

BUSINESS ART

DAS MAGAZIN FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

03|2015

BUSINESSART 3/2015, P.b.b., GZ 13Z039542M, Lebensart Verlags GmbH, Wiener Straße 35, 3100 St. Pölten, Ö: € 6,20



GRÜNDERZEIT 2.0

Innovation & Aufbruch in Österreich

PROF. FALTINS TEEKAMPAGNE: Die Konkurrenz hat sich totgelacht.

CASE STUDY: Insekten als Lebensmittel – eine neue Businessidee.

IMPACT MANAGEMENT: Wie kann die Wirkung von Unternehmen gemessen werden?

NACHHALTIGKEITSBERICHT: Ein Vergleich der acht wichtigsten Standards.

/// IHR UNTERNEHMEN ENTWICKELT SICH MIT IHNEN

SONJA ZANT



Candace Johnson bekam mit fünf Jahren ein kleines Sputnik-Modell als Spielzeug geschenkt. Sie entwickelte eine Leidenschaft für das Weltall und die Vision eines unabhängigen und umfassenden Satellitensystems und wurde eine der erfolgreichsten Telekommunikations-Unternehmerinnen Europas. Ihre Keynote auf der Konferenz „Women investing in Women“ im Mai 2015 in Wien eröffnete sie mit dem Aufruf: „Write your own story“ – ihrem wichtigsten Ratschlag für Gründerinnen und Unternehmerinnen.

GRÜNDERINNEN AUF DEM VORMARSCH

Die Zahl der Gründungen in Österreich ist seit Jahren stabil, der Frauenanteil im Steigen. 2014 gab es laut Wirtschaftskammer 28.490 Neugründungen (ohne PersonenbetreuerInnen), davon 43,5 Prozent von Frauen. 2010 waren es 39,5 Prozent. Bei innovations- und wachstumsgetriebenen Start-ups liegt der Frauenanteil erst bei rund zehn bis zwölf Prozent. Laut Global Entrepreneurship Monitor gründen Frauen noch häufiger aus der Notwendigkeit denn der Selbstverwirklichung und einer Markt-Opportunität. Und die Angst vorm Versagen bremst sie stärker aus als Männer.

VOM MÜSSEN & SOLLEN ZUM WÜNSCHEN & WIRKEN

Durch Digitalisierung, Mobilisierung und neue Vereinbarkeiten sind die Lebens- und Arbeitsentwürfe von Frauen heute individueller, komplexer und vielfältiger geworden. Alte Normen verflüssigen sich, das Wesen von Macht verändert sich – das ist ein Chancenfeld. Auch für Gründungen. Die Frage ist daher, was es braucht, um das Gründungsverhalten von Frauen zu unterstützen und zu verstärken.

Ein Blick in die Gründerinnen-Studie 2014 der HypoVereinsbank in Deutschland zeigt, was Gründerinnen erfolgreich macht: Sie haben einen Blick fürs Große Ganze, entwickeln Visionen und setzen ihre Ideen um. Sie verfügen über Fähigkeiten sich selbst zu führen, genauso wie das eigene Unternehmen. Sie finden ihren Umgang mit Rückschlägen und erleben Anforderungen – von Umsatzgenerierung über Marketing bis hin zur Kinderbetreuung – weniger schwierig. Sie lassen sich beraten und ziehen andere in Entscheidungen mit ein.

TYPISCH FRAU

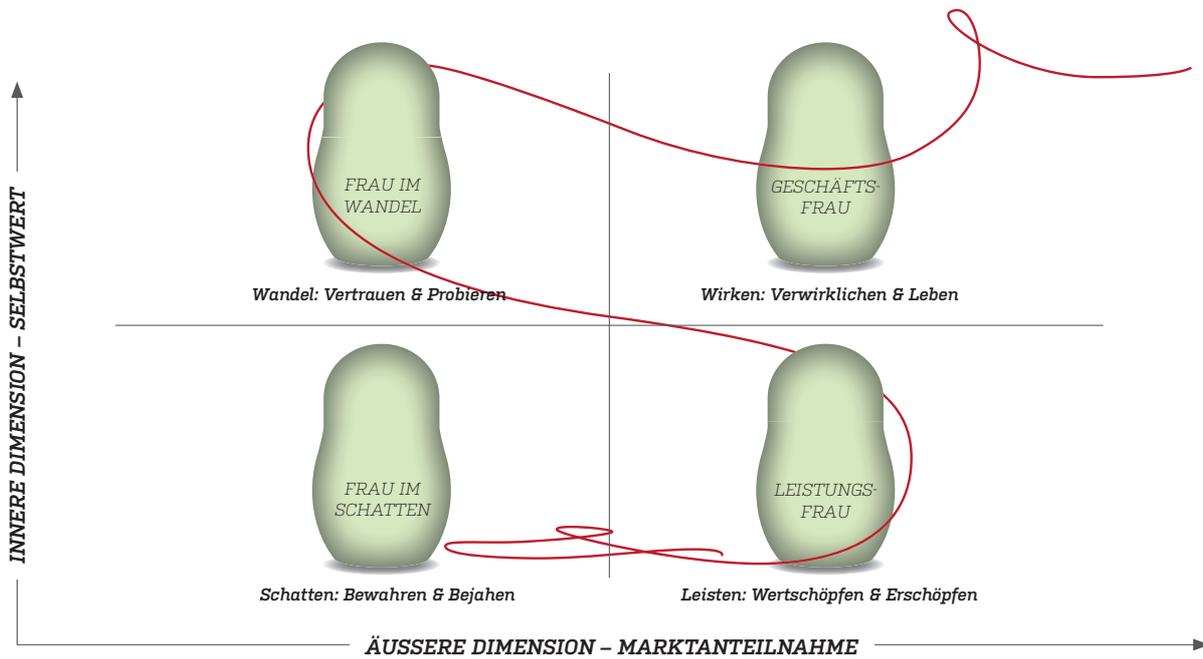
Die Top-Gründerinnen erleben Erfolg einerseits als etwas Persönliches, inwieweit sie die eigenen Talente und Werte verwirklichen können. Erfolg zeigt sich andererseits selbstverständlich auch in wirtschaftlichen Resultaten, wie Wachstum, Gewinn oder „sich am Markt schon länger zu behaupten“. Ihre Persönlichkeit ermöglicht diesen Frauen den Erfolg (und verhindert ihn nicht). Sie sind wirksam, weil sie authentisch, emotional intelligent und selbstbewusst handeln. Sie sind exzellente Kommunikatorinnen, erfahren im Umgang mit Menschen, tatkräftig und zupackend.

ERFOLGREICHE FRAUEN WISSEN „WER ICH BIN“, „WAS ICH WILL“ UND „WIE ICH MACHE“

Die Künstlerin Irene Andessner re-inszeniert in „Selbstbildnisse“ historische Frauenpersönlichkeiten wie Hedy Lamarr, Marlene Dietrich, Ida Pfeiffer oder Frida Kahlo, die zu ihrer jeweiligen Zeit Neues und Eigenes wagten und damit wirksam wurden. Sie beschreibt ihre Erfahrung so: „Das, was ich in allen Selbstportraits der Frauen gefunden habe, ist ein Schauen auf sich selbst,

GRAFIK: FRAUENWIRTSCHAFTSWUNDER MATRIX: WIRTSCHAFTLICHE VERHALTENSWEISEN

Quelle: Frauenwirtschaftswunder in Anlehnung an die „Karte der Entwicklung“ aus „Moderne Frauen“, Stefanie Körber, POTT Verlag 2013 sowie der „Portfoliomatrix“ der BCG The Boston Consulting Group.



aus sich heraus, aber nicht in dem Bewusstsein sich zu verewigen, sondern sich zu verwirklichen."

Im Zusammenwirken von innerer Werthaltung als Frau und äußerer Anteilnahme am Markt bilden Frauen ihre wirtschaftlichen Verhaltensmuster aus und finden ihre Antworten auf „Wer ich bin“, „Was ich will“ und „Wie ich mache“.

Die Verhaltensmuster im „Schatten“ oder im „Leisten“ sind meist Startpunkte für Veränderung, nicht aber der Platz für eigenen Erfolg und Sinn als Gründerin und Unternehmerin. Im Schatten verhalten wir uns bewahrend; eigene Werte, Träume, Ziele, Talente werden oftmals nicht entfaltet, zurückgesteckt oder aufgegeben. Kein guter Platz für Gründerinnen. Im Leistungsfeld hingegen machen und handeln wir, sichern Erfolg und Anerkennung. Ist diese Dimension aber zu dominant, läuft die Gründerin Gefahr, sich zu erschöpfen.

IM WANDEL UND IM WIRKEN

Viele Frauen mit dem Gründungsabenteuer vor sich oder mittendrin kennen das: Die eigene Spur an Werten, Ressourcen ist aufgenommen, das eigene Zukunftsbild von Arbeit und Leben bekommt mehr Platz, und jetzt heißt es, sich im neuen wirtschaftlichen Rahmen auszuprobieren, zu vertrauen, zu üben und zu tun. Das ist mutig und riskant zugleich. Aber genau dadurch gewinnen Frauen und Gründerinnen Wert und Vertrauen in sich. Das ist ein zentraler Punkt im Prozess. Frauen werden wirksam durch ihre eigenen Ideen. Schritt für Schritt. Und als Geschäftsfrauen vereinen sie Leidenschaft für sich und ihre Vision, gepaart mit Können und Wirksamkeit am Markt. Der individuelle rote Faden ist vorhanden, und die eigene, unverwechselbare Geschich-

te wird erzählt. Andrea Maria Vaz-König ist Frau, Geschäftsfrau und Mutter. Sie war eine erfolgreiche Bankerin, bis sie vor einem Jahr Gastronomin wurde und sich mit dem Bistro Deli Bluem auf pflanzliche Kost spezialisierte und selbstständig machte. Im Juni hat sie ihren zweiten Standort eröffnet und den ersten Unternehmerinnen-Award erhalten. Ihr ursprünglicher Wunsch war nicht, Gastronomin zu werden. Es war vielmehr die Leidenschaft, die Welt mit gutem Essen und gesunder Ernährung zu bereichern und ein Stück weit zu verbessern. Diese Leidenschaft bahnte sich den Weg von der Diplomarbeit bis zur Gründung von Deli Bluem.

MEHR GRÜNDERINNEN BRAUCHT DAS LAND

Nicht nur Kreativität, Innovationsfreude, Mut und wirtschaftliche Kompetenz machen Frauen wertvoll als Gründerinnen. Sie denken Wirtschaft als sozialen Prozess und innovieren neue Produkt- und Service-Kombinationen aus Individualität und Verbundenheit. Soll das Unternehmertum für Frauen attraktiver werden, braucht es mehr Aufmerksamkeit, mehr Vorbilder und mehr gezielte Ansprache von Frauen, und zwar genau an jenen Stellschrauben, die aus dem eigenen Vertrauen Visionen und Ideen freisetzen. Dort ankert nämlich Gründungsneigung, Begeisterung, Kraft, Sinn und Erfolg für diesen Weg. Im Selbstbild wie im öffentlichem Bild. Auf diesem Fundament sollten spezifische Gründerinnen-Programme, Zugang zu Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten sowie mediale Sichtbarkeit von Gründerinnen weiter ansetzen. Nutzen wir also kreativ die Unterschiede. Oder wie die Harvard-Ökonomin Claudia Goldin sagt: „Es sind die Frauen, die über jene Fragen nachdenken, die am Menschen orientiert sind.“ ■



Sonja Zant, Gründerin von Frauenwirtschaftswunder, Unternehmensberaterin und zertifizierte Business Coach.

Sie unterstützt Frauen, sich selbst, ihre Ideen und Talente in Beruf und Unternehmen stärker einzusetzen und erfolgreich zu verwirklichen, z. B. in der Workshop-Trilogie „ICH BIN. ICH WILL. ICH MACHE.“ im Herbst 2015. In Beratungsprozessen, Workshops, Coachings und Vorträgen ermutigt sie zu neuen Lösungswegen in den modernen Arbeits- und Lebenswelten. Frauenwirtschaftswunder berät Frauen, Unternehmen und Regionen in Veränderungsprozessen. www.sonjazant.at