

Bessere Netzwerkerinnen

Die Zahl der Unternehmerinnen in Deutschland steigt – immer mehr Frauen wagen den Schritt in die Selbständigkeit. Im Verband deutscher Unternehmerinnen haben viele eine Plattform gefunden.

Für Tina Risse-Stock kam die Übernahme der Führungsspitze des vier Jahrzehnte alten Traditionsunternehmens „Blumen Risse“ völlig unvermittelt. Unternehmensgründer Peter Risse, ihr Vater, starb unerwartet. „Das war vor drei Jahren, da war ich 29 Jahre alt – ich hätte mir schon gewünscht, dass ich mich besser darauf hätte vorbereiten können.“ Tina Risse-Stock hat die Aufgabe als Unternehmerin gemeistert und ist mit ihren über 1600 Mitarbeitern, 133 Filialen, zehn Gartencentern und 21 Blumenmärkten weiter auf Expansionskurs.

Die junge Unternehmerin aus Schwerte ist nur ein Beispiel für eine neue Generation von Unternehmerinnen, die in Deutschland Verantwortung übernimmt und Mut zum Risiko hat. In der Tat ist der Anteil der Frauen unter den Selbständigen inzwischen auf rund 30 Prozent angestiegen, über 1,2 Millionen wurden in einer Untersuchung 2005 gezählt. „Frauen werden als Unternehmerinnen immer stärker wahrgenommen“, berichtet auch Maren Jackwerth, Anwältin aus Düsseldorf und seit einigen Jahren Mitglied im Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU). Der Verband verzeichnet ebenfalls ein stark gestiegenes Interesse an seiner Arbeit. „Früher wurden wir belächelt“, erinnert sich Roswitha Husfeldt von der Walter Vaupel GmbH in Solingen. „Es gab sogar einen BDI-Chef, der einst den Verband als vorübergehende Erscheinung bezeichnete – vor fünf Jahren haben wir unser 50-Jähriges gefeiert.“ Es sind vor allem Gründerinnen und Frauen aus dem Dienstleis-

Der Anteil der selbständigen Frauen beträgt rund 30 Prozent

tungsbereich, die zunehmend Gefallen an der Verbandsarbeit finden. Roswitha Husfeldt hat auch festgestellt, woran das liegt: „Die Arbeit des Verbandes hat sich gewandelt, er ist mit der Zeit gegangen.“



Führungstärke (v.l.): Maren Jackwerth, Martina Teichelmann, Roswitha Husfeldt und Alexandra Hans. FOTO: KARCH

„Spielten früher Kurse über Unternehmensführung und Betriebswirtschaft

die dominierende Rolle, stehen heute bei Verbandsveranstaltungen Image, Rhetorik und Vermarktung im Vordergrund. „Frauen sind die besseren Netzwerkerinnen“, weiß Alexandra Hans, Vorsitzende des VdU-Landesverbandes Ruhrgebiet. „Früher war es sogar verpönt, auf Verbandsveranstaltungen Geschäfte zu machen, das hat sich inzwi-

chen geändert.“ Die Gründerin von Wohnen.com schätzt unter anderem die klaren Eintrittskriterien: Dem VdU ging es nie um Masse, sondern stets um Klasse. So dauert es mindestens ein halbes Jahr bis aus dem „Interessentinnen-Status“ ein Mitgliedsstatus werden kann. „Die Zahl der Mitglieder ist für uns nicht entscheidend, viel wichtiger ist der Umsatz und die Mitarbeiterzahl, den unsere Unternehmerinnen repräsentieren“, so



Tina Risse-Stock übernahm mit 29 Jahren den elterlichen Betrieb. FOTO: PRIVAT

DER VERBAND

Rund **1500 Unternehmerinnen** sind im Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) organisiert. Eine heimliche Macht, denn die Mitglieder beschäftigen rund **300 000 Mitarbeiter** und setzen jährlich rund 50 Milliarden Euro um. Infos: www.vdu.de

Der Verband deutscher Unternehmerinnen ist mit der Zeit gegangen

Der Verband deutscher Unternehmerinnen ist mit der Zeit gegangen

Alexandra Hans. „Wir wollen schließlich als Unternehmerinnen akzeptiert und nicht nur als Frauen wahrgenommen werden“, argumentiert Martina Teichelmann, Chefin der Kölner Agentur Macologne und Vorsitzende des Landesverbandes Rheinland. Ein klares Ziel dabei: „Wir wünschen uns mehr Frauen in den Aufsichtsräten.“ Dafür hat der VdU eine Datenbank aufgebaut, in die sich qualifizierte Kandidatinnen für Aufsichtsgremien eintragen können. Damit das Argument, es gebe keine geeigneten Frauen, endlich Vergangenheit ist.

JOSÉ MACIAS