geschäftsführerin der Handelskammer Hamburg Christiane Ram, Behörde für Wirtschaft und Arbeit Dr. Karin Amos, Herbizz – Hamburger Unternehmerinnenmesse Gila Otto, Frau und Arbeit e.V.
11:00 – 13:00	Foren – Unternehmerinnen und Expertinnen im Gespräch <ul style="list-style-type: none"> ○ Mehr Sicherheit durch Transparenz – Controlling als Planungsgrundlage ○ Leiten und Führen – Instrumente der Personalentwicklung ○ Wo stehe ich? Wo steht mein Unternehmen? Unternehmerinnen ziehen Bilanz ○ Aufbruch zu neuen Kunden: Marktrecherche und Akquise
11.00 – 13.00	Schnupper-Coachings – Individuelle Kurzberatungen
11:00 – 13:00	Netzwerkmeile – Verbände und Netzwerke stellen sich vor
13:00 – 14:00	Mittagspause
14:00 – 16:00	Foren – Unternehmerinnen und Expertinnen im Gespräch <ul style="list-style-type: none"> ○ Krise als Chance – Von der Früherkennung zum Handeln ○ Der Plan ist reif: Finanzierung der Unternehmensentwicklung ○ Eins und Eins macht Drei! Service-Ausweitung durch Kooperation ○ Ihre Haltung sagt mehr als tausend Worte! Aber was denn eigentlich?
14:00 – 16.00	Schnupper-Coachings – Individuelle Kurzberatungen
14:00 – 16:00	Netzwerkmeile – Verbände und Netzwerke stellen sich vor
16:00 – 16:30	ForumCoachingTheater mit Kaffee
16:30 – 17.30	Die zweite Chance – Talkrunde über unternehmerische Neuanfänge

**Grußwort von
Corinna Nienstedt
Geschäftsführerin der Handelskammer
Hamburg, Leiterin des
Geschäftsbereichs International
Mitinitiatorin des Hamburger
Unternehmerinnentages**



Liebe Frauen!

Im Namen der Handelskammer, aber auch ganz persönlich begrüße ich Sie sehr herzlich zum 2. Hamburger Unternehmerinnentag.

Ich finde es überwältigend, wie viele Frauen heute zu uns in die Handelskammer gekommen sind. Und das ist für uns, die Organisatorinnen – Frau und Arbeit, Herbizz und Handelskammer – die wir seit mehr als einem Jahr an der Vorbereitung sitzen, einfach ein ganz tolles Dankeschön, für das sich allein alle Mühen schon gelohnt haben.

260 Teilnehmerinnen, 40 Referentinnen und Moderatorinnen in 8 Workshops und über 70 Schnupper-Coaching-Termine: Das ist der Hamburger Unternehmerinnentag 2003 in Zahlen! Ich führe die große Zahl der Teilnehmerinnen auf eine ganz einfache Tatsache zurück: Hamburg ist die Stadt mit dem größten Anteil an weiblichen Unternehmern. Dies besagt ein Gutachten des Bundeswirtschaftsministeriums.

Man kann es auch ganz platt formulieren: Hamburg ist die Hauptstadt der Unternehmerinnen in Deutschland! In den letzten 10 Jahren hat sich die absolute Zahl der selbstständigen Frauen in Hamburg um 33 % auf über 32.000 erhöht. Ein Ergebnis, auf das wir hier in Hamburg stolz sein können! Hamburg hat das beste Klima für Gründerinnen in Deutschland. Wir von der Handelskammer werten diese erfreuliche Bilanz auch als Erfolg für unser Haus!

Seit etwa drei Jahren bemühen wir uns, in enger Kooperation mit anderen Frauenverbänden oder Beratungsinstitutionen, ein gutes Gründungsklima für weibliche Existenzgründer zu schaffen und vor allem die Vernetzung voranzutreiben. Zusammen mit Frau und Arbeit und Herbizz haben wir vor zwei Jahren den Unternehmerinnentag mit initiiert, und seit drei Jahren gibt es das Netzwerk „e trifft u“ („Existenzgründerin trifft Unternehmerin“), das ebenfalls mit sehr großem Erfolg läuft. Und ich danke an dieser Stelle allen, die uns als Institution Handelskammer, aber auch mir persönlich dabei geholfen haben, das Thema „Unternehmerin“ in diesem Hause überhaupt erst einmal auf die Tagesordnung zu setzen.

Ich komme zurück zur Studie des Wirtschaftsministeriums und möchte ein weiteres, sehr interessantes Ergebnis vorstellen:

Die selbstständigen Frauen haben in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in den vergangenen Jahren mehr Arbeitsplätze geschaffen als die männlichen Selbstständigen! Und – es kommt hinzu: Frauengeführte Eigentümerunternehmen beschäftigen fast doppelt so viele Auszubildende. Also auch hier sind die weiblichen Selbstständigen vorbildlich und leisten einen ganz wichtigen volkswirtschaftlichen Beitrag, der viel zu wenig gewürdigt wird und den ich an dieser Stelle einmal herausstellen möchte.

Ein letzter Punkt aus der Studie, den ich hier erwähnen möchte und der mir ganz bemerkenswert erscheint: Alle typischen Merkmale von Frauenfirmen sind nicht dem Geschlecht zuzuordnen, sondern den Branchen und Betriebsgrößenklassen, denen die Firmen angehören. So gibt es beispielsweise keine Hinweise auf eine systematische Benachteiligung von Frauen bei der Kreditbeschaffung. Die Schwierigkeiten, die unlegbar da sind, haben weniger mit unserem Geschlecht zu tun als mit den Branchen, in denen wir zumeist tätig sind. Ich denke, die genauen Hintergründe lassen sich dann nachher in den Workshops noch intensiv diskutieren.

Liebe Frauen,
der heutige Unternehmerinnentag soll motivieren und vielleicht sogar beflügeln. Er soll dazu beitragen, Chancen zu nutzen, und manches Mal sogar ganz neu anzufangen. „Die zweite Chance“ wird auch das Thema sein bei unserer Talkrunde, die wir heute als Abschluss der Veranstaltung durchführen. Ich möchte Sie darauf noch einmal ganz besonders hinweisen. Aber jetzt sind wir ja gerade erst am Anfang des heutigen Tages, und ich wünsche Ihnen und mir, dass es eine interessante Veranstaltung wird.

Nochmals sehr herzlich willkommen!



**Grußwort
von
Dr. Karin Amos,
Inhaberin der @mos.Computerschule
für Frauen
Mitinitiatorin des Hamburger
Unternehmerintags**

Sehr geehrte Damen,
liebe Frauen,
sehr geehrte Frau Ram!

Ich heiÙe Sie herzlich willkommen zum 2. Hamburger Unternehmerintag!

Ich bin Karin Amos, Inhaberin der @mos.computerschule für Frauen, Mitinitiatorin der Hamburger Unternehmerinnenmesse Herbizz und Mitinitiatorin des Hamburger Unternehmerintags.

Die Unternehmerinnenmesse hat bereits zwei Mal hier im Haus stattgefunden - zuletzt im vergangenen Jahr. Dieses Jahr veranstalten wir ebenfalls zum zweiten Mal den Hamburger Unternehmerintag, eine Art "kleine Herbizz", wenn Sie so wollen. Denn mit beidem wollen wir dasselbe.

Ziel beider Veranstaltungen ist es, Unternehmerinnen in und um Hamburg ein Forum zu bieten. Ein Forum zur Präsentation ihres Unternehmens. Und ein Forum, das die Leistungen von Unternehmerinnen in und für Hamburg deutlich sichtbar macht. Das ist für uns Initiatorinnen der Herbizz durchaus auch egoistisch gedacht. Als Unternehmerinnen haben wir uns in Hamburg schon lange vor der ersten Herbizz ein Forum gewünscht, bei dem Unternehmerinnen jeder Branche Erfahrungen austauschen und Kontakte knüpfen können. Ein Forum, um uns zu präsentieren. Und ein Forum, um an begonnenen Netzwerken weiterzustricken.

Denn das scheint mir, in diesen schwierigen Zeiten, überhaupt das Wichtigste!

Mit schwierigen Zeiten meine ich ausdrücklich nicht nur die allgemeine wirtschaftliche Situation. Ich meine auch die allgemeine politische Tendenz, den Rotstift als erstes bei den Projekten und Netzwerken von Frauen anzusetzen. Mir scheint es, als würde im öffentlichen Bewusstsein gerade eine – wie ich meine – Selbstverständlichkeit verloren gehen: die Selbstverständlichkeit nämlich, dass die öffentlichen Stellen sich bemühen, auch in schwierigen Zeiten die verfügbaren Ressourcen möglichst gleichberechtigt zwischen den Geschlechtern aufzuteilen. Wenn diese Beobachtung stimmt, ist das fatal auch für die Unternehmerinnen in Hamburg. Wussten Sie, als Sie heute hierher kamen, dass das Gründungsklima für Frauen in Hamburg in den letzten Jahren besonders gut war? Und wussten Sie, dass die Unternehmerinnen in ihren Betrieben im Durchschnitt mehr Arbeitsplätze erhalten oder geschaffen haben und mehr Auszubildende beschäftigt haben, als die männlichen Kollegen in ihren Betrieben? Ich bin der Überzeugung, dass dieses gute Unternehmensklima in frauengeführten Unternehmen entstanden ist, weil die Unternehmerinnen in den vergangenen Jahrzehnten begonnen haben, sich zu vernetzen, gegenseitig zu fördern und zu motivieren. Mit Veranstaltungen wie dieser tragen wir Frauen dazu bei, dass das Gründungsklima für Frauen in Hamburg und ihr unternehmerischer Erfolg gut bleibt. Warum

kann ich das behaupten? Alle Studien, von denen ich bislang Kenntnis erhalten habe, zeigen deutlich, dass Frauen sich effektiver mit Frauen beraten – vielleicht, weil weibliche Beraterinnen die Herangehensweise von Frauen besser verstehen. Darum wünsche ich mir vom Hamburger Senat und insbesondere von der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, dass die spezifische Herangehensweise von Unternehmerinnen in der Politik Ihres Hauses und auch im Landeshaushalt weiterhin die Würdigung und Wirtschaftsförderung erfährt, die ihr gebührt.

Und darum wünsche ich mir in diesen schwierigen Zeiten von uns Unternehmerinnen um so mehr, dass wir den Faden, den wir aufgenommen haben, nicht wieder verlieren, sondern ihn weiterspinnen, dran bleiben, uns nicht irritieren und entmutigen lassen. Dass wir, bei allem gesunden Geschäftssinn, unser "Wir-Gefühl" weiterentwickeln. Dass wir den konstruktiven Austausch pflegen, ein offenes Ohr füreinander haben, auf neue Möglichkeiten horchen, neue Gemeinsamkeiten entdecken und unsere Talente in neue Projekte einbringen. Dass wir uns gegenseitig stärken und neue Perspektiven entwickeln. Es gibt viel zu tun. Nutzen wir diesen Tag! Der Unternehmerinnentag 2003 bietet jede Menge Möglichkeiten und einen ebenso würdigen wie inspirierenden Raum dafür.

An dieser Stelle möchte ich mich bei der Handelskammer nicht nur für die schönen Räume bedanken, sondern auch für die tolle, großartige, angenehme Zusammenarbeit – liebe Corinna Nienstedt und Petra Sandvoß. Dieses Kompliment geht auch an die Mitveranstalterin "Frau und Arbeit" – Gila Otto und Katharina Hanschen herzlichen Dank! Und ich bedanke mich bei Maria Jansen für Ihre hervorragende Pressearbeit.

Der erste Unternehmerinnentag vor zwei Jahren war ein gelungener Auftakt zu diesem für Hamburg neuen Forum. 180 Teilnehmerinnen waren dabei. Dass es heute sogar noch mehr sind, werte ich als Zeichen dafür, wie wichtig, wie unverzichtbar ein Forum wie dieses für Hamburgs Unternehmerinnen ist.

Wie gut Unternehmerinnen Veranstaltungen wie diese für sich nutzen, hat der erste Unternehmerinnentag vor zwei Jahren gezeigt: 2001 haben sich in diesen Räumen zwei Netzwerke gegründet, die heute noch fortbestehen und deren Mitglieder heute auch wieder teilnehmen.

Das ist zum einen conspectra hamburg, das Beraterinnennetzwerk. Das ist ein Zusammenschluss von Beraterinnen aus unterschiedlichen Branchen und Geschäftsfeldern, die sich gegenseitig empfehlen und ihre Dienstleistungen auch gemeinsam anbieten und so neue Marktpotenziale erschließen.

Und es ist der Arbeitskreis Selbstmarketing. Das ist eine feste Gruppe von Dienstleisterinnen aus unterschiedlichen Branchen, die sich regelmäßig alle sechs Wochen treffen, um sich im Bereich Marketing weiterzubilden, sich über ihre Konzepte auszutauschen und ein fundiertes Feedback von Gleichgesinnten und Gleichgestellten zu bekommen.

Die Teilnehmerinnen, die sich für das Forum "Eins und Eins macht Drei, Serviceausweitung durch Kooperation" angemeldet haben, haben heute Nachmittag Gelegenheit, jeweils eine Vertreterin kennenzulernen und sich über die Erfolge des Zusammenschlusses zu informieren.

Eine neue Attraktion beim diesjährigen Unternehmerinnentag ist unsere Netzwerkmeile, die dank der aktiven Beteiligung der Verbände zustande gekommen ist. Ein besonderes Dankeschön an Katharina Lemm vom VdU (Verband deutscher Unternehmerinnen), die sehr viele Kontakte hergestellt hat.

Ich möchte Ihnen die einzelnen Stationen der Netzwerkmeile kurz vorstellen und nennen:

- Der Verband deutscher Unternehmerinnen wird sein Mentoringprogramm präsentieren.
- Schöne Aussichten – der bundesweite Verband selbstständiger Frauen. Angelika Caspari, Vorstandsfrau, lässt sich entschuldigen, sie nimmt heute an der Bundesversammlung des Verbandes in Berlin teil.
- der BFBM – Berufsverband der Frauen im freien Beruf und Management e.V.
- women.de – ein Internetportal für Unternehmerinnen, Frauen im Management, Freiberuflerinnen, Netzwerke und Organisationen.
- EFA – die Informations- und Beratungsstelle für Frauen, die in den Beruf wiedereinsteigen, die sich umorientieren, sich beruflich weiterentwickeln oder sich selbstständig machen wollen.
- webgrrls.de – das Netzwerk für weibliche Fach- und Führungskräfte, die in den oder für die Neue Medien arbeiten.
- Supervisionsnetzwerk – das Netzwerk entwickelt zusammen mit einem Pool von Beratern und Experten aus verschiedenen Bereichen individuelle Konzepte für unterschiedliche Zielgruppen.
- Expertinnenberatungsnetz Hamburg – dieses unterstützt das berufliche Vorankommen von Frauen durch Mentoring und Beratung bei Berufs- und Karrierefragen.
- Und natürlich sind auch die Organisatorinnen des Unternehmerinnentages selbst in der Netzwerkmeile anzutreffen: Frau und Arbeit, die Handelskammer und die Hamburger Unternehmerinnenmesse Herbizz.

Schlendern Sie durch die Netzwerkmeile. Die Vertreterinnen an den Tischen und Ständen sind gern für Ihre Fragen, Anliegen und Anregungen da. An Stoff für interessante Gespräche mangelt es sicher nicht.

Ein weiteres Thema des diesjährigen Unternehmerinnentages ist Coaching. Ein wichtiges Instrument, die eigene Entwicklung zu reflektieren und die Meilensteine für den weiteren Weg abzustecken. Wie groß das Bedürfnis nach Selbstvergewisserung und kompetenter Beratung und Begleitung ist, haben uns die vielen Nachfragen von Seiten der Teilnehmerinnen gezeigt. Und so konnten wir ein Schnupper-Coaching organisieren. Zwölf selbstständige Coachingfrauen haben sich bereit erklärt, einen kurzen Einblick in ihre Arbeit zu geben. Ich bin sicher, dass dieses Angebot bestens genutzt wird und vielleicht manches gemeinsame Projekt entsteht.

Und nun wünsche ich Ihnen allen einen erfolgreichen Unternehmerinnentag 2003, neue Kontakte, spannende Gespräche und viele Anregungen aus den Foren.

Ich übergebe das Wort an meine Mitinitiatorin von Frau und Arbeit, Gila Otto.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

**Grußwort
von
Gila Otto,
Pädagogische Leiterin bei Frau und Arbeit e.V.
Mitinitiatorin des Hamburger Unternehmerintags**



Sehr geehrte Frau Ram,
liebe Mitveranstalterinnen des Unternehmerintags aus
der Handelskammer Hamburg und der Unternehmerinnen -
Messe Herbizz,
liebe aktive Mitverantwortliche
und liebe Unternehmerinnen,

ich begrüße Sie recht herzlich zum zweiten Hamburger Unternehmerintag und freue mich besonders über Sie, die vielen Unternehmerinnen, die unserer Einladung gefolgt sind. Frau und Arbeit ist eine der drei Veranstalterinnen des Unternehmerintages und ich als pädagogische Leiterin bin darüber glücklich.

Glücklich bin ich, weil uns zum zweiten Mal gelungen ist, im Rahmen des Unternehmerintages die wichtige Aufgabe der Existenzsicherung in Hamburg in den Mittelpunkt zu stellen.

Frau und Arbeit ist hier in Hamburg etabliert als eine Institution, die Existenzgründerinnen – neue und gestandene Unternehmerinnen – in allen Phasen der Existenzgründung und Existenzsicherung kontinuierlich begleitet und unterstützt. Dies geschieht durch Bildung, Beratung, Information, Coaching und Vernetzung und zielt auf die Stärkung der unternehmerischen Kompetenz. Darunter verstehen wir die persönliche, soziale, methodische und fachliche Profession als Unternehmerin.

Hamburg braucht professionelle Unternehmen, die von Frauen geleitet werden und das daraus erwachsende wirtschaftliches Potential. Diese Stadt erweist sich einen Bärendienst, wenn sie frauenspezifische Bildung und Beratung weiter - wie schon viel zu oft in der Vergangenheit praktiziert - zusammen streicht.

Das, was Sie heute beim Unternehmerintag erleben, ist exemplarisch für frauenspezifische Qualifizierungsangebote. Sie - alle anwesenden Unternehmerinnen sind wichtig – Sie werden ernst genommen und angefragt als Expertin in eigener Sache. Die Workshops leben von Ihren Erfahrungen und Sie lernen voneinander. Die Moderatorinnen und aktiven Mitverantwortlichen geben Ihnen Anregungen und stellen Ihr Wissen und Ihre Beispiele allen zur Verfügung.

Ich sage Ihnen jetzt, worauf Sie sich hier und heute freuen können – in den Foren, beim Unternehmenstheater und in der abschließenden Talkrunde.

Heute Vormittag finden von 11.00 – 13.00 Uhr parallel vier Foren statt: Controlling, Leiten und Führen, Bilanz ziehen, Marktrecherche und Akquise.

Ich möchte gern versuchen, Ihre Begeisterung für das Forum „Controlling als Planungsgrundlage“ zu wecken. Nach unserer Erfahrung ist Controlling zwar kein geliebtes Kind, aber es stellt absolut die Grundlage dar für Ihr unternehmerisches Handeln. Sie erfahren in diesem Forum, woran Sie messen können, ob sich Ihr Unternehmen wie gewünscht entwi-

ckelt und wie Sie – wenn dies nicht der Fall ist – gegensteuern können. Unternehmensberaterinnen und Unternehmerinnen berichten unter anderem über Widerstände bei der Einführung von Controlling und sagen Ihnen, wie Sie als Unternehmerin damit umgehen können.

In dem Forum „Leiten und Führen“ erfahren Sie, welche Instrumente der Personalentwicklung sich für welches Unternehmen eignen und welche konkreten Erfahrungen Unternehmerinnen mit der Personalentwicklung im Unternehmen gemacht haben. Unsere Erfahrung zeigt: Das Thema Personalentwicklung ist keineswegs nur für große Unternehmen interessant. Denn es beginnt bereits bei der ersten Einstellung einer Aushilfskraft - und sei es nur auf der Basis eines Minijobs.

Beim Forum „Unternehmerinnen ziehen Bilanz“ wird in verschiedener Hinsicht bilanziert. Es ist uns geglückt, vier gestandene Unternehmerinnen mit viel Erfahrung, insbesondere auch in großen Unternehmen zu gewinnen, die uns berichten. Ihre unternehmerische, persönliche und finanzielle Bilanz steht im Fokus.

Im Forum „Marktrecherche und Akquise“ sind überwiegend Unternehmerinnen mit kleinen Unternehmen auf dem Podium präsent. Sie erfahren hier also, wie Marktrecherche und Akquise auch mit kleinen Etats möglich ist. Zu diesem Workshop haben sich etwa hundert Teilnehmerinnen angemeldet. Wir legen Ihnen dringend ans Herz, Ihre Auswahl noch einmal zu überdenken und eins der drei anderen Vormittagsforen auszuwählen. Ein Austausch mit allen wird in diesem Forum nicht möglich sein.

Von 13.00 Uhr bis 14.00 Uhr ist Mittagspause. Sie können köstliche kalte Speisen essen, sich austauschen und sich vernetzen.

Heute Nachmittag von 14.00 bis 16.00 Uhr finden parallel vier Foren statt: „Krise als Chance“, „Finanzierung und Unternehmensentwicklung“, „Eins und eins macht drei“ sowie „Ihre Haltung sagt mehr als tausend Worte“.

Das Forum „Krise als Chance“ führt Sie direkt zu einem Thema, das Ihnen sicher sehr vertraut ist. Das Auf und Ab in einem Unternehmen gehört ja zu Ihrem Alltag. Ist der Krise denn tatsächlich auch etwas Positives abzugewinnen? Oder ist diese Formulierung nur Ausdruck der Modeerscheinung, nun alles positiv zu sehen? In diesem Forum geht es um Erfahrungen von Unternehmerinnen mit Krisen. Früherkennungsinstrumente werden erörtert und Vertreterinnen von professionellen Hilfsangeboten stellen sich vor.

Im Mittelpunkt des Forums „Finanzierung der Unternehmensentwicklung“ steht die Frage, woher das Geld für die Weiterentwicklung des Unternehmens kommt. Wer kommt als Geldgeber infrage, welche Förderprogramme gibt es und wie kann eine Unternehmerin es schaffen, ans Geld zu kommen. Das Podium ist besetzt mit Expertinnen aus Finanzinstituten und mit Unternehmerinnen, die über ihre Erfahrungen als Bankkundinnen berichten.

In dem Forum „Eins und Eins macht drei“ zeigen Unternehmerinnen auf, wie es ihnen glückte, verschiedene Netzwerke aufzubauen. Sie erfahren Neues von der Gestaltung, der Organisationsform, dem Nutzen und den erforderlichen Anforderungen. Die Palette der Netze reicht vom branchenspezifischen Zusammenschluss bis zum großen Unternehmerinnenzentrum.

Last, but not least: „Ihre Haltung sagt mehr als tausend Worte“. In einer One-Women-Show wird Ihnen auf der Bühne präsentiert, mit welchen Mitteln Sie Ihrer Haltung Ausdruck geben. Indem Sie sich deutlich artikulieren und indem Sie Ihr Sprechen mit Ihrer Körpersprache in Einklang bringen, können Sie Ihren Körper zum Klingen bringen.

Von 16.00 – 16.00 Uhr erfrischen Sie das Unternehmenstheater SpielPlan aus Berlin und ein oder zwei Tässchen Kaffee. Mit Unternehmens- und Forum-Theater stellen wir Ihnen ein neues Medium vor und werfen ungewohnte und allzu bekannte Blicke auf den Alltag einer Unternehmerin. Lassen Sie sich überraschen.

Zum Abschluss um 16.30 Uhr freuen Sie sich auf unsere Talkrunde. Fünf Talkgäste, die aus unterschiedlichen Gründen eine zweite Chance ergriffen haben und diese zweite Chance auf ganz unterschiedliche Weise nutzen, berichten Ihnen. Mit dabei sind: Kerstin Bublitz, einigen von Ihnen bekannt als Unternehmerin, die völlig überraschend nach dem Schlaganfall ihres Vaters den väterlichen Betrieb übernommen hat. Traute Müller, ehemalige Senatorin für Stadtentwicklung und Gleichstellung in Hamburg. Sie ist jetzt als Unternehmensberaterin tätig. Christiane Neumann, sie verlor bei der Insolvenz des elterlichen Familienbetriebs, der Bäckereikette Oertel ihr gesamtes Vermögen. Jetzt machte sie sich mit ihrer eigenen Bäckerei selbstständig. Johanna Ordnung, sie meldete mit Ihrem Einrichtungshaus Insolvenz an und begreift jetzt nach über 40 Berufsjahren das Privatleben als Chance. Sybille Schrödter, arbeitete als Anwältin, machte sich als Kabarettistin einen Namen und brachte jetzt als Autorin ihr drittes Buch auf den Markt.

Wir Veranstalterinnen versprechen uns mit diesen Gästen interessante Einblicke in die Gestaltung von neuen Chancen.

Wenn Sie auch noch Einblick nehmen möchten, in die Angebote von uns Veranstalterinnen oder in die Arbeit von Verbänden für Unternehmerinnen, wir sind mit einem Info-Stand im Foyer präsent. Sie sind herzlich willkommen. Hier erhalten Sie von uns allen Rede und Antwort und Informationsmaterial.

Ich wünsche Ihnen und uns jetzt beim Hamburger Unternehmerinnentag mit den vielfältigen Themen unter dem Motto „Management, Motivation, Menschlichkeit“ ernsthaftes Interesse an Ihrer Existenzsicherung und viel Vergnügen bei interessanten Begegnungen.



**Grußwort
von
Christiane Ram, Referentin Handwerk &
Mittelstandsförderung
in der Behörde für Wirtschaft und Arbeit
der Freien und Hansestadt Hamburg**

Sehr geehrte Frau Nienstedt,
sehr geehrte Frau Dr. Amos,
sehr geehrte Frau Otto,
meine Damen,

ich habe die Ehre und das Vergnügen, Ihnen die Grüße des Hamburger Senats zum zweiten Hamburger Unternehmerinnentag überbringen zu dürfen.

Hamburg hat ein neues Forum für Unternehmerinnen. Unter dem Motto „Management, Motivation, Menschlichkeit“ stehen – Ihrem Programm entsprechend – die harten Fakten des Unternehmerinnendaseins im Mittelpunkt: Controlling als Planungsinstrument, Marktrecherche und Akquise, Finanzierungs- und Kooperationsfragen. Aber auch die weichen und oftmals entscheidenden Faktoren werden behandelt: Personalführung und -entwicklung, Leitbildentwicklung und der Unternehmensauftritt.

Gleichzeitig bleibt genügend Raum und hoffentlich Zeit, auf der Netzwerkmeile Kontakte zu knüpfen oder Kurzberatungen auszuprobieren.

Aus Sicht der Behörde für Wirtschaft und Arbeit kennen wir die Bedeutung der Unternehmerinnen für den Standort Hamburg und begrüßen, dass hier in Zusammenarbeit von Handelskammer, Herbizz und Frau und Arbeit ein eigenes Forum geschaffen wurde - um Potentiale zu aktivieren und auszuschöpfen.

Unsere Aktivitäten im Bereich der Mittelstandsförderung sind weit gefächert und Sie werden vielleicht bedauern, dass es kein eigenes Angebot für Unternehmerinnen gibt. Ziel der Maßnahmen ist jeweils, die besonderen Situationen sowohl für Unternehmerinnen als auch Unternehmer im Sinne des Gender-Ansatzes abzubilden und Ihnen mit den Maßnahmen gerecht zu werden.

Die besondere Priorität, die der Senat der Bestandspflege der vorhandenen Unternehmen und der Sicherung ihrer Wachstumschancen einräumt, wird in der Umsetzung der bisher für den Mittelstand durchgeführten wirtschaftspolitischen Maßnahmen deutlich:

- Im Jahr 2002 wurde ein 50 Mio. EUR Sonderinvestitionsprogramm zur Belebung der regionalen Wirtschaft aufgelegt.
- Die Novellierung des Mittelstandsförderungsgesetzes durch die Bürgerschaft im Dezember 2002. Die Neuregelung soll dazu beitragen, Chancen mittelständischer Unternehmen im Rahmen des öffentlichen Auftragswesens zu verbessern und Vergabeverfahren fairer zu gestalten.
- Die Neugestaltung der bisherigen fünf Mittelstandsprogramme (Existenzgründungsprogramm, Mittelstandsförderungsprogramm, Innovationsförderungsprogramm, Medienför-

derungsprogramm, Verlagsprogramm) ist abgeschlossen. Im neuen Programm für Existenzgründung und Mittelstand wurden die fünf Programme zu einem Programm zusammengefasst, der Gegenstand der Förderung auf wesentliche Tatbestände komprimiert, die Fördervoraussetzungen stark vereinfacht, die Berechnung pauschaliert und die Abwicklung auf ein Minimum beschränkt. Das neue Programm ist per 01.03.2003 in Kraft getreten.

In den letzten drei Jahren wurden die fünf Mittelstandsprogramme mit durchschnittlich 120 Fällen pro Jahr nachgefragt. Bei dem neuen Programm für Existenzgründung und Mittelstand wird eine Erhöhung der Nachfrage auf durchschnittlich 180 Fälle pro Jahr erwartet.

Durch das neue Programm wird es für Unternehmen wesentlich einfacher zu erkennen, welche Maßnahmen gefördert werden und welche Zuschusshöhe zu erwarten ist. Zudem wird durch die schlankere Abwicklung beim Antrag und bei der Auszahlung die Effizienz des Programms gegenüber dem Verfahren bei den ehemaligen fünf Mittelstandsprogrammen deutlich verbessert. Damit wird den Erfahrungen aus der Praxis über notwendige Verbesserungen (einfacher, schlanker, übersichtlicher, Gleichbehandlung aller Zuschussnehmer) angemessen Rechnung getragen. Es ist bedarfsgerechter zugeschnitten und kann effizienter eingesetzt werden.

- Im Hinblick auf Betreuung und Weiterentwicklung der Kreditbürgschaften als Förderinstrument, das von der Bürgschaftsgemeinschaft durchgeführt wird, sind mehrere Maßnahmen zu nennen:
 - Der Bürgschaftshöchstbetrag, der bisher 750.000 EUR betrug, wurde auf 1 Mio. EUR angehoben (seit 01.01.2003).
 - Die Rückbürgschaften des Bundes und der Freien und Hansestadt Hamburg wurden per 01.01.2003 verlängert.
 - Das Liquiditätshilfeprogramm vom 01.01.2003, das durch Beschluss der Kreditkommission genehmigt wurde, ermöglicht es, Kreditbürgschaften an Unternehmen zu gewähren, die durch äußere – auch bei üblicher unternehmerischer Sorgfalt nicht vorhersehbare – Einflüsse in existenzbedrohende Liquiditätsschwierigkeiten geraten sind.
- Die Bürgschaftsgemeinschaft als Selbsthilfeeinrichtung der Wirtschaft und im engen Kundenkontakt mit den kleinen und mittelständischen Unternehmen ist selbst immer wieder Impulsgeber für Verbesserungen und Weiterentwicklungen inhaltlich und in der Handhabung des Instruments. Dieser Prozess wird ständig fortgeführt.
- Ein weiteres wichtiges Instrument der Mittelstandsförderung sind die Beteiligungen der BTG Beteiligungsgesellschaft Hamburg mbH. Die BTG kann für kleine und mittlere Unternehmen Beteiligungen ab 50.000 bis 500.000 EUR eingehen.
- Der Leitfaden Wirtschaftsförderung wurde aktualisiert (www.hamburg-economy.de)
- Der Mittelstandslotse, Herr Holstein, ist seit Juni 2002 bei der HWF (Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Hamburg mbH) als zentrale Ansprechstelle speziell für kleine und mittlere Unternehmen tätig. Er ist Mittler zwischen der Verwaltung und den Unternehmen und bietet Hilfe im Einzelfall an, vor allem bei Fragen zu Genehmigungen, Finanzierungen sowie bei der Suche nach geeigneten Gewerbeflächen und Büroräumen.
- Am 16. Dezember 2002 wurde die „Gemeinsame Mittelstandsvereinbarung“ der Behörde für Wirtschaft und Arbeit mit der Handelskammer und der Handwerkskammer unterzeichnet. Die intensive Diskussion zwischen Kammern, Politik und Verwaltung spiegelt sich in der jetzt vorliegenden Vereinbarung wider, die ausgewählte Schwerpunkte zur Zukunftssicherung des Hamburger Mittelstandes enthält.

- Zur weiteren Stärkung des Hamburger Mittelstands ist ein „Hamburger Wirtschaftszentrum“ geplant. Durch eine räumliche Verzahnung der für die Betreuung und Förderung des Mittelstandes besonders wichtigen Dienstleister „Bürgerschaftsgemeinschaft“ (BG), „Beteiligungsgesellschaft“ (BTG) sowie der „Innovationsstiftung“ soll eine zentrale und kompetente Anlaufstelle für Hamburger Unternehmen in Fragen der finanziellen und innovativen Wirtschaftsförderung geschaffen und damit Synergien ausgenutzt werden.
- In den Bezirken gibt es ein breites Betreuungsangebot für die lokale Wirtschaft. Zur Stärkung der stadtteilorientierten Wirtschaftsstruktur sollen die bestehenden Maßnahmen im Sinne von Best-Practice-Beispielen zwischen den Bezirksämtern ausgetauscht und weiterentwickelt werden.

In der jetzigen Situation kommt es auch darauf an, für die Zukunft tätig zu sein. Daher eine herzliche Bitte an Sie, sofern Sie noch nicht daran gedacht haben: Bilden Sie aus! Sie können auf diesem Weg Personal und Verstärkung mit Ihren Vorgaben und Zielen bekommen, Probleme mit den Mitarbeitern können Sie frühzeitig erkennen und gegensteuern. Und Sie helfen nicht nur den Jugendlichen, sondern auch dem Standort und der Gemeinschaft.

Die Zahlen und Fakten, Unterschiede im Gründungsverhalten und in der Unternehmensführung sind bekannt (und müssen nicht dargestellt werden):

Dass Frauen immer noch für gleiche Arbeit weniger Geld bekommen, ist wirklich kein Geheimnis mehr. Und das nicht nur in den Größenordnungen einer Carleton S. Fiorina, Topmanagerin von Hewlett-Packard, die einen Weltkonzern mit 93.000 Mitarbeitern leitet und dafür nur ein Gehalt von 1 Mio. Dollar und einen Bonus von 3 Mio. Dollar erhält, während ihr Kollege John T. Chambers von Cisco System für vergleichbare „Tätigkeiten“ locker das 40 fache, nämlich 157 Mio. Dollar erhielt.

Aber auch Frauen in weniger exponierten Positionen haben mit den seltsamsten Einstellungen zu kämpfen, so lange wie in ihren Beurteilungen unter der Rubrik „Schwachpunkte“ z.B. familienorientiert steht.

Die Deutsche Ausgleichsbank hat in ihrem Bericht „Wirtschaftsfaktor Unternehmerin“ festgestellt, dass wir zwar exakt wissen, dass es 1994 155.600 Ponys in Deutschland gab und auch die Anzahl der Ponys in den einzelnen Bundesländern bekannt ist, aber über die wirtschaftliche Betätigung von Frauen kaum Informationen vorliegen. In den Gewerbeanmeldungen wird nicht nach Geschlecht differenziert und die vielen selbstständigen Frauen in den Freien Berufen werden von der Gewerbestatistik gar nicht erfasst.

Der Verband deutscher Unternehmerinnen e.V., ein Zusammenschluss, den es bereits seit 1954 gibt, hat herausgefunden, dass von den 3,6 Millionen Selbstständigen in Deutschland 986.000, also rd. 28 %, Frauen sind. Rund die Hälfte haben sich im Bereich Dienstleistungen selbstständig gemacht. Es folgt der Bereich Handel, Gaststätten und Verkehr mit einem Anteil von 36 %. Wesentlich weniger Unternehmerinnen sind es in den Bereichen Produzierendes Gewerbe (9%) und in der Land- und Forstwirtschaft und Fischerei (5 %).

In diesem Sinn wünsche ich Ihnen interessante Informationen, gute Gespräche und eine erfolgreiche Veranstaltung.

Die Organisatorinnen



von links nach rechts:

Corinna Nienstedt:
Handelskammer Hamburg

Gila Otto:
Frau und Arbeit e.V.

Karin Amos:
@mos.Computerschule für Frauen

Linda Schlüter:
Hotel Hanseatin, Cafe endlich

Netzwerkmeile



Die Ausstellerinnen

- B.F.B.M. – Bundesverband der Frau im freien Beruf und Management e.V.
- EFA - Informations- und Beratungsstelle Frau und Beruf e.V.
- Expertinnen Beratungsnetz
- Frau und Arbeit e.V.
- Handelskammer Hamburg
- Schöne Aussichten – Verband selbstständiger Frauen e.V.
- Supervisionsnetzwerk
- Unternehmerinnenmesse Herbizz
- Verband Deutscher Unternehmerinnen (VdU)
- webgrrls e.V.
- women.de GmbH



Mehr Sicherheit durch Transparenz – Controlling als Planungsgrundlage

mit:

Doris Andresen-Zöphel

Rita Lassen

Inge Wehling

Moderatorin: Katharina Lemm

Die gut 30 Teilnehmerinnen stellten sich nach der anfänglichen Vorstellungsrund als sehr heterogene Gruppe heraus. Von der Jungunternehmerin, die sich nur mal über Controlling informieren wollte bis zur Profifrau, die sich seit Jahren in einem Unternehmen mit Controlling beschäftigt, waren alle Stadien des möglichen Wissensgrads über Controlling vertreten.

Das Interesse an Controlling wächst seit einiger Zeit enorm. Wenn auch mehr aus der Not heraus: Viele Banken wollen die Zahlen und Maßnahmen einer Unternehmensplanung im Vorwege wissen, die eigentlich jede Unternehmerin für ihren Betrieb wissen sollte.

Zu Beginn der Veranstaltung wurde allerdings erst einmal klargestellt was Controlling eigentlich ist: Controlling dient als Steuerungsinstrument, um Einnahmen und Ausgaben zu beeinflussen und zwar zum Wohle des Unternehmens.

Passend zu Hamburg wurde Controlling anhand eines Segeltörns erklärt: Wohin möchte ich segeln, welche Instrumente brauche ich, um sicher den Zielhafen zu erreichen, wie viel Proviant benötige ich dazu, was ist zu tun, wenn ich vom Kurs abkomme? Und wie ist es, wenn ich den Zielhafen sicher erreicht habe?

Die Grundlage jeglicher Unternehmensaktivitäten sollte eine genaue Planung dieser Aktivität sein. Je genauer und gewissenhafter die Planung, desto größer die Möglichkeit bei Bedarf regulierend einzugreifen. Für das Controlling in kleinen Unternehmen fehlen oft die Zeit, das notwendige know how und auch das Geld für festangestellte ControllerInnen. Hinzu kommt, dass oft den eigenen Angestellten – im Gegensatz zu externen ControllerInnen – nicht die notwendige Objektivität eingeräumt wird. Hier ist die Schnittstelle zu Betrieben, die das Controlling für kleine und mittlerer Unternehmen, so zu sagen, von „außen“ übernehmen.

So wichtig der Plan für ein bestimmtes Unternehmensziel auch sein mag, mindestens genau so wichtig ist die Planung nach „unten“: Was ist das Existenzminimum, damit der Betrieb überleben kann und was ist, wenn dieses unterschritten wird? Wie groß ist die Abhängigkeit von einzelnen Kunden, was passiert, wenn dieser Kunde wegbricht? Wie kann ich solche Abhängigkeiten umgehen?

Oftmals ist auch von Unternehmerinnen zu hören: Controlling? Damit beschäftige ich mich später! In diesem Workshop haben wir gelernt: Controlling: Von Anfang an mit dabei!

Als Teilnehmerinnen würden wir uns sehr freuen, wenn in absehbarer Zeit ein ganz pragmatischer Leitfaden „Wie funktioniert Controlling?“ von den Workshopreferentinnen herausgegeben würde!!!



Leiten und Führen – Instrumente der Personalentwicklung

mit:
 Elke Pukatzki
 Maria Simat-Leins
 Karin Stehr
 Moderation: Dette Alfert

In dem Forum waren 22 Frauen, die zum großen Teil Erfahrungen haben in der Personalentwicklung in ihrem eigenen Unternehmen, aber auch als leitende Angestellte und Beraterinnen im Arbeitsfeld Personalentwicklung.

Inhaltlich war die Diskussion auf drei Fragenkomplexe fokussiert:

1. Personalentwicklung bietet notwendige Instrumente zur Förderung der Motivation und Identifikation der Mitarbeiter/innen mit dem jeweiligen Unternehmen. Hypothese: Identifiziertes Personal ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein „gesundes“ Unternehmen, in dem alle Mitarbeiter/innen die Verantwortung für das Gelingen mit übernehmen.

Die Teilnehmerinnen auf dem Podium: Frau Simat-Leins, Unternehmensberatung und Personalentwicklung, Frau Pukatzki, Rechtsanwältin für Arbeitsrecht, Karin Stehr, Mitinhaberin von viva Brillenmode bestätigten alle die Notwendigkeit von gezielter Personalentwicklung und hielten dies keineswegs für ein überstrapaziertes Ideal, sondern für eine bewusste, notwendige Unternehmensentscheidung, Personalentwicklung in den Vordergrund zu stellen.

2. Instrument der Personalentwicklung bei Einstellung und die jeweiligen Fallstricke
3. Instrumente bei der systematischen Personalentwicklung im Betrieb zur kontinuierlichen Weiterentwicklung und Förderung von Personal.

Angeregt durch die Beispiele und Anregungen der Expertinnen entstand eine rege Diskussion mit den teilnehmenden Frauen mit vielen Erfahrungen und Reflexionen aus der jeweils eigenen Praxis.

Die Diskussion mündete in der Fragestellung: Welche Kernkompetenzen braucht man in der Verantwortung für Personal? Wissen um die jeweilige Unternehmenskultur und das Führungsverständnis, kommunikative Kompetenzen, um den Kontakt in einem Arbeitsbündnis gut zu gestalten, Kenntnisse der Instrumente und last but not least: ein eigenes authentisches Auftreten als Leitung und die Notwendigkeit, Modell zu sein mit den Werten und Vorstellungen, die man/frau als Leitung vertritt und anfordert.



Wo stehe ich? Wo steht mein Unternehmen? Unternehmerinnen ziehen Bilanz.

mit:

Gisela Hielscher.

Ines Kitzing

Dr. Kristine Stabernack

Marion Wedekind

Moderation: Bettina Klassen

Frage: In welchem Verhältnis zueinander stehen Bilanz ziehen im persönlichen Bereich und beim Controlling?

aus den Antworten:

- Beide Bereiche hängen sehr dicht zusammen. Persönlich kläre ich immer wieder, wieviel ich in mein Unternehmen hineingebe, wieviel ich hineingeben muss, und ob das, was ich hineingebe mit dem übereinstimmt, was auch wieder rauskommt. Und da greift dann das zahlenmäßige Controlling. Denn es ist immer auch eine Frage, ob das Engagement sich rechnet.
- Der Einstellung, die Controlling-Bilanz würde am Anfang eines Unternehmens keine Rolle spielen, möchte ich entschieden widersprechen. Es ist von Anfang an wichtig, sich nicht nur darüber klar zu sein, was die Unternehmerin ins Unternehmen hinein geben möchte. Von Anfang ist auch die Frage: Bringt das Unternehmen auch Gewinn?
- Was jedes Unternehmen unbedingt beherzigen sollte: Liquidität ist wichtiger als Rentabilität. Niemandem nützt das noch so schöne Privathaus, wenn darüber der Betrieb in Zahlungsschwierigkeiten gerät.

Frage: Welchen Stellenwert hat es, Kompetenzen abzugeben?

aus den Antworten:

- Betriebsbesichtigungen haben mir viel Inspiration gebracht. Da konnte ich sehen, wie andere Unternehmen organisiert sind. Erfolgreich sind meiner Erfahrung nach immer Unternehmen, die keine vorgefertigten Systeme übernehmen, sondern die Aufgabenverteilungen aus den eigenen Bedürfnissen und den Fähigkeiten der MitarbeiterInnen heraus entwickeln. Dazu bedarf es einer guten Kommunikation.
- Mir war vom Kopf her klar, dass ich nicht alles alleine machen kann, und ... abgeben musste. Aber es war schwer. Es war ja mein Baby. Zum Glück hatte ich einen Mann eingestellt, der sehr viel Geduld mit mir hatte.
- Wer Kompetenzen nicht oder zu spät abgibt, kann damit sogar die Unternehmensentwicklung behindern.

Frage: Wann haben Sie Bilanz gezogen?

aus den Antworten:

- Will ich wachsen? Will ich, dass das Unternehmen wächst? Diese Fragen gehören für mich zum Bilanz ziehen.
- Immer wieder. Man muss sich Freiräume schaffen und darf sich nicht vom Tagesgeschäft auffressen lassen. Strategien fallen einem nicht morgens ein, wenn man sich vornimmt: „Morgen zwischen 8.10 und 8.45 Uhr setze ich mich hin und denke über die Unternehmensentwicklung nach.“ Sie fallen einem beim Kartoffelschälen ein. Außerdem braucht man ein sehr gutes Konzept in dem Sinne, dass man genau wissen muss, was will ich und was ist mein Ziel.
- Als klar wurde: Jetzt muss ich wachsen. Da kamen die Fragen, „was mache ich ... nehme ich den großen Kredit auf ...?“
- Auch nachdem ich eine Kompetenz losgelassen hatte. Plötzlich brach was auf und ganz neue Perspektiven zeichneten sich ab ...
- Unsere Branche steckt in die Krise. Aber für mich war klar: Ich gebe nicht auf. Also musste ich neue Geschäftsfelder eröffnen.

Frage: Die Wirtschaftslage ist allgemein nicht einfach. Wie reagieren Sie darauf?

aus den Antworten:

- Es ist ein großes Problem, wenn ein weltweit agierender Konzern gleich nebenan ein ähnliches Geschäft aufmacht. Diese international tätige Konkurrenz läuft zwar nicht, aber sie kann das durch Quersubventionen verkraften. Nur: mir nehmen sie einen Teil meiner Kunden weg. Da sucht man dann auf Hochtouren: Was kann ich machen? Wo gibt es Geschäftsfelder? Wer in meinem Unternehmen hat welches Know how? Wo finde ich ansonsten geschultes Personal? Welche Wege wollen wir gehen? Mein Rat: Nehmen Sie keine Berater von außen, sondern hören Sie auf Ihr Personal. Die gesamte Kompetenz ist in Ihrem Unternehmen vorhanden. Wir bekamen die Gelegenheit, ein neues Sortiment aufzunehmen und konnten unsere Mitarbeiter entsprechend weiterschulen.
- Der Druck durch Großkonzerne ist enorm. Ich kann nur raten: Hören Sie zu, was die sagen - auch zu Problemen - und lernen Sie daraus. Dort wo der Großkonzern ein Problem hat, können Sie eine Stärke haben. Bei uns war es die Zuverlässigkeit und der persönliche Umgang. Kontakte zu Großkonzernen ergeben sich auf Messen oder Verbandstagen. Auch ich möchte bestätigen: Nehmen Sie sich keinen Berater von außen, sondern lernen Sie aus Ihrer Organisation und entwickeln sie sich von innen her weiter.
- Auch Kunden sind oft hilfreiche Gesprächspartner.

Frage: Welche Erfahrungen haben Sie mit mehreren Gesellschaftern?

aus den Antworten:

- Wichtig ist, die Funktionen genau zu definieren.
- Die Probleme mit Gesellschaftern in der Unternehmensleitung beginnen, wenn einer der Gesellschafter familiäre Probleme bekommt. Denn dann verändert sich plötzlich seine oder ihre Interessenlage.
- Angestellte zu Teilhabern zu machen, ist die falsche Strategie. Ich wollte die Bindung von Angestellten an das Unternehmen erhöhen und habe die Anteile später für viel Geld zurückkaufen müssen.
- Das berührt auch das Thema Unternehmensnachfolge. Hier ist wichtig, einen konzeptionellen Jahresplan zu entwickeln, aus dem genau hervorgeht, wann welche Anteile an

den Nachfolger übergehen und wann - etwa in fünf Jahren - sich die Unternehmerin ganz aus dem Geschäft zurückzieht.

- Wir haben genau festgelegt, wer welche Risiken trägt, was wir als geschäftsführende Teilhaber dürfen und wann die Gesellschafterversammlung gefragt wird.

Frage: Welche Erfahrungen haben Sie zum Thema „Anreize für Mitarbeiter schaffen und trotzdem die Entscheidung in der Hand behalten“?

aus den Antworten:

- Ich finde es wichtig, die Anteile in den eigenen Händen zu behalten. Schon, weil ich mich bei strategischen Entscheidungen nicht mit anderen abstimmen will. Sinnvoll ist beispielsweise eine Gewinnbeteiligung der Geschäftsführer.

Frage: Wie erleben Sie die beiden Rollen als Unternehmerin, die zu ihren eigenen Stärken steht, und als Frau?

aus den Antworten:

- Ich bin ins väterliche Unternehmen eingestiegen und kenne den Konflikt zwischen der stringenten Unternehmerin und der freundlichen Tochter. Denn nicht immer konnte ich die Entscheidungen meines Vaters gutheißen. Das war ein Prozess: Zu den eigenen Entscheidungen finden und sie meinem Vater gegenüber vertreten. Wir haben oft lange diskutiert, bis wir eine Lösung gefunden haben, die wir beide akzeptieren konnten. Aber manchmal ist sie mir auch heute ein bisschen fremd, diese stringente Unternehmerin.
- Vom Typ her bin ich eine Kurzstreckenläuferin und musste erst lernen, die langen Distanzen der Unternehmerin zu rennen. Letztlich ist das eine Frage der Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern.
- Mir ist wichtig, die Entscheidungen selbst zu treffen. Aber manchmal merke ich auch, wie ich zu misstrauisch werde gegenüber anderen. Das ist dann für mich der Punkt an dem ich immer wieder klären muss: Wer bist du denn eigentlich?
- Beides trifft sich für mich in der Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern und der Gesellschaft. Wenn der Wohlstand es erlaubt, dann sehe ich mich in der Pflicht, den Schwächeren zu helfen.



Aufbruch zu neuen Kunden: Marktrecherche und Akquise

mit:
 Kerstin Bublitz
 Christiane Gerwing
 Anke Krahn
 Cornelia B. Kromminga
 Moderation: Gerlinde Geffers

Marktrecherche und Akquise hören nie auf – man muss sie immer machen!

Marktrecherche:

- Es ist wichtig, die Märkte und Branchen zu kennen, auf und in denen Sie sich bewegen.
- Ständige Marktbeobachtung ist notwendig.
- Branchenspezifische und allgemeine Informationen erhalten durch: Gespräche mit KundInnen, Fachzeitschriften, Marktforschungsinstitute, Tageszeitungen, Wirtschaftseiten, Kammerdaten, Fachverbände, statistisches Bundesamt, Banken – Branchenkennzahlen, Welt-Wirtschafts-Institut, Messen (z.B. Du und Deine Welt), Internet, UnternehmerInnenverbände, Ausschusssitzungen in der Politik (z.B. Planung und Wirtschaft).
- Wie treffen GeschäftspartnerInnen ihre Entscheidung? Wie sind diese organisiert? Wozu suchen die?

Umsetzung der Marktrecherche:

- Ein Profil erstellen und das Marketing darauf ausrichten.
- Wie wenden Sie sich an die Zielgruppe und bieten Sie, was diese will?
- Auf Emotionen der Kundschaft eingehen, sich in die Zielgruppe hineinversetzen.
- Psychologie und Umfeld kennen – emotional berühren.
- An dem/der KundIn bleiben, nicht auf das Produkt/die Dienstleistung starren – was ist der Nutzen für die KundInnenschaft?
- Den/die KundIn selbst ansprechen – er/sie möchte wahrgenommen werden.
- Zuhören ist wichtiger als reden.
- Über Preise informieren – nicht nur kalkulieren – marktfähig sein.
- Ehrlich mit sich selber sein – sind Sie introvertiert, ist es z.B. zwecklos, am Telefon zu verkaufen. Herausfinden: was passt zu Ihnen?
- Nicht alles allein machen. Lernen Sie Ihre Schwächen und sich selbst kennen.
- Sich öffnen, lösen und neue Ansätze finden. Sich immer fragen: Was kann ich anders machen?
- Nicht zu spät anfangen, sich ein zweites und drittes Bein wachsen lassen. Es darf Ihnen nicht die blanke Not aus den Augen springen.
- Behandeln Sie die anderen, wie Sie selbst behandelt werden wollen.



Krise als Chance – Von der Früherkennung zum Handeln

mit:

Dagmar Hayen

Johanna Ordnung

Dr. Margarita Tchouvakhina

Karen Wolfson

Moderation: Susanne Möcks-Carone

Wann ist der richtige Zeitpunkt für eine Krisenberatung?

Alle waren sich einig, dass die Unternehmen in der Regel zu spät Beratungsangebote wahrnehmen mit der Folge, dass nur noch wenig bis keine Bewegungsmöglichkeit mehr bleibt. Aber es ist schwer zu entscheiden, wann der richtige Zeitpunkt ist. Rechtlich betrachtet müsste die Unternehmerin handeln, wenn sie überschuldet ist, d.h. wenn sie den laufenden Forderungen in absehbarer Zukunft nicht mehr nachkommen kann. Aber diese Situation haben viele Unternehmerinnen schon erlebt, und sie waren froh, ihre Insolvenz nicht bekannt gegeben zu haben. Im Rückblick derjenigen, die aus eigenen Kräften aus der Krise herausgekommen sind, wäre es misslich gewesen, Insolvenz anzumelden. Letztlich bleibt der richtige Zeitpunkt für die Krisenberatung eine Bauchentscheidung. Aber Vorsicht!!! Emotionen und Sentimentalität können den nüchternen Blick verstellen und einen dazu verleiten, die Gründe für die Krise in der falschen Richtung zu suchen.

Die verschiedenen Gründe von Krisen

Man unterscheidet drei verschiedene Arten von Krisen:

- Die Strategiekrisis, bei der ein Unternehmen in eine falsche Richtung geht, ohne gleich in Liquiditätsschwierigkeiten zu gelangen. Beispiel ist IBM, die lange auf Großrechner gesetzt haben und erst viel zu spät mitbekamen, dass der Markt sich im PC-Bereich weiterentwickelt. Nur mit größter Schwierigkeit konnte der Konzern im Nachhinein den Anschluss schaffen.
- Die Ertragskrise, wenn das Unternehmen anfängt, Verluste zu schreiben, aber noch Geld hat. Diese Krise wird oft nicht erkannt, weil sie emotional überlagert ist von Strukturen, die im Familienunternehmen gewachsen sind, oder der Grund im Sommerloch gesucht wird oder bei der Bank, die eine Überbrückung nicht mitträgt.
- Die Liquiditätskrise, wenn den laufenden Forderungen nicht mehr nachgekommen werden kann und die Bank den Kredit oder Kontokorrent kündigt.

Wer ist schuld an der Krise?

Das Podium vertrat die Auffassung, dass die Schuld stets im Unternehmen zu suchen ist. Im Plenum gab es dazu heftigen Widerspruch nach dem Motto: Was kann ich denn dafür, wenn die Arbeitslosigkeit hoch ist oder wenn die Banken keine Kredite mehr gewähren wegen Basel II. Das Podium beharrte darauf, dass die Unternehmerin, auch wenn sie die Rahmenbedingungen nicht verändern kann, dennoch rechtzeitig darauf reagieren muss.

Das A und O der Krisenfrüherkennung: Ein funktionierendes Controlling!

Viele der Unternehmen, die Insolvenz anmelden, haben kein funktionierendes Controlling mit der Folge, dass sie erst viel zu spät merken, wenn etwas schief läuft. Ein Beispiel: Der Blick auf das Konto allein verrät einem nicht, ob bei gutem Umsatz auch die Deckungsbeiträge stimmen, sprich: Ob der Umsatz einzelner Produkte auch nach Abzug aller Entstehungskosten einschließlich Raummiete, Sekretariat etc. hoch genug ist. Auch die Daten aus der Buchhaltung helfen dabei nicht weiter, weil sie rückwärtsgewandt sind und die Unternehmerin die Signale für Fehlentwicklungen viel zu spät wahrnimmt. Zielgerichtete Planung und Früherkennung sind auf Basis von Buchführungszahlen nicht möglich.

Weitere Faktoren, die zur Krise führen können:

- **Geringe Eigenkapitalquote:** Kleine und mittelständische Unternehmen leiden häufig darunter, dass die Eigenkapitalquote zu gering ist, mit der Folge, dass die Folgekosten in Form von Zinsen zu hoch sind oder die Kapitalgeber plötzlich ihre Gelder zurückfordern. Gut wäre eine Eigenkapitalquote von 30 %. Der Durchschnitt bei mittelständischen Unternehmen liegt bei 10 % Eigenkapitalquote.
- **Scheu vor Beratern:** Ganz generell nehmen Unternehmen zu wenig externe Hilfe in Anspruch. Die Inanspruchnahme eines externen Krisenberaters zu einem Zeitpunkt, der früh genug ist, lohnt sich, weil dieser ganz nüchtern auf das Unternehmen guckt. Die Unternehmerin hängt möglicherweise aus emotionalen oder sentimentalen Gründen an Produkten oder Strukturen, die wirtschaftlich nicht tragbar sind. Wichtig ist jedoch, dass der Berater aus der Branche kommt und die Gepflogenheiten kennt. Dann kann er dem Unternehmen viel Geld sparen.
- **Ungenügender Vertrieb:** Der Vertrieb funktioniert nicht gut genug oder wird in Zeiten, in denen das Unternehmen gut ausgelastet ist, bei kleinen (Dienstleistungs-)Unternehmen vielleicht sogar gedrosselt. Wenn die Aufträge weniger werden oder abgearbeitet sind, fehlen dann neue Kunden. Wenn die Akquise in guten Zeiten zu aufwendig ist, besteht die Möglichkeit, große Teile (etwa Werbeaussendungen) nach außen zu verlegen.

Und wenn die Krise erst manifest ist:

Die Unternehmerinnen auf dem Podium hatten die bittere Erfahrung gemacht, dass einem keiner mehr hilft, wenn ein Unternehmen erst in der Krise steckt.

- Die Hausbanken, die staatliche Hilfen abwickeln, geben in der Regel kein positives Statement mehr ab, so dass keine staatlichen Hilfen fließen.
- Im Gegenteil kündigen die Hausbanken selbst Kredite und/oder Kontokorrent.
- Ein Bankwechsel ist heute kaum noch möglich, weil die neue Bank sich immer mit der Vorgängerbank in Verbindung setzen wird, um mehr über den neuen Kunden zu erfahren.
- Der Staat bietet 50 %-Zuschüsse für Unternehmensberatungen. Auch diese Zuschüsse helfen letztlich nur bei einer rechtzeitig erkannten Krise, da die Beratung zunächst bezahlt werden muss und das Amt zu lange braucht (oft drei Monate), um die Zuschüsse auszuzahlen.
- Auch das Arbeitsrecht birgt ein großes Problem für kriselnde Unternehmen, da gute Mitarbeiter sich häufig schon im Vorfeld neu orientieren und die schwächeren Mitarbeiter nicht so schnell gekündigt werden können, wie es für die Sanierung notwendig wäre.



Der Plan ist reif: Finanzierung der Unternehmensentwicklung

mit:

Andrea Klerman

Martina Krämer

Rita Mirliauntas

Moderation: Christiane Ram

Was ist Unternehmensentwicklung? Wann fängt man an, sich über die Entwicklung Gedanken zu machen?

- Neuer Standort, neuer Fuhrpark, neue MitarbeiterInnen.....
- Es hat oft einen Schneeballeffect – großes Tagesgeschäft, Personalfrage (wer soll das abarbeiten), Räume zu klein (Umzug)...

Was gehört in einen Business-Plan? Dieser ist aus der Gründung bekannt, wie sieht er aber beim wachsenden Unternehmen aus bzw. was will die Bank wissen?

- Investitionsplan vorlegen.
- Offenlegung der wirtschaftlichen Situation Ihres Unternehmens.
- Wie viel Eigenkapital haben Sie, wie viel ist im Unternehmen gebunden?
- Dokumentation Ihres wirtschaftlichen Erfolgs.
- Banktermini benutzen (evtl. von Fachmensch z.B. bei Senioren helfen jungen Unternehmen oder der H.E.I. bzw. BG prüfen lassen).
- Je besser die Aufarbeitung, je mehr Fragen vorweggenommen werden, desto besser wird es bei der Bank laufen.
- Bei Kalkulation des „worst case“ sollte die Kreditrückführung gesichert sein; dann ist es auch o.k.

Wie finden Sie Ihren Sparrings-Partner?

- Ihre Hausbank fragen, ob die Interesse an Ihrem Vorhaben hat.
- Ihren Plan bei drei Banken vorlegen, bzw. drei Banken testen.
- Gute Banken für GründerInnen sind zur Zeit: Vereins und Westbank, Haspa Adolfsplatz (z. Zt. Aber überlaufen, daher Kosten für B-Plan Prüfung).
- Es kommt immer häufiger vor, dass Banken Gebühren für die Überprüfung des Business-Plans nehmen. Bei der Haspa sind dies 100 Euro für KundInnen und 200 Euro für Externe.

Das Bankgespräch/grundsätzlicher Umgang mit der Bank:

- Frauen kommen häufig als Bittstellerinnen zur Bank, sie sind aber Kundinnen!!!
- Wichtig ist, sich selbstbewusst darzustellen und die Geschäftsidee selbstbewusst zu präsentieren. Evtl. gilt es dann das Thema optimistischer darzustellen, als der Bauch es sagt. Frauen versprechen gern nur Dinge, die sie unbedingt halten können, es ist aber nicht schlimm, wenn der Plan über- oder untererfüllt wird.

- Die Bank achtet darauf ob sie es der Unternehmerin zutraut, ihr Geschäft gut zu führen und ob die Zahlen nachvollziehbar sind.
- Der persönliche Eindruck – auch von der Unternehmerin selbst – ist wichtig! Entscheidung nach Aktenlage ist schwierig.
- Bei Ablehnung des Kredits sollten Sie gezielt nach den Gründen fragen.
- Die Bank ist Partner – Informationen fließen auf einer persönlichen Ebene hin und her, viele Informationen über das Unternehmen werden der Bank gegeben.
- Regelmäßiger Kontakt zu und der Austausch mit der Bank sind wichtig.
- Wenn Sie mit Ihrer Bank nicht klar kommen, können Sie diese wechseln. Bei momentanen Schwierigkeiten müssten Sie diese aussitzen und einen günstigen Termin für einen Wechsel abwarten.
- Die DtA ist dankbar über Rückmeldungen, die den Umgang der Bank mit DtA-Krediten betreffen.
- Bei Bankproblemen kann die BG evtl. helfen und evtl. Gesprächspartner für Kleinstfinanzierungen vermitteln.

Förderprogramme:

- DtA: Voraussetzung ist 15% Eigenkapital/Eigenleistung/Sachleistung
- KfW –Mittelstandsbank (Fusion v. DtA und KfW): Förderdatenbank unter www.bmwi.de
- EU: keine direkten Zuschüsse für GründerInnen, nur auf Projektebene und in Kooperation mit mehreren UnternehmerInnen. Es gibt extra Beratungsstellen dafür. Achtung: Vorfinanzierung nötig
- Hamburg: Programm für Existenzgründung und Mittelstand (EUM 03): bis 3 Jahre nach der Gründung, für Investitionen mit einer Laufzeit von mind. 5 Jahren, für Erweiterungseffekt: 20% mehr Umsatz oder Personal, zu beantragen bei der Hausbank.
- Leitfaden Wirtschaftsförderung: www.hamburg-economie.de.
- BTG: bis 500.000 Euro, nur Investitionen, das Unternehmen wird 10 Jahre begleitet, Eigenkapitalparität!



Eins und Eins macht Drei! Service – Ausweitung durch Kooperation

mit:

Astrid Bah
 Andrea Basse
 Claudia Kunitz
 Karin Stubben
 Dr. Margarete Remmert-Rieper
 Inge Wehling
 Moderation: Cornelia Zolghadri

Begrüßung zum Forum: Dr. Karin Amos

Begrüßung und Vorstellung der Referentinnen: Cornelia Zolghadri

1. Andrea Basse für "Unternehmerinnenzentrum Hannover (UZH)"
 Frau Basse ist seit 5 Jahren Unternehmerin und begleitet das UZH mit Öffentlichkeitsarbeit - intern und extern. Daneben ist sie für das Kestner Museum in Hannover tätig.
2. Dr. Margarete Remmert-Rieper für Conspectra Hamburg
 Frau Dr. Remmert-Rieper ist seit 3 Jahren Unternehmerin und leidenschaftliche Netzwerkerin und Initiatorin des Unternehmerinnen-Netzwerkes Conspectra.
3. Claudia Kunitz für Arbeitsgemeinschaft erfolgreiches Selbstmarketing
 Frau Kunitz ist seit 4 Jahren Unternehmerin, leidenschaftliche Buchhalterin und hat für sich ganz bewußt den Weg in die Selbstständigkeit gewählt.
4. Karin Stubben für das Supervisionsnetzwerk
 Frau Stubben ist seit 4 Jahren Unternehmerin und gemeinsam mit ihrer Geschäftspartnerin Ines Stade Inhaberin der Fa. Supervisionsnetzwerk
5. Astrid Bah für Perle - Die Handwerkerinnenagentur
 Frau Bah ist seit 4 Jahren Unternehmerin und zusammen mit ihrer Geschäftspartnerin Annette Albinus Inhaberin der Fa. Perle, einem Handwerkerinnennetzwerk in Hamburg.
6. Inge Wehling für Elementar GmbH
 Frau Wehling ist seit 7 Jahren Unternehmerin. Ihr Unternehmen ist auf dem internationalen Lebensmittelmarkt tätig.

1. Frage-Teil

Fragen von Zuhörerinnen an das PODIUM:

Frau Basse:

Was kostet ein Büro im UZH?

Antwort:

Hat Preis/m2 genannt. Genaue Infos müssen im UZH direkt angefragt werden.

Frau Dr. Remmert-Rieper:
Wer akquiriert den Auftrag bei einer Kooperation.

Antwort:
Eine der Expertinnen akquiriert im Namen der anderen, die dann quasi als Subunternehmer agieren.

Frau Remmert:
Welche Expertin schreibt bei einem gemeinsamen Auftrag die Rechnungen an den Kunden?

Antwort:
Eine der Expertinnen schreibt die Kundenrechnung; die anderen berechnen wiederum an die entsprechende Expertin.

Frau Stubben:
Wie funktioniert eine Empfehlung durch das Supervisionsnetzwerk?

Antwort:
Durch vorheriges Kennenlernen und Abklärung der Fachkompetenzen.

Frau Bah:
Was kostet eine Auftragsvermittlung über die Perle?

Antwort:
Muß von Fall zu Fall verhandelt werden.

an alle:
Wie erfährt man von weiteren Netzwerken?

Antwort C. Zolghadri:
In Hamburg gibt es ca. 60 Berufsverbände für Frauen. Diese treffen sich z.B. auf dem FrauenNetzwerkForum oder sind im Internet zu finden unter www.hamburger-frauenetzwerkforum.de.

an alle:
Wie findet man heraus, welches Netzwerk das Richtige ist?

Antwort Frau Stubben:
Zunächst muß jede Unternehmerin herausfinden, wie ihre eigenen Ziele aussehen und dann gezielt auf die Suche gehen und einige Netzwerke einfach ausprobieren.

2. Frage-Teil

Fragen von Cornelia Zolghadri an:

Frau Basse - UZH:
Wie oft kommt es zu einem aktiven Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmerinnen im UZH. Wird seitens der Unternehmerinnen Wert auf regelmäßige Treffen oder Round-table-Diskussionen gelegt?

Antwort:
Nach Bedarf bilden sich kleine Gruppen der betroffenen Unternehmerinnen. Es gibt keine festen Termine oder Anlässe.

Frau Dr. Remmert-Rieper - Conspectra:

Wenn eine "Neue" (Expertin) dazu kommt, zeigt sich schnell die Qualität im menschlichen Miteinander. Steht für Sie die Sympathie oder die professionelle Qualifikation an erster Stelle?

Antwort:

Ganz ohne Sympathie geht es nicht. Die fachliche Qualifikation ist aber ein wichtiges Kriterium für den gemeinsamen beruflichen Erfolg.

Frau Kunitz - AG Selbstmarketing:

Müßten Sie eine Checkliste für eine Gründerin im Dienstleistungs- oder Beratungsbereich schreiben, was würden Sie ganz oben auf die Liste setzen?

Antwort:

Der Wille, es zu schaffen. Der Mut, sich auf das Wagnis Selbstständigkeit einzulassen.

Frau Stubben - Supervisionsnetzwerk:

Was könnten Frauen in ihrem Auftreten verbessern, wenn es um Geld, also um den Preis für ihre Arbeit geht?

Antwort:

In diesem Punkt unterscheiden sich zwei Unternehmerintypen.

Typ 1 ist auf sich selbst gestellt und kämpft mit sich und dem Kunden die Preise durch.

Typ 2 ist neben der Erwerbstätigkeit des Partners selbstständig und hat vielleicht nicht den Druck wie Typ 1.

Infolge dessen verlaufen Verhandlungen äußerst unterschiedlich.

Frau Bah - Perle:

Wo sehen Sie die Schnittstelle zwischen Netzwerken und Geschäftskooperation - Sie können gern ein Beispiel nennen, damit es für uns deutlicher wird.

Antwort:

Bei unserer Arbeit gibt es keine klare Abgrenzung zwischen Netzwerken und Geschäftskooperation. Der Übergang ist manchmal fließend; aber wir behalten die Entwicklung der Kontakte immer im Auge. Im Laufe der Zeit haben wir auch durch Fehler gelernt, wie wir unseren Kooperationspartnern und Kunden klarmachen, was kostenfreier Service und was bezahlte Leistung / Beratung ist.

Frau Wehling:

Wenn Sie Ihre internationalen Handelsbeziehungen betrachten; könnten Sie sich vorstellen, sich mit ausländischen Unternehmerinnen zu vernetzen?

Antwort:

Ja! Ich arbeite bereits daran. Im Rahmen meiner Mitgliedschaft beim VDU haben wir einige Ideen dazu entwickelt und wollen ein Netzwerk dieser Art in Zukunft vorantreiben.



Ihre Haltung sagt mehr als tausend Worte! Aber was denn eigentlich?
mit:

Prof. Cornelia Krawutschke

Schon der Titel hörte sich interessant an, so dachten auch viele andere Besucherinnen des Unternehmerintages. Mehr als 50 Frauen wollten sich darüber informieren, was ihre Haltung denn aussagen könnte. Weit mehr als 10 Frauen konnten aus Platzgründen leider nicht an diesem Forum teilnehmen.

Nach einer kurzen Begrüßung durch Frau Prof. Krawutschke, erfolgte gleich der Sprung ins kalte Wasser: Alle Teilnehmerinnen sollten aufstehen und sich vorstellen, sie würden hier auf dem Unternehmerintag merken, dass sie eine Erkältung bekämen und am liebsten von keiner anderen Frau angesprochen werden wollen. Nun sollten die Teilnehmerinnen diesen Gedanken körperlich ausdrücken. Das gelang nicht allen gleich auf Anhieb, aber durch gezieltes Nachfragen von Frau Prof. Krawutschke wurde klar, worauf es bei dieser Übung ankam, denn sofort im Anschluss überkam alle die Genesung und aus zusammengesunkenen, mit hängenden Schultern und abgewandten, leidenden Blicken wurden Frauen, die in Anbetracht der Vorfreude auf den Unternehmerintag und der Begegnung mit vielen spannenden Frauen, mit lächelnden offenen Gesichtern, straffen Körpern und festen Blicken in die Runde der anwesenden Frauen schauten. Ziel dieser Übung war, deutlich klar zu machen, dass die innere Haltung und Einstellung die äußere Haltung bestimmt.

Die Stimme und die äußere Haltung bestimmen, auf welche Weise ich mit anderen in Kontakt trete. Welche Begeisterung, welchen Willen, welches Engagement kann ich anderen deutlich machen, wenn meine äußere Haltung Desinteresse, Lustlosigkeit, Gleichgültigkeit ausdrückt?

Wurde früher viel Wert auf Förmlichkeiten gelegt, wandelte sich im Laufe der Zeit diese „äußere Kompetenz“ in eine „inhaltlich Kompetenz“. Es gilt, durch Argumente zu überzeugen. Wichtig ist aber, beide Kompetenzen zusammenzubringen. Oft haben wir in Gesprächen oder Verhandlungen das Gefühl, unser Gegenüber eigentlich durch unsere inhaltliche Kompetenz überzeugt zu haben. Doch wir bemerken: so ganz ist es uns doch nicht gelungen. Woran liegt das?

Studien zufolge werden die meisten Menschen durch die äußere Haltung überzeugt: Nur 13% lassen sich durch den Inhalt überzeugen, aber 87% durch die vortragende Person. Von diesen 87% legen 53% Wert auf die Körperhaltung, 27% auf die Stimme.

Mit vielen kleinen Übungen hat Frau Prof. Krawutschke die Teilnehmerinnen angeregt, bewusster über ihre eigene Körperhaltung und -ausdruck nachzudenken.

Nur wer bewegt ist, kann bewegen!

SPIELPLAN Unternehmenstheater

Wo die Mitarbeiter selbst ins Spiel kommen, ist das Potential ihrer Identifikation mit dem Dargestellten und somit auch die Wahrscheinlichkeit einer nachhaltigen Wirkung größer.



Unternehmenstheater mit Profi-Schauspielern beinhaltet eine „Stellvertreter-Handlung“. Für manche Zwecke (zum Beispiel die plastische Darstellung komplizierter Themen auf der Bühne) oder auch, wenn Inhalte in relativ kurzer Zeit an viele Personen vermittelt werden sollen, kann das sinnvoll sein. Aber da, wo es vorrangig um intensives Erleben, nachhaltige Effekte und die Anregung von Dynamik und Veränderungsimpulsen geht, ist das Selber-Machen wahrscheinlich die effektivere Methode.

Der Einsatz von Unternehmenstheater ist ein Wagnis, denn seine Wirkung ist nicht von vornherein absehbar. Das Spielen mit Mitarbeitern erfordert insofern den Willen, sich auf Unbekanntes einzulassen – und zwar auf Seiten aller Beteiligten: welche Themen im Prozess genau aufkommen oder in welcher Weise Vorgaben umgesetzt werden, bleibt offen und ist ex ante nicht steuerbar. In dieser Offenheit liegen Chancen, aber eben auch Unwägbarkeiten.

Ein wesentlicher Aspekt der Wirkung von Unternehmenstheater - und dies gilt auch für das der Profi-Schauspieler – ist der des Transfers: Unternehmenstheater ist eine „andersartige“ Interventionsform, die zeitlich beschränkt – und oftmals nur für wenige Stunden – von außen herangeholt wird. Ob es dauerhaft wirkt, hängt von der Einbettung in umfassende Prozesse der Organisations- und Personalentwicklung ab. Von grosser Bedeutung ist hierbei, ob und wie das spielerische Lernen einen Anschluss in den konventionellen verbalen Kommunikationsformen findet. Soll das Theater mehr sein als ein isoliertes Instrument, ist es sinnvoll, das im Spiel Erlebte mit klassischen Seminarmethoden nachzubereiten.

Talkrunde über unternehmerische Neuanfänge



Mit dabei waren:



Kerstin Bublitz
KMR Verkehrstechnik – Schilder – Werbung



Traute Müller
TMC Consulting



Christiane Neumann
Bäcker Neumann GmbH



Sybille Schrödter
Kabarettistin und Buchautorin



Johanna Ordnung
ehem. Ordnung Wohnen GmbH



Moderation: **Birgit Kiupel**
NDR



Gutachten des Instituts für Mittelstandsforschung IfM Bonn, März 2003,
www.ifm-bonn.org, ab September in der Reihe „Dokumentation“ des BMWA

Unternehmerinnen in Deutschland

Zahlen – Daten – Fakten

Das Institut für Mittelstandsforschung IfM Bonn hat im März 2003 im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit ein Gutachten über „Unternehmerinnen in Deutschland“ vorgelegt.

Dieses Gutachten geht auf Basis einer Unternehmensbefragung unter anderem auf die Frage ein, ob und wenn ja welche Charakteristika für Frauen- und Männerunternehmen (Unternehmen, die überwiegend von Frauen bzw. Männern geführt werden, die gemeinschaftlich mehr als 50 Prozent der Kapitalanteile halten) bestehen.

Das überraschende Ergebnis: Fast alle der Merkmale, die in der Vergangenheit Frauenunternehmen zugeschrieben wurden, sind nicht dem Geschlecht, sondern den Betriebsgrößen und Wirtschaftszweigen zuzuordnen, in denen Frauen ihre Unternehmen überwiegend gründen oder übernehmen.

- So verfügen Unternehmer über die gleiche, überdurchschnittlich hohe Schulbildung wie Unternehmerinnen.
- In vergleichbaren Branchen mit vergleichbaren Betriebsgrößen haben Unternehmerinnen und Unternehmer die gleichen Absatz-, Personal- und Finanzierungsprobleme.
- Auch Unterschiede in der Beschäftigungsstruktur von Frauen- und Männerunternehmen (Frauenbetriebe beschäftigen mehr un-/angelernte Arbeiter und einfache Angestellte, weniger Facharbeiter und qualifizierte Angestellte, mehr Frauen und mehr Teilzeitbeschäftigte als Männerunternehmen) lassen sich weitgehend auf die Unternehmensgrößen, die angebotenen Sach- und Dienstleistungen und die dafür jeweils eingesetzten Technologien zurückführen.
- Unternehmerinnen wählen im Vergleich zu Unternehmern mit vergleichbaren Betrieben jedoch auffällig häufiger die Organisationsform des Einzelunternehmens als die der GmbH oder der GmbH&Co.KG. Damit nehmen Frauenunternehmen häufiger das vollständige Haftungsrisiko auf sich.
- Ein deutlicher Unterschied besteht zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern mit betreuungspflichtigen Kindern: Während Unternehmer bei der Kinderbetreuung in der Regel (fast 90 Prozent) von ihren Partnerinnen entlastet werden, betreut gut die Hälfte der Unternehmerinnen ihre Kinder tagsüber auch selbst. Das wirkt sich spürbar auf die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit aus. Frauen mit betreuungspflichtigen Kindern verwenden in der Woche durchschnittlich 44 Stunden für ihre selbstständige Tätigkeit auf, während Männer in der gleichen Lage 59,7 Stunden arbeiten.

Insgesamt lässt sich bei einem Vergleich zwischen selbstständigen Frauen und Männern feststellen: Der Abstand zwischen den Betriebsgrößen, der wöchentlichen Arbeitszeit und dem monatlichen Nettoeinkommen von weiblichen und männlichen Selbstständigen hat sich in den letzten Jahren verringert. Eine Angleichung ist dennoch nicht in Sicht. Die rund 520.000 frauengeführten Eigentümerunternehmen in Deutschland (17,9 Prozent aller Unternehmen) bieten rund 7,2 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (1,9 Mio.) einen Arbeitsplatz und erwirtschaften nur rund 5,6 Prozent des Gesamtumsatzes in Deutschland (231,5 Mio. Euro jährlich). Einer der Hauptgründe scheint in den gewählten Studienfächern und Ausbildungsberufen und damit in den Tätigkeitsbereichen zu liegen, in denen Frauen

sich selbstständig machen. Frauen gründen nach wie vor mit deutlich weniger Eigenkapital und in Branchen, in denen mit kleinen Betrieben vergleichsweise weniger verdient wird.

Anteil der selbstständigen Frauen in Hamburg

Hamburg nimmt beim Anteil der selbstständigen Frauen im Bundesländervergleich die Spitzenposition ein: 8,7 Prozent aller berufstätigen Frauen gehen hier einer selbstständigen Tätigkeit nach gefolgt von Berlin mit 8,1 Prozent und Hessen mit 7,2 Prozent (Zahlen aus 2001). In absoluten Zahlen: Von 1991 bis 2001 hat sich die Zahl der selbstständig tätigen Frauen in Hamburg um 33,3 Prozent auf über 32.000 erhöht. Allerdings war die Anzahl der selbstständigen Frauen in Hamburg im Jahr 2001 erstmals seit sechs Jahren wieder leicht rückläufig (um minus 3 Prozent). Auch der Anteil der Frauen an allen Selbstständigen in Hamburg ist von 33,7 Prozent im Jahr 2000 auf 32,3 Prozent in 2001 zurückgegangen. Daraus eine Trendwende abzuleiten wäre jedoch voreilig, zumal der Frauenanteil unter den Selbstständigen im Zweijahresvergleich gestiegen ist und das Jahr 2000 als Boomjahr interpretiert werden kann. Während 1999 in Hamburg 7,8 Prozent aller berufstätigen Frauen selbstständig tätig waren (das waren 30,1 Prozent aller Selbstständigen), lag die Quote selbstständiger Frauen 2001 in Hamburg bei den oben schon erwähnten 8,7 Prozent (das waren 32,3 Prozent aller Selbstständigen).

In diesen Bereichen machen Frauen sich selbstständig

Rund 88 Prozent aller weiblichen Selbstständigen waren 2001 in den Bereichen Handel, Gastgewerbe, Verkehr und sonstigen Dienstleistungen tätig (gegenüber rund 64 Prozent der männlichen Selbstständigen). Während der Anteil der selbstständigen Frauen im Bereich der sonstigen Dienstleistungen im Zeitraum von 1995 bis 2001 besonders stark gestiegen ist (von 35,0 auf 37,2 Prozent) ging ihr Anteil im produzierenden Gewerbe im gleichen Zeitraum von 11,7 auf 10,2 Prozent zurück.

In den folgenden Bereichen liegt die Selbstständigenquote von Männern (Selbstständige im Verhältnis zu den Berufstätigen aus einem Bereich) deutlich (mehr als Faktor 3) über der von Frauen:

- im Kredit- und Versicherungsgewerbe sind 16,2 Prozent der Männer selbstständig tätig gegenüber 3,3 Prozent der Frauen;
- in der Land- und Forstwirtschaft und Fischerei sind 43,5 Prozent der Männer selbstständig tätig gegenüber 14,1 Prozent der Frauen;
- im Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen sind 16,9 Prozent der Männer selbstständig tätig gegenüber 5,6 Prozent der Frauen.

Die Selbstständigenquote von Frauen liegt im Vergleich zur männlichen besonders hoch (weniger als Faktor 0,5)

- bei der Erbringung von sonstigen öffentlichen und persönlichen Dienstleistungen (21,4 Prozent selbstständige Männer gegenüber 15,9 Prozent selbstständiger Frauen)
- im Bereich Verkehr und Nachrichtenübermittlung (8,1 Prozent selbstständige Männer gegenüber 4,2 Prozent selbstständiger Frauen)
- bei Erziehung und Unterricht (6,2 Prozent selbstständige Männer gegenüber 3,3 Prozent selbstständiger Frauen)

Auffällig oft sind Frauen in den Bereichen der persönlichen Dienstleistung (50,6 Prozent) sowie im Bereich Handel/Reparatur selbstständig (22,7 Prozent). Die Tätigkeitsbereiche männlicher Selbstständiger verteilen sich etwas gleichmäßiger auf verschiedene Tätigkeitsbereiche. Ein gutes Viertel von ihnen ist im Bereich persönliche Dienstleistung (27,0 Prozent)

und jeweils ein Fünftel in den Bereichen Anbauen/Gewinnen/Herstellen (22,6 Prozent) und Handel/Reparatur (21,5 Prozent) tätig.

In diesen Berufsgruppen machen Frauen sich selbstständig

Rund 80 Prozent aller weiblichen Selbstständigen sind in 15 Berufen selbstständig - darunter rund

	Frauenanteil
- 113tausend Groß- und Einzelhandelskaufleute sowie Ein- und Verkaufsfachleute	32,5 Prozent
- 102tausend in der Unternehmensleitung, -beratung und -prüfung	24,7 Prozent
- 87tausend in der Körperpflege	82,1 Prozent
- 77tausend Ärztinnen und Apothekerinnen	35,6 Prozent
- 68tausend in Hotel- und Gaststättenberufen	39,1 Prozent
- 51tausend in künstlerischen und zugeordneten Berufen	32,9 Prozent
- 51tausend Lehrerinnen	49,0 Prozent
- 50tausend in übrigen Gesundheitsberufen	69,4 Prozent
- 43tausend andere Dienstleistungskaufleute und zugehörige Berufe	31,9 Prozent
- 36tausend Verkaufspersonal	52,2 Prozent
- 32tausend in landwirtschaftlichen Berufen	13,1 Prozent
- 29tausend in publizistischen, Übersetzungs-, Bibliotheks- und verwandten Berufen	45,3 Prozent
- 23tausend in Gartenberufen	35,9 Prozent
- 22tausend Wahrenkaufleute und Vertreterinnen	22,4 Prozent
- 22tausend in sozialen Berufen	81,5 Prozent

Die Frauen in der Berufsgruppe der Unternehmensleitung, -beratung und -prüfung sind auffällig häufig selbstständig tätig: 50,3 Prozent aller in der Unternehmensleitung tätigen Frauen sind selbstständig tätig (gegenüber 42,7 Prozent der Männer). Bei den Wirtschaftsprüfer/innen, Steuerberater/innen und verwandten Berufen liegt die Selbstständigkeitsquote von Männern mit 55,8 Prozent im Verhältnis zu Frauen mit 46,4 Prozent zwar höher. Beachtet man jedoch, dass die Selbständigenquote bei Männern doppelt so hoch liegt wie bei Frauen (bei Männern 12,7 Prozent; bei Frauen 6,3 Prozent) wird deutlich, dass sich auch in dieser Berufsgruppe überproportional viele Frauen selbstständig machen. Übertroffen wird die weibliche Selbständigenquote nur bei Handelsvertreterinnen und Vertriebsbeauftragten (78,9 Prozent selbstständige Frauen, 78,1 Prozent selbstständige Männer) sowie bei Hoteliers, Gastwirtinnen und Hotel- und Gaststättengeschäftsführerinnen (72,9 Prozent selbstständige Frauen, 83,5 Prozent selbstständige Männer). Überproportional häufig machen Frauen sich ansonsten selbstständig bei den Publizist/innen (34,0 Prozent selbstständige Frauen, 40,0 Prozent selbstständige Männer), den Künstler/innen und zugeordneten Berufen (38,3 Prozent selbstständige Frauen, 49,1 Prozent selbstständige Männer) und den Arzt/inn/en (37,5 Prozent selbstständige Frauen, 46,7 Prozent selbstständige Männer).

Besonders stark gewachsen ist die Zahl der selbstständigen Frauen bei den sozialen Berufen (plus 69,2 Prozent), künstlerischen und zugeordneten Berufen sowie Lehrerinnen (beide plus 54,5 Prozent) und bei den Gartenbauberufen (plus 43,8 Prozent). Rückläufig war zwischen 1995 und 2001 die Zahl der weiblichen Selbstständigen in den bevorzugten Berufsgruppen lediglich bei landwirtschaftlichen Berufen (minus 15,8 Prozent) und beim Verkaufspersonal (minus 5,3 Prozent).

So schaffen Frauen Arbeitsplätze

Betriebsgröße:

Der Abstand der Betriebsgrößen von weiblichen zu männlichen Selbstständigen hat sich zwischen 1996 (vorher gab es keine vergleichbare Datenbasis) und 2001 verringert. Bei fast allen Betriebsgrößen ist die Zahl der weiblichen Selbstständigen überproportional angestiegen (außer bei 4 Personen und bei mehr als 50 Personen). Bei Betrieben mit 20 bis 49 tätigen Personen sind es sogar 45,5 Prozent mehr weibliche Selbstständige (gegenüber minus 18,3 Prozent bei den Männern). Bei Betrieben mit zwei bis 49 tätigen Personen ist die Zahl der männlichen Selbstständigen im gleichen Zeitraum hingegen durchgängig rückgängig. Überproportional gestiegen ist bei männlichen Selbstständigen hingegen die Zahl der größten Unternehmen mit mehr als 50 tätigen Personen (plus 16,3 Prozent Männer gegenüber minus 10,0 Prozent Frauen). Die Zahl der Ein-Personen-Unternehmen ist bei Männern und Frauen etwa gleich stark angestiegen (plus 22,9 Prozent Männer gegenüber 20,5 Prozent Frauen). Da die Gesamtzahl der selbstständigen Männer sich im betrachteten Zeitraum um 5,1 Prozent, die der Frauen aber um 10,5 Prozent erhöht hat, haben Männer seit 1996 in weitaus stärkerem Maße Ein-Personen-Unternehmen gegründet als Frauen.

Noch ist der Gleichstand von männer- und frauengeführten Unternehmen jedoch bei weitem nicht erreicht. Bei der Unterscheidung zwischen frauen- und männergeführten Eigentümerunternehmen (Unternehmen, die überwiegend von Frauen bzw. Männern geführt werden, die gemeinschaftlich mehr als 50 Prozent der Kapitalanteile halten) und managementgeführten Unternehmen (weniger als 50 Prozent des Kapitals liegt in der Hand der Geschäftsführung) stellt sich einer Hochrechnung zufolge die Betriebsgrößenverteilung folgende Prozenz dar:

- 7,2 Prozent aller Unternehmen sind frauengeführte Eigentümerunternehmen. Sie beschäftigen 7,2 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und bilden 7,5 Prozent aller Auszubildenden aus.
- 77,2 Prozent aller Unternehmen sind männergeführte Eigentümerunternehmen. Sie beschäftigen 50,2 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten und bilden 55,0 Prozent aller Auszubildenden aus.
- 4,9 Prozent aller Unternehmen sind managementgeführte Unternehmen. Sie beschäftigen 42,6 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten und bilden 37,5 Prozent aller Auszubildenden aus.

Personalstruktur:

In Frauenunternehmen (Unternehmen, die überwiegend von Frauen geführt werden, die gemeinschaftlich mehr als 50 Prozent der Kapitalanteile halten) übersteigt der Anteil der un- und angelernten Arbeiter sowie einfachen Angestellten jenen in Männerunternehmen (26,6 Prozent gegenüber 20,5 Prozent). In Männerunternehmen ist hingegen der Anteil der Facharbeiter und qualifizierten Angestellten höher (53,8 Prozent gegenüber 39,4 Prozent). Ursachen sind vor allem in den unterschiedlichen Branchen von Männer- und Frauenunternehmen zu finden.

In Frauenunternehmen liegt der Anteil der weiblichen Mitarbeiter und Auszubildenden deutlich höher als in Männerunternehmen (64,7 Prozent gegenüber 37,2 Prozent). Ein Grund dürfte darin zu suchen sein, dass Frauenunternehmen überwiegend in Branchen vertreten sind, in denen der Frauenanteil an den abhängig Beschäftigten ohnehin sehr hoch ist.

Zwei Drittel der befragten Unternehmen beschäftigen Teilzeitbeschäftigte. Unterschiede zwischen Frauen- und Männerunternehmen bestehen nicht. Allerdings liegt der Anteil der Teilzeitbeschäftigten an allen Beschäftigten in Frauenunternehmen mit 36,4 Prozent höher als in Männerunternehmen (21,1 Prozent).

Weitere Arbeitsplätze:

Unternehmerinnen mit Kindern im betreuungspflichtigen Alter greifen bei der Kinderbetreuung in wesentlich stärkerem Maße auf die Hilfe von Verwandten/Bekanntem (26,7 Prozent der Unternehmerinnen gegenüber 16,1 Prozent der Unternehmer), Tagesmüttern (17,8 Prozent gegenüber 3,4 Prozent) und sonstige Personen wie Au-pairmädchen und Hausangestellte, die teils auch für den Haushalt zuständig sind (13,3 Prozent gegenüber 5,7 Prozent) zurück. Männer werden bei der Betreuung ihrer Kinder weitaus häufiger (in 89,7 Prozent der Fälle gegenüber 25,6 Prozent bei den Unternehmerinnen) von ihren Lebenspartner/inne/n unterstützt.

Diese Ausgangsbedingung haben Frauen- und Männerunternehmen***Humankapital:**

Weder beim Schulbildungsniveau noch bei der Berufsausbildung ist die Geschlechtszugehörigkeit der befragten Unternehmer/innen statistisch signifikant. Das Bildungsniveau der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer liegt insgesamt deutlich über dem der Gesamtbevölkerung. Mehr als die Hälfte der Befragten haben die Fach- oder Hochschulreife erworben. 96,1 Prozent der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer haben mindestens eine Berufsausbildung abgeschlossen. Unterschiede zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern gibt es jedoch bei der Branchen- und Selbstständigkeitserfahrung zum Zeitpunkt der Gründung: Über unmittelbare Branchenerfahrung verfügt bei der Gründung mehr als die Hälfte der Befragten, wobei diese Erfahrung von Unternehmerinnen häufiger unterhalb der Leitungsebene (bei 15,9 Prozent der Frauen gegenüber 8,1 Prozent der Männer) und von Unternehmern häufiger in leitender Tätigkeit gesammelt wurde (bei 31,1 Prozent der Frauen und 41,3 Prozent der Männer). Selbstständigkeitserfahrung haben doppelt so viele Unternehmer wie Unternehmerinnen gesammelt (15,8 Prozent versus 7,6 Prozent).

Finanzkapital:

Frauenunternehmen setzen bei der Gründung durchschnittlich weniger Kapital ein als Männerunternehmen (310.000 DM versus 1,23 Mio. DM). Allerdings scheinen die Unterschiede beim Startkapital eher auf die Wirtschaftszweigzugehörigkeit als auf das Geschlecht der Gründer/innen zurückzuführen zu sein. In den Bereichen Einzelhandel und personennahe Dienstleistungen, in denen Frauen überproportional häufig selbstständig sind, liegt das durchschnittliche Startkapital bei 370.000 DM bzw. 135.000 DM.

Soziales Umfeld:

Ein wesentlicher Unterschied für Gründerinnen und Gründer liegt bei der Unterstützung durch ihre Lebenspartner/innen: Frauen werden von ihren Lebenspartner/innen häufiger unterstützt, indem diese hauptberuflich (20 Prozent gegenüber 10,5 Prozent) oder gelegentlich (36,0 Prozent gegenüber 26,3 Prozent) im Unternehmen mitarbeiten oder mit Rat zur Seite stehen (72,0 Prozent gegenüber 63,2 Prozent). Männer werden häufiger durch die Bereitstellung von finanziellen Mitteln, Sicherheiten oder Bürgschaften (21,1 Prozent gegenüber 16,0 Prozent) sowie durch Entlastung in anderen Lebensbereichen wie Haushalt, Kindererziehung usw. (78,9 Prozent gegenüber 64,0 Prozent) unterstützt. Richtet man den Blick nur auf die Gründerinnen und Gründer mit zu betreuenden Kindern, treten die geschlechtsspezifischen Unterschiede ganz deutlich zu Tage: 60 Prozent der befragten Gründerinnen gegenüber knapp 10 Prozent der befragten Gründer mit betreuungspflichtigen Kindern betreuen diese tagsüber selbst. Demgegenüber wurden fast drei Viertel der Gründer und lediglich ein Viertel der Gründerinnen in dieser Hinsicht von ihren Partner/inne/n unterstützt.

*Unternehmen, die überwiegend von Frauen bzw. Männern geführt werden, die gemeinschaftlich mehr als 50 Prozent der Kapitalanteile halten.

Diese Absatzprobleme haben Frauen- und Männerunternehmen*

Absatzprobleme in den ersten fünf Jahren:

Fast die Hälfte der befragten Gründungsunternehmen sahen sich 2002 mit Absatzproblemen konfrontiert (Mehrfachnennung möglich). Die anhaltend geringe Nachfrage wurde von 45,5 Prozent der befragten Frauen und Männer als Grund genannt. Zwei von fünf Unternehmen sehen ihren Absatz auf Grund eines hohen Konkurrenzdrucks beeinträchtigt. Diese Ursache wird doppelt so oft von Frauen (45,5 Prozent) wie von Männern (22,7) Prozent genannt. Auch Schwierigkeiten, neue Kunden zu gewinnen bzw. neue Absatzwege zu erschließen, werden nahezu doppelt so häufig von Frauen wie von Männern genannt (30,3 Prozent gegenüber 18,2 Prozent).

Absatzprobleme etablierter Unternehmen:

Vergleicht man etablierte Frauen- und Männerunternehmen gleicher Größen und Wirtschaftsbereiche, lassen sich keine geschlechtsspezifischen Unterschiede im Absatzbereich feststellen. Von allen Problemen werden am häufigsten Probleme im Absatzbereich genannt (81,6 Prozent der Frauen- und 79,1 Prozent der Männerunternehmen). Die Hauptursache für Absatzprobleme lagen für Frauen- wie Männerunternehmen in den vergangenen drei Jahren gleichermaßen vor allem in der anhaltend niedrigen Nachfrage (60,8 Prozent Frauen- und 62,0 Prozent Männerunternehmen), und dem hohen Konkurrenzdruck (45,3 Prozent Frauen- und 45,6 Prozent Männerunternehmen). Knapp 30 Prozent der Unternehmen gaben Schwierigkeiten bei der Erschließung neuer Märkte an (31,4 Prozent Frauen- und 27,8 Prozent Männerunternehmen).

Diese Personalprobleme haben Frauen- und Männerunternehmen*

Personalprobleme in den ersten fünf Jahren:

Die Personalprobleme von Gründungsunternehmen werden durch einen Mangel an Fachkräften (48,6 Prozent) und die Höhe der Lohnnebenkosten (29,7 Prozent) verursacht. Geschlechtsspezifische Unterschiede sind statistisch nicht signifikant.

Personalprobleme etablierter Unternehmen:

Vergleicht man etablierte Frauen- und Männerunternehmen gleicher Größen und Wirtschaftsbereiche, lassen sich keine statistisch signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede bei Personalproblemen feststellen. Rund zwei Drittel der Frauen- (60,9 Prozent) und Männerunternehmen (68,9 Prozent) berichten von Problemen im Personalbereich. Vorrangig werden dabei der Mangel an Fachkräften (37,8 Prozent der Frauen- und 40,8 Prozent der Männerunternehmen) und zu hohe Lohnkosten genannt (31,3 Prozent der Frauen- und 34,5 Prozent der Männerunternehmen). Etwa jedes siebte Unternehmen klagt über Probleme wegen zu hohem Krankenstand und wegen mangelnder Arbeitsmotivation.

Diese Finanzierungsprobleme haben Frauen- und Männerunternehmen*

Finanzierungsprobleme in den ersten fünf Jahren:

Bei aller Vorsicht (auf Grund geringer Fallzahlen bei der zugrundeliegenden Befragung): Nach den wichtigsten drei Problemen in der Gründungsphase gefragt, wurden Probleme bei der Beschaffung von Fremdkapital häufiger von Gründern (19 Prozent) als von Gründerinnen (12,5 Prozent) genannt. Während die Probleme bei der Fremdkapitalbeschaffung bei denselben Frauenunternehmen beim Übergang vom 2. in das 3. Jahr mit 12,5 Prozent konstant hoch blieb, sahen die Männerunternehmen sich zu diesem Zeitraum viel häufiger mit Problemen bei der Zahlungsdisziplin bzw. Forderungsausfällen (14,3 Prozent gegenüber 6,3 Prozent) konfrontiert, was bei den Männern wiederum verstärkt zu Liquiditätsgpässen (16,5

Prozent gegenüber 0,0 Prozent) führt. Dass Frauen seltener unter der schlechten Zahlungsmoral ihrer Kunden leiden hat wahrscheinlich weniger mit dem Geschlecht als mit der Art ihrer Geschäftstätigkeit zu tun. Wer seine Waren oder Dienstleistungen gegen sofortige Zahlung abgibt, hat weniger Probleme als jemand, der dies gegen Rechnung tut. Wieder zwei Jahre später beim Übergang vom 4. ins 5. Jahr haben sich die Probleme bei der Fremdkapitalbeschaffung für Frauen auf 6,3 Prozent halbiert (Männer konstant bei 4,8 Prozent), bei Männern haben sich die Probleme mit den Forderungsausfällen noch zugespitzt (16,7 Prozent gegenüber 6,3 Prozent), und die Liquiditätsengpässe der Männer haben sich etwas gelegt (11,9 Prozent gegenüber 0,0 Prozent). Für Männer neu hinzugekommen ist jedoch das Problem der Zins-/Tilgungsbelastung (7,1 Prozent gegenüber 0,0 Prozent). Die befragten Frauen nannten jedoch deutlich häufiger als die Männer Probleme mit den Steuern/Abgaben (25,0 Prozent gegenüber 4,8 Prozent).

Finanzierungsprobleme etablierter Unternehmen:

Vergleicht man etablierte Frauen- und Männerunternehmen gleicher Größen und Wirtschaftsbereiche, lässt sich bei Finanzierung von Frauenunternehmen keine Benachteiligung feststellen. Die etablierten Frauenunternehmen waren von allen Problemen der Unternehmensfinanzierung etwas seltener betroffen als die befragten Männerunternehmen; die Unterschiede sind jedoch statistisch nicht signifikant. So waren verspätete Zahlungseingänge bzw. Forderungsausfälle in den letzten drei Jahren bei den etablierten Unternehmen das Hauptproblem in der Unternehmensfinanzierung (30,1 Prozent Männer- gegenüber 24,0 Prozent Frauenunternehmen), gefolgt von den Schwierigkeiten, die Sicherheitsanforderungen der Banken zu erfüllen (22,5 Prozent der Männer- gegenüber 17,5 Prozent der Frauenunternehmen) und Problemen bei der Kreditbeschaffung (19,9 Prozent der Männer- gegenüber 16,3 Prozent der Frauenunternehmen) sowie Liquiditätsproblemen aufgrund unzureichender Rentabilität (19,2 Prozent der Männer- gegenüber 14,6 Prozent der Frauenunternehmen).

Auch im Zusammenhang mit der Gewährung öffentlicher Fördermittel liegen keine Hinweise für größere Schwierigkeiten oder eine Benachteiligung von Frauenunternehmen vor: Frauen- und Männerunternehmen haben etwa in gleichem Umfang (50,2 Prozent der Frauen- und 47,6 Prozent der Männerunternehmen) Fördermittel in Anspruch genommen. Auch bei der Art der in Anspruch genommenen Fördermittel sind keine nennenswerten Unterschiede erkennbar. Ebenso wenig deuten die Gründe, aus denen keine Fördermittel in Anspruch genommen wurden, auf eine Benachteiligung von Frauenunternehmen hin.

Diese geschlechtsspezifischen Unterschiede bestehen zwischen etablierten Frauen- und Männerunternehmen*

Rechtsform und Unternehmensführung:

Vergleicht man etablierte Frauen- und Männerunternehmen gleicher Größen und Wirtschaftsbereiche, lässt sich ein Unterschied bei der gewählten Rechtsform feststellen: Frauenunternehmen sind häufiger in der Rechtsform des Einzelunternehmens als in der GmbH oder der GmbH&Co.KG organisiert. Damit nehmen Frauenunternehmen häufiger das vollständige Haftungsrisiko auf sich.

Gründungsumstände:

Die verbreitete These, dass Frauen seltener bestehende Unternehmen übernehmen würden, wurde durch den Vergleich von Frauen- und Männerunternehmen gleicher Größen und Wirtschaftsbereiche widerlegt. Die Hälfte der Frauen- und Männerunternehmen wurde neu gegründet (55,1 Prozent der Frauen- und 56,7 Prozent der Männerunternehmen). In rund einem Viertel der Fälle wurde ein Familienunternehmen übernommen (24,7 Prozent der Frauen- und 23,8 Prozent der Männerunternehmen) und in knapp einem Achtel der Fälle wurde ein anderer Betrieb übernommen (12,0 Prozent der Frauen- und 11,0 Prozent der Männerun-

ternehmen). Die einzige weibliche Besonderheit: Unter sonst gleichen Umständen tendieren Frauen stärker als Männer zur Ausgründung bzw. Abspaltung aus einem bestehenden Betrieb als zur Neugründung. Allerdings machen die Ausgründungen bzw. Abspaltungen aus einem bestehenden Betrieb insgesamt nur 7,1 Prozent der Frauen- und 3,9 Prozent der Männerunternehmen aus.

Unterstützung durch Lebenspartner/innen:

Unternehmerinnen werden häufiger als Unternehmer von ihren Lebenspartner/innen durch deren hauptberufliche Mitarbeit im Unternehmen (44,4 Prozent gegenüber 29,3 Prozent) oder die Bereitstellung von finanziellen Mitteln, Sicherheiten oder Bürgschaften (19,8 Prozent gegenüber 12,2 Prozent) unterstützt. Unternehmer erfahren die Unterstützung durch ihre Lebenspartner/innen vor allem durch die Entlastung in anderen Lebensbereichen wie Haushalt, Kindererziehung usw. (61,3 Prozent gegenüber 35,7 Prozent). Richtet man den Blick nur auf die Unternehmerinnen und Unternehmer mit betreuungspflichtigen Kindern, treten die geschlechtsspezifischen Unterschiede ganz deutlich zu Tage: 52,2 Prozent der Unternehmerinnen gegenüber 10,2 Prozent der Unternehmer betreuen ihre Kinder tagsüber selbst. Demgegenüber werden 89,7 Prozent der Unternehmer und lediglich ein Viertel der Unternehmerinnen (25,6 Prozent) in dieser Hinsicht von ihren Partner/inne/n unterstützt.

Teilnehmerinnen des Unternehmerintages 2003

Name	Vorname	Firma
Afshar	Karin	Khorshid Verlag
Ahlers	Christina	Unternehmensberatung
Andersen	Corinna	
Anton-Katzenbach	Sabine	
Arndt	Friederike	
Baltes	Sylvia	Hamburger Fremdsprachentraining & Consulting
Bauers	Gerda	Schule-Wendepunkt-Bauers & GmbH
Bessert	Erle	Stiftung Landdrostei Das Kreiskulturzentrum
Biegisch	Gabriele	HANSA PARTNER Steuerberatungsgesellschaft
Binsch	Waltraud	dilogos Waltraud Binsch
Blask	Kirsten	A.S.I. Wirtschaftsberatung
Blötz	Andrea	Architekturbüro Blötz
Böhm	Dagmar	Psycholog. Praxis
Böhme	Nicole	Financial plannerin
Bokter	Andrea Maria	
Bolte	Marie-Luise	Musikschule
Born	Monika	Change Management Beratung
Brecht	Stefanie	Deloitte & Touche GmbH
Bürgermann	Sabine	Team 3
Butzlaff	Sabine	Fortbildungsinstitut Butzlaff + Marx GbR
Cadmus	Beate	Denali-Holding
Cervený	Alexandra	Meyer & Detlefsen DOB
Coch	Karin	Praxis für Eutonie
Daro	Gitta	Daro Consulting
Deckner	Simone	
Denk	Greta	
Denné	Marion	
Döhler	Dr. Dorothea	STIC-Training und Interkulturelles Coaching
Dräger	Dr. Carola	Inplace
Drösemeyer	Jutta	Sti Stabernack GmbH
Dürscheid	Sonja	typo+grafin
Emde	Sabine	
Engel	Astrid	Lifestyle und Wellness
Felix	Angela	Veranstaltungsagentur
Felsch	Daniela	Rudolph F. Maass GmbH&Co.KG
Fernández Kettler	Helga	MAGMA IT Consulting
Fischer-Klüver	Dr. Gisela	Connecta Das Frauennetzwerk e.V.
Flack	Lorraine	Internetservices
Förschner	Gisela	Inge-Lore Schmitz Immobilien
Franckenberg	Ines	Kommunikations-Design
Frederking	Heike	Coaching & Seminare
Friebe-August	Brigitte	B.F.A. Schreibbüro
Friedrich	Karin	Imotion Unternehmensberatung
Frien	Barbara	
Frohne	Christiane	Christiane Frohne creative-communications
Giering-Desler	Maren	PR Text & mehr
Gleißmann	Heyka	Briefe & Co
Goede-Thann	Christa	
Goretzki	Katja	Schaubildservice
Grimsmann	Maren	mg.communication
Haberland	Petra	
Hamkens	Silke	Journalistenbüro

Name	Vorname	Firma
Hartung	Claudia	Pro-Data Management GbR
Hartwich	Britta	
Haubrich	Nicole	HKS Architekturwerkstatt
Helmke	Rita	frauenfinanzen
Herfel	Kirsten	SUBS GBR
Hildebrand		
Hillmann	Elke	Karriereberatung
Hilpert-Kruck	Ines	Hilpert-Kruck & Sill
Hirche	Dagmar	GFP DialogmbH
Hofmann	Andrea	Health Management Hamburg
Holz	Elke	FIM
Holz	Elke	
Höpker	Hilia Marija	
Illert	Dr. Jutta	
Jahn	Dagmar	Loeting oHG
Jansen	Gerda	Jansen!Freeart
Janssen	Cornelia	Sozialmarketing Agentur
Jegen	Sylvia	SBT Münch
Julius	Linda	Deutsche Telekom AG Vertriebliche Interessenvertretung und Strategische Projekte
Kaehler	Ulrike	Praxis f. Tiefenpsycholog. Körpertherapie
Kaerger	Brigitte	
Kanka-Maue	Johanna	Werkstatt für Bekleidungskunst-Beratung Kurse Nähsschule
Kassner	Isabel	GSD Software Design
Kaufeld	Susanne	Grafikkontor
Kirsten	Jessica	Jessica Kirsten, Guest Relation Services
Klaus	Veronika	Image Consult Institution
Klinkenberg	Sandra	pro-buero
Kobow	Kerstin	"Kindervilla" für Hamburg GmbH i.Gr.
Kolshorn	Bianka	
König	Sylvia	MLP
Kopp	Gudrun	Atelier Bühnenreif
Kosseda-Horak	Heidgard	Dipl. oec.troph.
Kränz	Regine	
Krause	Inge	Text & Co
Kreuter	Karin	
Kreye	Ina	Viktor Klimek GmbH & Co.
Krug	Kirsten	Springer&Jacoby
Krüger	Gabriele	
Küchenberg	Elisabeth	Steuerberaterin
Kuhn	Annika	
Leidecker	Regina	Büro für Arbeitssicherheit & Umweltschutz
Liebich	Gisela	Office Mobil
Liehmman	Gabriele	Ballons über Hamburg GmbH
Linger	Dr. Christina	Stadtführung Hamburg
Linnemann	Britta	Dipl. Informatikerin und Malerin
Lippert	Marion	Ministerium für Justiz, Frauen, Jugend u. Familie S-H
Löw	Dr. Isabella	Kanzlei Löw f. Unternehmerinnen
Lübker	Gudrun	Art-control
Lux	Barbara	
Martens	Eva	Solutions GmbH
Martin	Monika	Connecta Das Frauennetzwerk e.V.
Martin	Monika	
Martinez Tonn	Patricia	Kommunikation und Konzepte

Name	Vorname	Firma
Marx	Ellen	Arinet GmbH
Marx	Cornelia	
Maurer	Stefanie	Maurer Training
McCabe-Boeck	Alison	Intercom Language Services GmbH
Meins	Anja	Modedesign
Mey	Sabine	
Meyer	Liane	
Michael	Angela	Medientraining&Coaching
Mittag Müller	Gundula	
Moises	Renate	Nord Consult
Müller	Monika	Integrative Lerntherapie und Beratung
Noll	Annette	Unternehmer ohne Grenzen, Büro Wilhelmsburg
Ohlrogge	Gunda	Ohlrogge Translations
Osterloh	Tineke	
Otto	Christine	
Palt	Dr. Beatrix	Dr. Palt & Partner Projektmanagement
Petersen	Doris	Das Buchführungsbüro
Petersen	Wiebke	Steuerberaterin
Pfitzer	Dr. Heike	STIC-Training und Interkulturelles Coaching
Pingler	Mechthild	Arbeitsamt Hamburg
Plate	Simone	
Podolsky	Sabine	Expertinnen-Beratungsnetz
Pohl	Angelika	Korrektur-text.de
Posnanski	Kathrin	dpm-Team GbR Marktforschung und Marketingberatung
Probst	Stefanie	"Mehr ist denkbar"
Quade-Cherek	Britta	Effectis
Rehmond-Hess	Margit	Team 3
Richter	Regina	AGIL-Büro Hamburg
Rieger	Jeanny	Architekturbüro
Risse	Inken	
Ritter	Antje	das korrektiv
Romatzeck	Eva	IndOrg Consult
Rose	Sigrid	Friseurbetrieb
Rosenberg	Gabi	
Rucks	Sabine	KONTO Gesellschaft f. Rechnungswesen u. Controlling mbH
Sack-Hauchwitz	Angela	Agentur elearning
Scharnberg	Ariane	Internet-x-press
Schell	Andrea	Hamburger Fremdsprachentraining & Consulting
Schick	Katrin	Analyse Beratung Training
Schierbeck	Birgit	Arinet GmbH
Schiffler	Marion	Büroorganisation von A bis Z
Schimming	Ulrike	letterata.de
Schmitz	Inge-Lore	Inge-Lore Schmitz Immobilien
Schneider-Esleben	Claudia	Agentur für Design und Heilen
Schulz	Catharina	Plug + Play Design
Schulze-Bergmann	Dr. Karen	Personalberatung Dr. Schulze Bergmann
Schützmann	Sabine	Common Sense
Schwarz	Barbara	Blue.Gem
Schwarz	Verena	
Seydel	Sabine	
Smarz	Bärbel	Smarz Projektmanagement
Snippe	Andrea	Erwachsenenbildung/Journalismus
Soll	Gwendolyn	
Spingler	Ute	Spingler+Schäfer Design GbR

Name	Vorname	Firma
Springer	Ute	Texterin + Journalistin
Stade	Ines	Supervisionsnetzwerk
Stang	Alexandra	Interkulturelle Kommunikationstrainings
Stenman	Heike	Rechtsanwaltskanzlei
Strothmann	Annette	ail arts
Teuteberg	Karin	Beauty & Wellness
Tews	Kerstin	
Tiedemann	Brit	Unternehmer ohne Grenzen, Büro St. Pauli
Tiedtke	Nicole	
Türk	Jutta	Management Training und Coaching
van de Sand	Mareyke	
Vogelsberg	Anne	Anne Vogelsberg Veränderungs- und Entwicklungsprozesse
Vollmer	Sabine	Vollmer consult
von der Weien	Petra	
von Kröcher	Gabriele	Zeilensprung
von Poschinger	Gabriele	Intercom Language Services GmbH
Warncke	Karin	Arge Maritime Landschaft Unterelbe
Wilke	Angelika	W und B Kosmetik GmbH
Willers	Maren	Contence Management Consulting GmbH&Co.KG
Winklhofer-Bülow	Dagmar	DWB Kommunikation
Wübbe	Hildegard	
Wyatt	Tiffany	Feld.Wald.Wiese
Zander	Katharina	Deloitte & Touche GmbH
Zubiller	Dr. Petra	

Mitwirkende beim Hamburger Unternehmerintag 2003

Veranstalterinnen

Nachname	Vorname	Firma/Institution	Straße	PLZ	Ort	Internet
Nienstedt	Corinna	Handelskammer Hamburg	Adolphsplatz 1	20457	Hamburg	www.hk24.de
Sandvoß	Petra	Handelskammer Hamburg	Adolphsplatz 1	20457	Hamburg	www.hk24.de
Britta	Heegardt	Handelskammer Hamburg	Adolphsplatz 1	20457	Hamburg	www.hk24.de
Wehling	Inge	VdU / elementar GmbH	Elbberg 6	22767	Hamburg	www.elementar-hamburg.de
Lemm	Katharina	VdU / Content GmbH	Stadthausbrücke 3	20355	Hamburg	
Wolf	Heike	Schöne Aussichten / Steuerberaterin	Randersweide 4	21035	Hamburg	www.heike-wolf-stb.de
Beiber	Annegret	Schöne Aussichten / Beiber Immobilienbetreuung e.K.	Wandsbeker Königsstr. 50	22041	Hamburg	www.beiber-hamburg.de
Otto	Gila	Frau und Arbeit e.V.	Daimlerstr. 71 b	22761	Hamburg	www.frau-und-arbeit.de
Schlüter	Linda	café endlich/Frauenhotel Hanseatin	Dragonerstell 11	20355	Hamburg	www.hotel-hanseatin.de

Pressestelle, Fotos, Catering

Nachname	Vorname	Firma/Institution	Straße	PLZ	Ort	Internet
Christiansen	Regine	FotografIn	Erdmannstr. 1 b	22765	Hamburg	www.rc-fotografie.de
Jansen	Maria	Pressebüro Medienhaus	Friedensallee 14-16	22765	Hamburg	www.maria-jansen.de
Layali		Arabisches Restaurant	Eppendorfer Baum 41	20249	Hamburg	Tel. 040-47195117

Foren und Talkrunde

Nachname	Vorname	Firma/Institution	Straße	PLZ	Ort	Internet
Andresen-Zöphel	Doris	planvoll controllingberatung	Waldweg 40	22393	Hamburg	www.planvoll.com
Alfert	Detle	Kooperation Plus	Grindelallee 43	20146	Hamburg	www.kooperation-plus.de
Bah	Astrid	Perle – Die Handwerkerinnenagentur	Stresemannstr. 109	22769	Hamburg	www.perle-hh.de
Basse	Andrea	Unternehmerinnenzentrum Hannover	Goebenstr. 12	30163	Hannover	www.unternehmerinnen-zentrum.de
Bublitz	Kerstin	KMR Verkehrstechnik - Schilder - Werbung	Rudolf-Klug-Weg 7	22455	Hamburg	Tel. 040/5510638
Geffers	Gerlinde	Journalistin	Rostocker Str. 72	20099	Hamburg	Tel. 040/457850
Gerwing	Christiane	Communication Consulting	Friedensallee 93	22763	Hamburg	www.communicationconsulting.de
Hayen	Dagmar	Evers & Jung GbR	Bernstorffstr. 120	22767	Hamburg	www.eversjung.de
Hielscher	Gisela	Kock-Siedlung KG	Nienredder 14	22527	Hamburg	www.kock-siedlung.com
Kiupel	Birgit	NDR				bkiupel@gmx.de
Kitzing	Ines	Hass + Hatje GmbH	Eichenstrasse 30-40	25462	Rellingen	www.hass-hatje.de

Nachname	Vorname	Firma/Institution	Straße	PLZ	Ort	Internet
Klassen	Bettina	EFA Informations- und Beratungsstelle Frau und Beruf	Lohbuschstr. 28-30	22765	Hamburg	www.efa-beratung.de
Klerman	Andrea	all about concepts	Lamp' lweg 4	22767	Hamburg	www.all-about-concepts.de
Krahn	Anke	Krahn Marketing Consultin	Friedensallee 38	22765	Hamburg	www.krahn-mc.de
Krämer	Martina	Bürgerschaftsgemeinschaft Hamburg GmbH	Habichtstr. 41	22305	Hamburg	www.bg-hamburg.de
Prof. Krawutschke	Cornelia	Sprechforum Sanne	Oelkersallee 29 a	22769	Hamburg	www.sprechforum.de
Kromminga	Cornelia B.	Personalmanagement für Medien & Public Relations	Herrengraben 31	20459	Hamburg	Tel. 040/2102845
Kunitz	Claudia	Kaufmännische Dienstleistungen	Hörntwiete 5	25486	Alveslohe	www.c-kunitz.de
Lassen	Rita	Unternehmens- und Organisationsberatung	Grindelallee 43	20146	Hamburg	www.ritalassen.de
Lemm	Katharina	Content GmbH	Stadthausbrücke 3	20355	Hamburg	www.contenthamburg.de
Mirliauntas	Rita	Senioren helfen jungen Unternehmern e. V.	Postfach 13 08 68	20108	Hamburg	www.existenz-gruenderberatung.de
Möcks-Carone	Susanne	Violet Business	Langelohstr. 114	22609	Hamburg	www.violet-business.net
Müller	Traute	relations	Alter Wandrahm 13	20457	Hamburg	www.relations-vvv.de
Neumann	Christiane	Bäcker Neumann GmbH	Daimlerstr. 75	22761	Hamburg	Tel. 040/892931
Ordnung	Johanna	ehem. Ordnung Wohnen				
Pukatcki	Sylke	Rechtsanwältin	Beim Strohhouse 26	20097	Hamburg	Tel. 040/2503091
Ram	Christiane	Behörde für Wirtschaft und Arbeit der Freien und Hansestadt Hamburg	Alter Steinweg 4	20459	Hamburg	www.fhh.hamburg.de
Dr. Remmert-Rieper	Margareta	Büro für Arbeits- und Umweltschutz	Hofweg 77	22085	Hamburg	www.umwelt-und-betrieb.de
Schrödter	Sybille	Kabarettistin, Buchautorin	Donnerstr. 18	22763	Hamburg	Tel. 040/39803899
Simat-Leins	Maria	Simat-Leins Unternehmensberatung und Personalentwicklung	Sophie-Schoop-Weg 56	21035	Hamburg	Tel. 040/73508045
Dr. Stabernack	Kristine	STI – Gustav Stabernack GmbH	Mittelweg 162	20148	Hamburg	www.sti-group.com
Stehr	Karin	Viva! Brillenmode	Wandsbecker Marktstr.24	22041	Hamburg	www.viva-brillenmode.de
Stubben	Karin	Supervisionsnetzwerk	Fanny-Lewald-Ring 64	21035	Hamburg	www.supervisionsnetzwerk.de
Dr. Tchouvakhina	Margarita	DtA - Markt- und Mittelstandsforschung	Ludwig-Erhard-Platz 1 - 3	53179	Bonn	www.dta.de
Wedekind	Marion	Transglobe Agency	Eimsbüttler Chaussee23	20259	Hamburg	www.tg-online.de
Wehling	Inge	elementar GmbH	Borgkoppelweg 67	22145	Hamburg	www.elementar-hamburg.com
Wolfson	Karen	Wolfson GmbH	Wendenstraße 25-29	20097	Hamburg	www.wolfson.de
Zolghadri	Cornelia	Zolghadri GmbH Licht Technik Design	Holzmühlenstr. 84	22041	Hamburg	www.zolghadri.de

Schnupper-Coachings

Nachname	Vorname	Firma/Institution	Straße	PLZ	Ort	Internet
Beyer	Petra	Kooperation Plus	Grindelallee 43	20146	Hamburg	www.kooperation-plus.de
Hansen	Telse	Coaching & Training	Eppendorfer Landstraße 61	20249	Hamburg	Tel. 040/46090625
Kilger	Maja	Personalentwicklerin Trainerin Coach	Daimlerstr. 60	22761	Hamburg	www.relations-vvv.de
Klassen	Bettina	EFA Informations- und Beratungsstelle Frau und Beruf	Lobuschstr. 28 - 30	22765	Hamburg	www.efa-beratung.de
Meier	Kerstin	public roses	Bernstorffstr. 118	22767	Hamburg	www.public-roses.de
Mittendorf	Martina	Tangent GmbH - selbständige Supervisorin	Eppendorfer Weg 138 D	20253	Hamburg	www.tangent.de
Rüther	Elisabeth	selbständige Supervisorin	Ziegeleiweg 2	21365	Adendorf	www.elisabeth-ruether.de
Sauerhammer	Sabine	WiSa Wirtschaftsservice Sauerhammer	Eppendorfer Weg 12	20259	Hamburg	www.wisa-hamburg.de
Schweizer	Esther	Voice in Motion	Mexikoring 29 II	22297	Hamburg	www.voice-in-motion.com
Sievers-Schaarschmidt	Bärbel	Praxis für Supervision und Beratung	Ringstraße 61	22145	Hamburg	www.integra-die-berater.de
Dr. Strehlow	Karen	Vista Managementberatung und Training GbR	Beimoorweg 22	22926	Hamburg	www.vista-management.de
Zaar-Janus	Jana	Zaar-Janus Coaching	Herbert-Weichmann-Str. 28 A	22085	Hamburg	Tel. 040/27758104

Netzwerkmeile

Firma/Institution/Internet	Straße	PLZ	Ort	Internet
women.de GmbH	Leipziger Str. 60	60487	Frankfurt	www.women.de
Expertinnen-Beratungsnetz Hamburg	Brucknerstr. 1	22083	Hamburg	www.expertinnen-beratungsnetz.de
EFA Informations- und Beratungsstelle Frau und Beruf e.V.	Lobuschstr. 28-30	22765	Hamburg	www.efa-beratung.de
Frau und Arbeit e.V.	Grindelallee 43	20146	Hamburg	www.frau-und-arbeit.de
Schöne Aussichten - Verband selbstständiger Frauen e.V.	Gereonshof 36	50670	Köln	www.schoene-aussichten.de
Verband Deutscher Unternehmerinnen (VdU)	Breite Straße 29	10178	Berlin	www.vdu.de
Handelskammer Hamburg, www.hk24.de	Adolphsplatz 1	20457	Hamburg	www.hk24.de
Hamburger Frauenmesse KG	Eimsbütteler Str. 53-55	22769	Hamburg	www.herbizz.de
Supervisionsnetzwerk	Fanny-Lewald-Ring 64	21035	Hamburg	www.supervisionsnetzwerk.de
"webgrrls.de" e.V.	Auf dem Stielchen 26	55130	Mainz	www.webgrrls.de
B.F.B.M. - Bundesverband der Frau im freien Beruf und Management e.V.	Sophie-Schoop-Weg 56	21035	Hamburg	www.bfbm.de

Unternehmenstheater

Firma	Straße	PLZ	Ort	Internet
SPIELPLAN Unternehmenstheater	Kamminer Str. 32	10589	Berlin	www.spielplan.com