

Rheinisch-Westfälisches Institut
für Wirtschaftsforschung und
Sozialforschungsstelle Dortmund (Hrsg.)

Die Bedeutung von Netzwerken bei Unter- nehmensgründungen von Frauen

Gutachten im Auftrag des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit

Endbericht – Kurzfassung



Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung

Vorstand:

Prof. Dr. Christoph M. Schmidt, Ph.D. (Präsident),

Prof. Dr. Thomas K. Bauer

Prof. Dr. Wim Kösters

Verwaltungsrat:

Heinrich Frommknecht (Vorsitzender);

Eberhard Heinke, Dr. Dietmar Kuhnt, Dr. Henning Osthues-Albrecht
(stellv. Vorsitzende);

Prof. Dr.-Ing. Dieter Ameling, Manfred Breuer, Prof. Dr. Walter Eberhard,
Prof. Dr. Harald B. Giesel, Marianne Halstrick-Schwenk, Dr. Thomas Köster,
Hartmut Krebs, Rolf Hermann Nienaber, Heinz Putzhammer,
Dr. Günter Sandermann, Dr. Gerd Willamowski

Forschungsbeirat:

Prof. David Card, Ph.D., Prof. Dr. Clemens Fuest, Prof. Dr. Walter Krämer,

Prof. Dr. Michael Lechner, Prof. Dr. Till Requate, Prof. Nina Smith, Ph.D.,

Prof. Dr. Harald Uhlig, Prof. Dr. Josef Zweimüller

RWI : Projektberichte

Herausgeber: Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung,
Hohenzollernstraße 1/3, 45128 Essen

Tel. 0201/81 49-0, Fax 0201/81 49-200, e-mail: rwi@rwi-essen.de

Alle Rechte vorbehalten. Essen 2004

Schriftleitung: Prof. Dr. Christoph M. Schmidt, Ph.D.

Die Bedeutung von Netzwerken bei Unternehmensgründungen von Frauen
Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit
Endbericht – Kurzfassung (Juli 2004)

Projektleiter: PD Dr. Friederike Welter; Bearbeiter RWI: Dr. Lutz Trettin unter
Mitarbeit von Milena Stoytcheva und Muhamed Kudic, Marlies Tapaß
(Sekretariat), Frank Jacob (Grafik) und Karl-Heinz Herlitschke (Statistik)
Bearbeiter Sfs: Dipl.-Volkswirtin Ursula Ammon (Leitung Team Sfs),
Dr. Gudrun Richter-Witzgall, Gerd Röhl (Fa. adaequat), Jürgen Bonnekoh (GEA),
Renate Griffiths (Sekretariat)

Rheinisch-Westfälisches Institut
für Wirtschaftsforschung und
Sozialforschungsstelle Dortmund (Hrsg.)

Die Bedeutung von Netz- werken bei Unternehmens- gründungen von Frauen

Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für
Wirtschaft und Arbeit

Endbericht – Kurzfassung (Juli 2004)

Projektleiterin: PD Dr. Friederike Welter

Bearbeiter RWI: Dr. Lutz Trettin unter Mitarbeit von Milena Stoytcheva und
Muhammed Kudic, Marlies Tapaß (Sekretariat), Frank Jacob (Grafik) und
Karl-Heinz Herlitschke (Statistik)

Bearbeiter Sfs: Dipl.-Volkswirtin Ursula Ammon (Leitung Team Sfs),
Dr. Gudrun Richter-Witzgall, Gerd Röhrli (Fa. adaequat), Jürgen Bonnekoh GEA),
Renate Griffiths (Sekretariat)



I. Gang der Untersuchung

(1) Aufgabe der vorliegenden Studie ist es, die Bedeutung von Netzwerken bei Unternehmensgründungen von Frauen zu untersuchen. Das Untersuchungsdesign orientiert sich an qualitativer Forschungsmethodik, um Stärken und Schwächen der Netzwerke aufzudecken, und setzt auf der Angebotsseite – den Netzwerken – und der Nachfrageseite – den Nutzerinnen – an.

(2) In einem ersten Schritt wurde auf Grundlage einer umfangreichen Auswertung der Literatur zu Netzwerken und ihrem Einfluss auf Gründungserfolg und Unternehmensentwicklung ein theoretisches Gerüst für die Stärken-Schwächen-Analyse konzipiert. Daran anschließend wurde eine Matrixtypologie von Netzwerktypen für gründungsinteressierte Frauen, Gründerinnen und Jungunternehmerinnen entwickelt. Ordnungskriterien sind die Organisationsstrukturen (real, virtuell), Funktionsweise (Verband, Verein), die Zielgruppe (Gründerin/Unternehmerin, generell berufstätige Frauen) und die geschlechtspezifische Zusammensetzung der Verbände (exklusiv Frauen, gemischt).

(3) Auf dieser Basis wurden acht Netzwerke für die Untersuchung der Angebotsseite ausgewählt: Verband Mitteldeutscher Unternehmerinnen (VMU), Bundesverband Junger Unternehmer (BJU), Verband Schöne Aussichten, Connecta, die Genossenschaft Weiberwirtschaft in Berlin, der lokale Verein Frauenwirtschaftswunder in Tübingen, die virtuellen Gemeinschaften webgrrls und querdenken. Mit diesen Organisationen wurden leitfadengestützte persönliche Interviews zur Ermittlung angebotsseitiger interner Stärken und Schwächen der Netzwerkarbeit geführt.

(4) Netzwerknutzung, Einschätzungen und Bewertungen der Nachfrageseite – Gründerinnen und Unternehmerinnen – wurden mittels einer standardisierten Online-Befragung erhoben. Dazu kamen einige persönliche Tiefeninterviews im Rahmen der Regionalfallstudien.

(5) In drei regionalen Fallstudien wurden raumbezogene Stärken und Schwächen in der Netzwerkarbeit erfasst, über telefonische und/oder persönliche, leitfadengestützte Interviews mit wesentlichen Akteuren in der Region. Als Untersuchungsräume wurden Mecklenburg-Vorpommern (strukturschwacher, ländlicher Raum), das östliche Ruhrgebiet (altindustrielle Region) sowie die Stadt München und ihr Umland (innovationsorientierte Region) ausgewählt.

(6) Eine Dokumentenstudie ausgewählter Netzwerke in den USA, Großbritannien, den Niederlanden und Österreich, ergänzt mit kurzen telefonischen oder E-Mail Interviews, diente der Identifizierung internationaler Stärken in der Netzwerkarbeit. Zur Identifizierung von in Frage kommenden Netzwerken wurden neben den im Rahmen der Typologie entwickelten Kriterien folgende Merkmale herangezogen: Netzwerke, in denen Frauen selbst aktiv sind, welche die größte Präsenz in der Literatur und im Internet aufweisen bzw. in der Datenbank der KMU-Forschung Austria erfasst sind.

(7) Die Erkenntnisse aller Untersuchungsebenen wurden in einer qualitativen Stärken-Schwächen-Analyse der Netzwerktypen zusammengeführt und Handlungsempfehlungen für Netzwerkakteure und den Staat abgeleitet.

II. Zentrale Befunde der Untersuchung

II.1 Netzwerke aus theoretischer Sicht

(8) Netzwerke sind gekennzeichnet durch: reziproke Beziehungen und damit einher gehend „Vertrauen“ in den Netzwerkbeziehungen, gemeinsame Interessenslagen der (potentiellen) Mitglieder, Reduktion von Komplexität wirtschaftlichen Handelns und (Kosten-)Vorteile für die Teilnehmer, sowie eine eigene Handlungslogik, die nicht nur ökonomische Ziele berücksichtigt.

(9) Untersuchungen zeigen, dass starke Netzwerkbeziehungen eher den Gründungserfolg, schwache Beziehungen insbesondere das Unternehmenswachstum beeinflussen und im Verlauf der Unternehmensentwicklung an Bedeutung gewinnen. Hinsichtlich geschlechtsspezifischer Unterschiede in Netzwerken und im Netzwerkverhalten ist die empirische Forschung bislang zu keinem schlüssigen Ergebnis gekommen.

(10) Netzwerke können spontan oder geplant sowie „von unten“ – d.h. durch Handeln von (potenziellen) Unternehmerinnen – bzw. „von oben“ entstehen. Dabei gehen viele erfolgreiche Netzwerke auf die Initiative einiger weniger Personen zurück. Wichtig für die Etablierung eines Netzwerkes ist seine Legitimation, wobei Netzwerke verschiedene Stadien durchlaufen: In der „Vorphase“ wird die Notwendigkeit zu einer Zusammenarbeit im Netzwerk generell legitimiert. In der Phase der Netzwerkentstehung werden Struktur und Identität festgelegt. Anhaltende Defizite beim Aufbau einer Netzwerkidentität und -legitimität führen zur Auflösung von Netzen.

(11) Mit Blick auf das Netzwerkmanagement beeinflussen vor allem der Umfang des Netzwerks, Bedeutung und Heterogenität der Netzwerkbeziehungen und -partner, deren individuelle Präferenzen und Erfahrungen dessen konkrete Ausgestaltung.

(12) In der wissenschaftlichen Diskussion rückt das Wissensmanagement in Netzwerken immer stärker in den Mittelpunkt. Damit in Verbindung steht die Frage nach IT-basierten Organisations- und Kommunikationsstrukturen, aber auch nach Sicherheit, Vertrauen und Anonymität bei der Nutzung Internet-basierter Netzwerkangebote.

(13) In der wissenschaftlichen Literatur findet sich eine Vielzahl von Kriterien für eine effiziente und wirksame Netzwerkarbeit. Dies sind beispielsweise: gemeinsame Ziele und Visionen, Offenheit gegenüber dem Netzwerkpartner, Bereitschaft für Veränderungen und Neues, gegenseitiges Vertrauen, Win-Win-Situationen für Mitglieder sowie eine regelmäßige Kontaktpflege, funktionelle Komplementarität, strategische Passfähigkeit, vergleichbare Philosophien und Beweggründe für eine Mitgliedschaft.

(14) Konzepte der Wirtschaftsgeographie bzw. Regionalökonomie benennen als zusätzliche Erfolgsfaktoren: Schaffung von regionalen Begegnungsmöglichkeiten, stetigen Kontakt zu lokalen/regionalen Behörden und politischen Entscheidungsträgern, sowie die Auseinandersetzung mit den regionstypischen gründungs- und genderspezifischen Risiken in der Netzwerkarbeit.

(15) Hemmnisse der Netzwerkarbeit werden in der wissenschaftlichen Diskussion seltener thematisiert. Bisher werden als Ursachen für Netzwerkversagen angesehen: Entscheidungsblockaden (Macht und zu viele Akteure im Netz), strukturkonservative Handlungsorientierungen, das Dilemma zwischen der Notwendigkeit, Vertrauen in Netzwerkbeziehungen aufzubauen, und der Gefahr opportunistischen Verhaltens insbesondere neuer, „unvertrauter“ Mitglieder, die Rolle von Konflikt als einem Störfaktor, aber auch als Anlass für Veränderungen.

II.2 Netzwerke aus Sicht der Organisatorinnen

(16) Hinsichtlich der Mitgliederstrukturen ergeben sich zwischen den untersuchten Netzwerktypen erhebliche Variationen. Virtuelle Netzwerke und gemischtgeschlechtliche Organisationen weisen die höchsten Mitgliedszahlen auf. Mit Blick auf das Verhältnis von erfahrenen Unternehmerinnen und unmittelbar in der Gründungsphase befindlichen Mitgliedern offenbaren sich ebenfalls erhebliche Unterschiede. Ein geringer Anteil an Gründerinnen ist dabei nur zum Teil bedingt durch die nicht explizite Ausrichtung

auf diese Zielgruppe. „Ältere“ Netzwerke mit einer etablierten Mitgliedschaft weisen andere Interessenslagen auf.

(17) Ein relativ einheitliches Bild ergibt sich bei der Betrachtung der in den Netzwerken vertretenen Branchen und Betriebsgrößenklassen, des Alters und der Ausbildung der Teilnehmerinnen. Mitglieder sind zumeist kleinere Unternehmen, mehrheitlich sogar Ein-Personen-Betriebe, geführt von Akademiker/-innen im Alter von 30 bis 50 Jahren. Sie agieren vorwiegend in personen- und unternehmensorientierten Dienstleistungen, Einzelhandel sowie künstlerischen Branchen.

(18) Die Unterstützung von selbständig tätigen Frauen wird zunehmend eingebettet in lokale und/oder regionale Aktivitäten zur Stärkung der Position von Frauen im Erwerbsleben. Diesem Ansatz liegt die Erkenntnis zugrunde, dass sich die Erwerbssituation in einzelnen Lebensphasen stark wandeln kann. Vor diesem Hintergrund wird auch Lobbyarbeit gegenüber politischen Entscheidungsträgern betrieben, wenngleich sich dies vor allem auf lokaler bzw. regionaler (Bundesland) Ebene abspielt.

(19) Die Angebotspalette für Gründerinnen und Unternehmerinnen ist insgesamt sehr weit gefächert. Mit Blick auf die Nutzung moderner Informationstechnologien für die Ausdehnung der Angebotspalette scheinen die Unterschiede zwischen virtuellen und realen Netzwerken immer geringer zu werden. Auch nicht virtuelle Netzwerke bieten mittlerweile ein eigenes Internetangebot mit geschützten Diskussions- und Informationsbereichen, Beratungszentren und Datenbanken an.

(20) Erhebliche Unterschiede ergeben sich zwischen den einzelnen Typen in der Art der Unterstützung von Gründerinnen. Bei einigen Organisationen (mitgliederstarken virtuellen Gemeinschaften und Unternehmerinnenverbänden) liegt ein Schwerpunkt auf der unmittelbaren Hilfe für Gründerinnen. Die mittel- und langfristige Stärkung von unternehmerischer Kompetenz steht vor allem bei kleinen sowie regional begrenzten Netzwerken im Vordergrund.

(21) Mit einer Ausnahme agieren alle untersuchten Netzwerke in der Rechtsform eines eingetragenen und als gemeinnützig anerkannten Vereins. Die überregional agierenden Netzwerke verfügen über Landes- bzw. Regionalgruppen, wobei die räumliche Präsenz offenbar nicht in direktem Zusammenhang zur Netzwerkgröße steht. In Organisationen mit Arbeitsgemeinschaften ist die Mitarbeit durch eine gewisse Konstanz in der personellen Zusammensetzung gekennzeichnet. Dagegen verändert sich die Zusammensetzung der Vorstände in festgelegten zeitlichen Abständen.

(22) Der Blick auf die Finanzierung und personelle Ausstattung der Netzwerkarbeit offenbart weitere Gemeinsamkeiten der Netzwerktypen. Mitglieds- und Veranstaltungsbeiträge sowie Spenden bilden das Fundament. Projektgebundene Fördermittel werden zurzeit von keinem Netzwerk genutzt. Mitgliedsstarke Organisationen arbeiten in der zentralen Geschäftsstelle mit hauptamtlichen Mitarbeitern. Der größte Teil der inhaltlichen Arbeit wird jedoch hier wie in den anderen Netzwerken von ehrenamtlich aktiven Personen bestritten.

(23) Interne Kommunikation findet über einen regelmäßigen Austausch statt: Vorstandssitzungen und informelle Kontakte auf der Führungsebene, Zusammenarbeit mit Gremien, die aus Vertreterinnen der Regionalgruppen bzw. der thematisch arbeitenden Gruppen gebildet werden. Dadurch wird die Kommunikation zwischen den verschiedenen Ebenen der Netzwerke intensiviert und das Netzwerkmanagement auf mehrere Mitglieder verteilt.

(24) Durch die modernen Kommunikationstechnologien sind die Grundlagen für eine umfassende und zeitnahe zügige Weitergabe von Informationen an die breite Mitgliedschaft in allen Netzwerken gegeben. Trotz der wachsenden Bedeutung der Informationstechnik betonen alle Netzwerke die Rolle persönlicher Kontakte, wobei die IuK-Technik nicht als Substitut, sondern als ein wirksames Mittel gesehen wird, diese effizienter zu arrangieren.

(25) Internes Wissensmanagement gewinnt an Bedeutung, wird allerdings noch nicht systematisch betrieben. Es dient bei allen Netzwerktypen dazu, Bedürfnisse von Teilnehmerinnen im Hinblick auf die Netzwerksangebote zu erfassen und die von ihnen diskutierten Themen und Probleme zu analysieren. Eine zweite Form des Wissensmanagements stellt der Umgang mit dem für die Netzwerkarbeit relevanten Wissen dar. Die Kodifizierung impliziten Wissens zur organisationsinternen Arbeit erfolgt erst in drei Netzwerken systematisch. Auch spezifische Formen des Konfliktmanagement finden erst langsam Berücksichtigung.

(26) Mit einer Ausnahme existiert keines der untersuchten Netzwerke länger als 15 Jahre. Dieser Trend in der Entwicklung der Netzwerklandschaft für (potenzielle) Gründerinnen und Unternehmerinnen reflektiert die wachsende Zahl an Gründungen von Frauen und den damit einher gehenden zunehmenden Bedarf an Unterstützung und Interessensvertretung. Diese Entwicklung ist aber auch ein offensichtlicher Hinweis darauf, dass die zu Beginn der 1990er Jahre existierende Verbandslandschaft keine adäquaten Angebote für die heutige Klientel der untersuchten Netzwerke bereitstellte.

(27) Die Stärkung der regionalen Organisation – Einwerbung neuer Mitglieder, Erweiterung des Einzugsbereichs bei den kleineren Netzen, bei virtuellen Netzen verstärkte Einrichtung lokaler Treffpunkte – stellt bei allen Netzwerktypen einen zentralen Schwerpunkt der künftigen Arbeit dar. Damit einher geht die Notwendigkeit, ihre Angebote noch zielgruppennäher auszurichten, um einem Mitgliederschwund vorzubeugen. Ferner sehen einige der Netzwerke – bedingt durch ihre spezifische Zielgruppe – eine Verstärkung und Neuausrichtung ihrer politischen Arbeit auf Themen wie wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen für Kleinstgründungen.

II.3 Netzwerke aus Sicht der Nutzerinnen: Ergebnisse der Online-Befragung

(28) An der Befragung haben insgesamt 264 Frauen teilgenommen, von denen 245 bereits selbstständig tätig sind. Knapp die Hälfte der Teilnehmerinnen hat sich im Alter zwischen 30 und 39 Jahren selbstständig gemacht bzw. plant die Selbstständigkeit, mehr als ein Viertel im Alter zwischen 40 und 49 Jahren und fast ein Fünftel in der Altersgruppe von 20 bis 29 Jahren. Rund zwei Drittel aller Befragten verfügen über eine abgeschlossene Fachhochschul- oder Universitätsausbildung. Im Vergleich zu den Daten der amtlichen Statistik ist die Gruppe der selbständigen Akademikerinnen überrepräsentiert. Das dürfte auf den hohen Anteil der Unternehmerinnen aus den Bereichen unternehmensbezogene, kulturelle und Bildungsdienstleistungen zurückzuführen sein, liegt aber auch im Trend des „Akademikerinnenbooms“ unter den selbständigen Frauen.

(29) Der überwiegende Teil der bereits selbstständig tätigen Frauen hat aus einer abhängigen Beschäftigung heraus gegründet, ein Drittel war vor der Gründung arbeitslos. Die bereits selbständigen Befragungsteilnehmerinnen stehen überwiegend noch relativ jungen Unternehmen vor. Über 70% der befragten Frauen betreiben ein Ein-Personen-Unternehmen. Für die Mehrzahl der Befragten ist die Selbstständigkeit eine Vollzeittätigkeit.

(30) Nahezu alle befragten Selbständigen sind im Dienstleistungssektor aktiv (96%), insbesondere im Bereich unternehmensbezogener Dienste, sowie Fort- und Weiterbildung. Unterrepräsentiert sind das Gesundheitswesen, die personenbezogenen Dienste, der Handel und das Gastgewerbe. Die in dieser Hinsicht nicht repräsentative Verteilung ist vor allem ein Ergebnis der gewählten Befragungsmethode.

(31) Mehr als zwei Drittel der Befragten gehören den virtuellen Netzen webgrrls (41%) und femity (29%) an. Mehrfachmitgliedschaften sind häufig. Die Befragten repräsentieren damit eine Positivauswahl von in hohem Maße in Netzwerken aktiven Unternehmerinnen, wengleich knapp zwei

Drittel der Antwortenden nur „einfaches“ Mitglied in ihrem Netzwerk sind und keine Aufgaben bzw. Funktionen wahrnehmen.

(32) Die Mehrheit informiert sich entweder täglich (43%) oder mehrmals in der Woche (23%) im Internet über Neuigkeiten im Netzwerk, über Marktentwicklungen und das gesellschaftspolitische Umfeld. Immerhin 16% suchen täglich die Kommunikation in Internetforen. Jedoch kann dies nach Ansicht der meisten befragten Frauen persönliche Kontakte nicht ersetzen.

(33) Fast die Hälfte der Befragten hat erstmals über das Internet vom jeweiligen Netzwerk erfahren. Hinweise und Empfehlungen aus dem sozialen und beruflichen Umfeld werden an zweiter Stelle genannt, vor allem die Werbung durch andere Unternehmerinnen. Persönliche Kontakte sind insbesondere für Frauen in der Gründungsphase eine wichtige Informationsquelle über Netzwerke. Die institutionellen Gründungsförderer müssen dagegen offensichtlich selbst erst über Frauen-Netzwerke informiert werden.

(34) Nach den Beweggründen zur Vernetzung gefragt, antworteten die meisten Befragten es sei „wichtig, dass selbständige Frauen sich gegenseitig stark machen“. Daneben werden Netzwerkfunktionen wie „Informationsquelle“ und „Treffpunkt für Frauen in ähnlichen Situationen“ als wesentliche Gründe angeführt, mit deutlichem Abstand gefolgt von der politischen Interessensvertretung. Auf der anderen Seite reflektiert der meistgenannte Grund für eine Netzwerkmitgliedschaft ebenfalls Interesse an Lobbyarbeit, wenngleich auf einem anderen Niveau als bisher von vielen klassischen Verbänden angeboten und angenommen.

(35) Die fünf am häufigsten genutzten Netzwerkangebote sind: Informationen, Newsletter und Neuigkeiten auf der Webseite, Netzwerktreffen, Veranstaltungen, Stammtische und Klüngeltreffen sowie Freizeitaktivitäten. Die passive Nutzung ist damit die wichtigste „Nutzungsform“ für die Mehrzahl der Netzwerkmitglieder. Die meisten Befragten bewerten das am häufigsten genutzte Angebot, Informationen bzw. Webseiten, sowie die an vierter Stelle folgenden Stammtische und Klüngeltreffen als „gut“, wenngleich immerhin auch ein Viertel bzw. ein gutes Fünftel Verbesserungsbedarfe sehen. Allerdings deuten die Befragungsergebnisse auch darauf hin, dass viele Netzwerkmitglieder nicht hinreichend über das Angebot in ihrem eigenen Netzwerk informiert sind.

(36) Nur eine Minderheit der befragten Frauen sieht eine bedeutende Rolle für Netzwerke bei ihrer Entscheidung zur Selbständigkeit. Netzwerke haben in der Selbsteinschätzung der Frauen ihre relativ größte Bedeutung in der Überwindung von Krisenphasen und für das Unternehmenswachstum.

(37) Unternehmerinnen sehen in ihren Netzwerken vor allem eine unkomplizierte Kommunikationsplattform mit Gleichgesinnten und für Geschäftskontakte. Dies wird insbesondere von denjenigen der befragten Unternehmerinnen geschätzt, die ihre Firma zum Befragungszeitpunkt etablieren bzw. festigen. Jungunternehmerinnen, die weniger als zwei Jahre am Markt sind, und Frauen ohne Hochschulausbildung bevorzugen daneben auch Unterstützungsangebote wie Coaching oder Seminare.

(38) Identität im Netzwerk wird nach Meinung der befragten Frauen in erster Linie durch Reziprozität, Exklusivität, Vielfalt der Mitgliedschaft und gegenseitiges Verständnis erzeugt. Mit der Dauer der Selbständigkeit gewinnt die Branchenvielfalt tendenziell an Bedeutung. Netzwerkmitglieder, die aufgrund ihrer eigenen selbständigen Existenz die Probleme einer Unternehmerin kennen, sind insbesondere für Jungunternehmerinnen von großer Bedeutung. Gute Informations-, Bildungs- und Beratungsangebote werden zwar auch als wichtig angesehen, sind jedoch nicht die entscheidenden Erfolgsfaktoren für eine langjährige Netzwerkmitgliedschaft.

II.4 Vernetzung in der Region – Ergebnisse der Regionalfallstudien

(39) Seit 1994 sind in *Mecklenburg-Vorpommern* mehrere Vereine von bzw. für Unternehmerinnen gegründet worden, die gemeinsame Wurzeln im Verband „Frauen in die Wirtschaft“ (FIW) in Rostock besitzen. Ihre Klientel setzt sich v.a. aus ehemals arbeitslosen und jetzt als Solounternehmerinnen selbständigen Akademikerinnen zusammen. Daneben arbeiten drei Regionalgruppen bundesweit agierender Verbände im Land. Zwischen den verschiedenen Netzwerken hat sich mittlerweile ein dichtes Beziehungsgeflecht gebildet, das einen schnellen Austausch sowohl zwischen den Vereinen als auch mit den relevanten (semi-) öffentlichen Einrichtungen am jeweiligen Standort garantiert.

(40) Insbesondere kommunale Gleichstellungsstellen, die in den strukturschwachen Regionen oftmals die einzigen Ansprechpartnerinnen für gründungswillige und selbständige Frauen sind, kooperieren mit den Netzwerken. Daneben wurden seit 2002 fünf öffentlich geförderte Regionale Ressourcen Center für Gründerinnen eingerichtet, die entweder von Unternehmerinnennetzwerken oder von Bildungsträgern geführt werden.

(41) Durch die Verknüpfung der eigenen Aktivitäten mit gründungsrelevanten Initiativen an den Hochschulen des Landes greifen die Gründerinnennetzwerke einen neuen Fördertrend auf, nämlich die Unterstützung von direkten Gründungen aus dem Hochschulbereich. Dabei ist die Intensität der Zusammenarbeit an den verschiedenen Standorten unterschiedlich und stark geprägt von personellen Faktoren.

(42) Das *Münchener System zur Unterstützung von Gründerinnen* ist durch zahlreiche projektbezogene Kooperationen von (semi-) öffentlichen Einrichtungen und Frauen-/Unternehmerinnennetzwerken gekennzeichnet. Gemeinsame Aktivitäten werden für verschiedene Zielgruppen angeboten: Wiedereinsteigerinnen in das Erwerbsleben mit oder ohne akademischen Bildungshintergrund, Gründerinnen aus der Arbeitslosigkeit bzw. Hochschulabsolventinnen.

(43) Im Hinblick auf diese Projektkooperationen wird ein Muster deutlich aus einer traditionsreichen Zusammenarbeit von Organisationen und Personen, die sich mit frauen- bzw. gründerinnenspezifischen Themen auseinandersetzen, langjährigen Beziehungen, die ursprünglich informeller Natur waren, aber zunehmend formalisiert werden, und der wachsenden Einbindung von öffentlichen Trägern in die Netzwerksarbeit der Frauen bzw. Unternehmerinnen. Das ermöglicht die Durchsetzung gründerinnenspezifischer Formen der Beratung und Schulung bei den (semi-) öffentlichen Institutionen.

(44) Im *östlichen Ruhrgebiet* spielen bei den (semi-)öffentlichen Einrichtungen zur Gründungsförderung genderspezifische Maßnahmen keine Rolle. Jedoch verfügt der Untersuchungsraum mit den fünf Regional-/Kommunalstellen für Frau und Beruf, die bei den kommunalen Wirtschaftsfördergesellschaften eingerichtet sind, über ein dichtes Unterstützungsnetzwerk auch für Gründerinnen. Regionalstellen und Bildungsträger an den jeweiligen Standorten pflegen einen regelmäßigen Informationsaustausch über die thematische Ausrichtung ihrer Unterstützung. Dagegen treten die Stammtischrunden der Gründerinnen nur auf informelle Weise, oft durch Vermittlung der Regionalstellen, mit Bildungsträgern in Kontakt, um Informationen zum Gründungsgeschehen austauschen und die inhaltliche Ausrichtung der Stammtischangebote zu diskutieren. Die Regionalstellen bilden somit das „Scharnier“ zwischen allgemeiner und genderspezifischer Gründungsförderung im Untersuchungsraum.

II.5 Fallbeispiele von Unternehmerinnennetzwerken im internationalen Vergleich

(45) Die *USA* haben bereits in den späten 1980er Jahren spezielle Gesetze für Unternehmerinnen verabschiedet. Dazu kommt eine eigene institutionelle Infrastruktur, u.a. gebildet vom Office of Women's Business Ownership (OWBO), dem National Women's Business Council (NWBC), 90 Women's Business Center und spezielle Ansprechpartner in allen Distriktbüros der Small Business Administration. Speziell für Unternehmerinnen listet das OWBO 22 Netzwerke, 20 frauenspezifische Berufs- und Branchenverbände sowie 17 Internetportale bzw. virtuelle Gemeinschaften auf.

(46) Die National Association of Women Business Owners (NAWBO) ist die älteste und bekannteste Unternehmerinnenorganisation in den USA (1975 gegründet; ca. 7.000 bis 8.000 Mitglieder in 80 Sektionen). In der Regel handelt es sich bei den Mitgliedern nicht um Gründerinnen. Stärken der NAWBO sind nach eigenen Angaben: der (bislang) stetige Zuwachs an Mitgliedern, eine breite Mitglieder- und Finanzierungsbasis (Beiträge und Sponsorengelder) sowie eine starke Position als Lobbyorganisation im Bereich der KMU-Politik auf höchster politischer Ebene. Mitglieder zeigen zudem ein großes Interesse an der ehrenamtlichen Arbeit. Hervorzuheben ist die Anreizpolitik für das Ehrenamt; so lobt NAWBO jährlich fünf organisationsinterne Preise aus.

(47) Aufgrund des steigenden Wettbewerbs durch neue Verbände sieht sich die NAWBO zunehmend vor die Herausforderung gestellt, ihre Mitgliederbasis zu bewahren und das Interesse an der Mitarbeit aufrecht zu erhalten. Damit einhergehen Forderungen der Mitglieder nach mehr Geschäftskontakten innerhalb der Organisation. Dies deutet auf ähnliche Herausforderungen hin, wie sie die traditionellen Wirtschaftsorganisationen in Deutschland erleben, nämlich ein abnehmendes Interesse an politischer Arbeit und die zunehmende Konzentration auf das Firmenwohl, dem Unternehmerinnennetzwerke in ihrer Arbeit Rechnung zu tragen haben.

(48) *Großbritannien* verfügt über ein dichtes und dezentrales Netz an speziellen – oft in öffentlich-privaten Partnerschaften organisierten – Unterstützungseinrichtungen, während Wirtschaftsverbänden traditionell und aufgrund der freiwilligen Mitgliedschaft politisch kaum Bedeutung zukommt. Auch die Netzwerklandschaft für Gründerinnen und Unternehmerinnen ist stark fragmentiert.

(49) Der älteste Unternehmerinnenverband ist die British Association of Women Entrepreneurs (BAWE: 1954 gegründet, ca. 250 Mitglieder). Insgesamt zielt die Arbeit von BAWE eher darauf, die Mitglieder bei der Internationalisierung des Unternehmens zu unterstützen. BAWE ist vor allem in großen Städten konzentriert, hat sich dort aber gegen eine wachsende Konkurrenz durch neue, klubartige Vereinigungen zu behaupten. Nur wenige Frauen sind ehrenamtlich aktiv.

(50) Da der Organisationsgrad der privaten Vereinigungen relativ gering ist, spielen öffentliche Einrichtungen eine sehr viel aktivere Rolle auch bei der Vernetzung. Als ein Beispiel ist das bei der Universität Durham angesiedelte Projekt Women in the Network (WIN) zu nennen, das sich seit 1999 damit beschäftigt, Frauen für Netzwerke zu gewinnen. Speziell um Unternehmerinnenförderung kümmert sich die 2001 gegründete Dachorganisation Prowess, der eine Reihe von Förderagenturen angehört. Trotz der expliziten Ausrichtung der britischen Förderpolitik auf vernetzte Strukturen

ist allerdings auch erkennbar, dass dies ein „von oben“ initiiertes Trend ist, der offensichtlich (noch) nicht sehr stark im Bewusstsein der Bevölkerung verankert ist.

(51) Explizite Fördermaßnahmen für Gründerinnen und Unternehmerinnen existieren in den *Niederlanden* (noch) nicht. Landesweit sind mehrere Netzwerke tätig, u.a. die Union der weiblichen Unternehmer (UVON: 1950 gegründet, 400 Mitglieder, sieben Regionalgruppen), das virtuelle Netzwerk Women on the Web (1996 gegründet, 3.800 Mitglieder), die Stiftung Unternehmerinnen (SVE: 1985 gegründet, 80 Mitglieder), oder der lokale Verein Entre Femmes (1998 gegründet, 45 Mitglieder in der Region Hilversum).

(52) Interessanterweise zeichnet sich in diesem kleinen Land ein starker Vernetzungstrend auf nationaler Ebene ab. Im Jahr 2003 haben die beiden landesweiten Unternehmerinnen-Organisationen UVON und SVE – auf Anregung des Wirtschaftsministeriums - einen Dachverband der Geschäftsfrauen gegründet (15 Netzwerke, rund 900 Mitglieder), um den Zugang zur Politik zu verbessern. Gemeinsam mit der Föderation wurde eine Akademie für Unternehmerinnen als zentrale Anlaufstelle für die Beratung und Begleitung von Unternehmerinnen und Gründerinnen geschaffen.

(53) In *Österreich* haben Netzwerke in den vergangenen Jahren ebenfalls einen „Aufschwung“ erlebt. Neben privaten Initiativen regte das Frauenministerium der Bundesregierung die Gründung von (Unterstützungs-)Netzwerken an, z.B. das Business.Frauen.Center in Wien. Angeboten werden individuelles Coaching, Workshops und Trainings, aber auch Netzwerktreffen und eine virtuelle Informations- und Kommunikationsplattform.

(54) Dieses Beispiel zeigt, welche Bedeutung der öffentlichen Finanzierung im Bereich der Gründungsförderung und Vernetzung zukommen kann. Durch die Rückführung öffentlicher Förderung werden die Maßnahmen nunmehr zu kostendeckenden Preisen angeboten, mit dem Resultat rückgehender Nachfrage. Das beeinträchtigt wiederum den Gedanken, eine fertige Struktur zur Vernetzung von Gründerinnen anzubieten und dies mit der Beratung zu koppeln.

II.6 Stärken-Schwächen-Analyse der Netzwerktypen

(55) Stärken in der *Netzwerkstruktur* beziehen sich auf die Organisationsstruktur, das Netzwerkangebot und die Zusammensetzung der Mitgliedschaft. Hinsichtlich der *Organisation* wurden bei den untersuchten Netzwerktypen drei Stärken identifiziert: ein Rotationssystem bezüglich der Mitgliedschaft in Gremien, die personelle Kontinuität in inhaltlichen Arbeitskreisen, finanzielle Unabhängigkeit trotz einer insgesamt eher schmalen Ressourcenbasis.

(56) Hinsichtlich des *Netzwerkangebots* erweist sich ein breites Angebot als Stärke, vor allem auch mit Blick auf die Mitgliederentwicklung. Dabei ist eine *heterogene Mitgliedschaft* von Vorteil für Gründerinnen bzw. gründungsinteressierte Frauen. Speziell angesprochen ist hier die Mischung aus jungen und erfahrenen Unternehmer/-innen und berufstätigen Frauen im Angestelltenverhältnis, sowie die branchen- bzw. berufsübergreifende Zusammensetzung der Mitgliedschaft.

(57) *Strukturelle Schwächen* zeigen sich insbesondere bei den älteren und mitgliedsstarken Netzwerken in der Angebotsarbeit, von ihnen scheinen sich (potenzielle) Gründerinnen nicht mehr bzw. selten angesprochen zu fühlen. Dies liegt wohl auch daran, dass das Angebot – in vielen Fällen bewusst – zu wenig auf die spezifischen Belange in der Gründungsphase ausgerichtet ist. Strukturelle Schwächen wie wenig komplementäre Kenntnisse der Mitgliedschaft und fehlende Konsolidierung der Organisationsstrukturen treten auch bei jüngeren Netzwerken in ländlich geprägten Räumen hervor.

(58) *Personenbezogene Stärken* beziehen sich auf das Verhalten der Mitglieder sowie das Initiatorinnen- bzw. derzeit tätige Promotorinnenteam. Aus Mitgliedersicht sind vor allem Solidarität und Vertrauen zwischen den Netzwerkmitgliedern wichtig. Mit Blick auf das Promotorinnenteam haben deren Erfahrungen in ehrenamtlicher Netzwerkarbeit und der berufliche Hintergrund einen wesentlichen Einfluss auf eine effiziente Netzwerkarbeit.

(59) *Personenbezogene Schwächen* zeigen sich auf folgenden Ebenen: Bei den großen und überregional tätigen realen wie virtuell organisierten Netzwerktypen ist eine hauptsächliche Schwäche das Trittbrettfahrer-Verhalten vieler Mitglieder. Insbesondere in den virtuellen Netzwerken führt zudem die überwiegend virtuelle Form des Netzwerkes dazu, dass die ehrenamtliche Mitarbeit unverbindlich(er) wird. Schließlich haben Netzwerke mit einer Mitgliedschaft von Solounternehmen häufiger Probleme mit der Gremienarbeit, da Teamarbeit und Führungskompetenzen in diesen Unternehmen nicht mehr automatisch eingeübt werden.

(60) *Prozessbezogene Stärken* beziehen sich auf die Kommunikationsabläufe innerhalb des Netzwerkes, Konflikt- sowie Wissensmanagement. Eine effiziente Kommunikation zeichnet sich durch ein konsistentes Informationssystem mit einfachen, aber strikt befolgten Regelungen zur Weitergabe von Informationen sowie Regularien und Gremien zur organisationsinternen Konfliktvermittlung aus. Die Etablierung eines Konfliktmanagements scheint allerdings bislang nur bei jenen Netzwerken als Erfolgsfaktor angesehen zu werden, die Konflikte durchzustehen hatten.

(61) Wissensmanagement ist ein weiterer zentraler Bereich eines erfolgreichen Netzwerkmanagements. Gerade in den durch ehrenamtliche Arbeit geprägten Netzwerken spielt die intelligente Speicherung des Wissens eine wichtige Rolle. Hier sind aber auch noch *prozessbezogene Schwächen* bei den meisten Netzwerktypen zu erkennen. Das organisationsinterne Wissen der ehrenamtlich Tätigen sowie die Wissensbasis der Mitgliedschaft werden noch bei zu wenigen Netzwerken systematisch erfasst und dokumentiert.

(62) Mit Blick auf *regionale Stärken* ist die räumliche Präsenz eines Netzwerkes bzw. seiner Zweigstellen und Regionalgruppen in wirtschaftsstrukturell und kulturell sehr verschiedenartigen Bundesländern und Regionen eine eindeutige Stärke, allerdings auch auf größere, mitgliedsstarke reale und virtuelle Netzwerke begrenzt. Ebenfalls eine regionale Stärke ist die institutionelle Einbettung der Netzwerke. Das bezieht sich auf die Verankerung von Netzwerkteilnehmern in anderen berufs-, branchen- und/oder politisch bezogenen Organisationen, sowie auf eine enge Zusammenarbeit mit institutionellen Fördereinrichtungen.

(63) Diese Stärken zeigen sich besonders in den regionalen Fallstudien. So ist in allen drei untersuchten Regionen ein Erfolgsfaktor der Netzwerkarbeit das dichte Beziehungsnetz zwischen den Gründerinnen-Initiativen, welches einen regen Informationsfluss und stetigen Austausch von Ideen gewährleistet und kollektive Lernprozesse anregt.

(64) *Schwächen in der regionalen Einbettung* zeigen sich im östlichen Ruhrgebiet als Beispiel für Netzwerkstrukturen in einer altindustriellen Region. Hier werden die vorhandenen Potenziale zum Austausch und zur Zusammenarbeit aufgrund der schwachen Verbindung von (semi-)öffentlichen Strukturen wie den Regionalstellen und den von ihnen initiierten Gründerinnenstammtischen zu den langjährig bestehenden Frauen-/Unternehmerinnenverbänden in der Region noch nicht ausreichend genutzt.

III. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

(65) Der Aufbau von Netzwerkstrukturen ist kein einfacher Prozess, und es lassen sich aufgrund der lokalen und regionalen Einbettung der Netzwerke und ihrer jeweils spezifischen Entstehungsgeschichte keine „Patentrezepte“ bzw. Richtlinien für einen idealen Entwicklungspfad finden. Zu empfehlen ist generell, den Erfahrungsaustausch zwischen Netzwerken über Regionen und unterschiedliche Netzwerkphilosophien hinweg anzustoßen, damit Netzwerke voneinander lernen können. Hilfreich hierbei könnte eine Dokumentation erfolgreicher und nicht erfolgreicher Netzwerkmodelle sein.

(66) Netzwerke sollten systematisches Wissensmanagement betreiben, damit die mit einem Rotationssystem in den Vorständen verbundenen Nachteile, dass implizites Wissen über organisationsintern erprobtes Vorgehen verloren geht, minimiert werden. Ein Weg ist die Erstellung von Organisationshandbüchern (Connecta, Weibewirtschaft) oder moderierte Mailingbereiche (webgrlls).

(67) Die Einrichtung von Schiedsstellen wird von den jüngeren Netzwerken noch nicht als notwendig erachtet, jedoch von den seit zehn und mehr Jahren existierenden Organisationen. Hier sollten sich insbesondere jüngere Netzwerke über den Nutzen eines institutionalisierten Konfliktmanagements informieren.

(68) Die internationalen Erfahrungen aus den USA zeigen, dass eine langfristige Netzwerkarbeit auch auf einer Finanzierung aufbaut, die weitgehend unabhängig von Mitgliedsbeiträgen ist. Andererseits verdeutlicht das österreichische Beispiel, dass gerade gründungsrelevante Unterstützungsangebote vom Netzwerk nicht kostendeckend angeboten werden können. Langfristig müssen Netzwerke stärker als bisher auch Sponsoring für ihre Arbeit nutzen.

(69) Netzwerke ohne hauptamtliche Geschäftsstelle müssen nach Wegen suchen, den hohen Aufwand der ehrenamtlich arbeitenden Mitglieder für reine organisatorische Arbeiten abzubauen, beispielsweise über die Auslagerung von einfachen Routinearbeiten an Unternehmerinnen, die sich auf Büroorganisation spezialisiert haben (Beispiel: der niederländische SVE). Allerdings sind Kosten und Nutzen genau abzuwägen, wie auch Kontrollmechanismen einzuführen sind, um Interessenkonflikten vorzubeugen.

(70) Netzwerken in Deutschland ist zu empfehlen, die internationalen Erfahrungen bei der Mobilisierung von ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen auszuwerten und auf eine mögliche Umsetzung in ihrer Netzwerkarbeit zu prüfen. Interessante Modelle sind die von NAWBO in den USA oder BAWE in Großbritannien organisationsintern vergebenen Auszeichnungen für ehrenamtliches Engagement. Hier könnten auch politische Entscheidungsträger – beispielsweise im Rahmen einer Öffentlichkeitskampagne oder eines bundesweit ausgelobten Preises – unterstützend wirken.

(71) Die systematische Erfassung der Bedarfe der Netzwerknutzerinnen stellt eine wesentliche Voraussetzung dar, um die inhaltliche Arbeit anpassen zu können. Dies kann in umfangreicher Weise (Mitgliederbefragungen) geschehen, aber auch mit relativ einfachen Mitteln wie der regelmäßigen Protokollierung von Stammtischrunden und/oder der Auswertung eingegangener E-Mails mit Anfragen bzw. Wünschen zur Gestaltung der inhaltlichen Arbeit im Verein.

(72) Zu empfehlen ist in diesem Zusammenhang ebenfalls ein engerer Austausch mit Wirtschafts-, Sozial und Regionalwissenschaftlern, die sich speziell den genderspezifischen Aspekten des Gründungsprozesses widmen, um rechtzeitig die Bedarfe neuer Zielgruppen (Teilzeitselbständige, Solo-gründerinnen) zu erkennen.

(73) In kleineren Netzwerken bzw. in den Regionalgruppen großer Netze könnte die im Netzwerk Connecta entwickelte Idee der Netzfibrel das Networking der einzelnen Mitglieder unterstützen. Dabei geht es um die Erstellung eines Personen-/Firmenprofils, dessen Merkmalskatalog entsprechend den Philosophien der jeweiligen Netzwerke gestaltet werden kann.

(74) Als eine neue Form der gegenseitigen Hilfe wird in einigen Netzen an der Entwicklung eigener Mikrokreditfonds gearbeitet. Hier ist unbedingt anzuraten, Erfahrungen von existierenden Mikrokreditfonds einzuholen und bei der Konzeption eigener Fonds zu berücksichtigen.

(75) Die regionalen Fallstudien wie auch die Umfrageergebnisse zeigen, dass der Zugang zu Netzwerken vielfach über Mund-zu-Mund-Propaganda und Berichte in den Lokalmedien erfolgt, während Beratungsinstitutionen, außer den Frauenberatungsstellen, selten(er) Hinweise auf (Frauen-)Netzwerke geben. Als Empfehlung ist hier anzuraten, noch stärker als bisher den Austausch zwischen den traditionellen Beratungsstellen und Gründerinnen- bzw. Unternehmerinnennetzwerken zu unterstützen und zu pflegen.

(76) Das gilt gleichermaßen für den Austausch der Netzwerke untereinander, um (potenziellen) Gründerinnen Hinweise auf möglicherweise geeignetere Netzwerke geben zu können. Ergebnisse der Onlinebefragung lassen erkennen, dass insbesondere gründungsinteressierte Frauen offenbar noch auf der Suche nach dem für sie geeigneten Netzwerk sind. Gleichzeitig verdeutlicht die Analyse der Netzwerktypen, dass Netzwerke mit ihren Initiatorinnen „altern“ und sich die unternehmerischen Interessenslagen innerhalb der Netzwerke verändern. Das führt offensichtlich dazu, dass diese Netzwerke Gründerinnen weniger offen und geeignet erscheinen.

(77) In jüngeren, in der Regel kleineren Netzwerken ist dies anders, bedingt durch die Neigung vieler (potenzieller) Gründerinnen, ein neues, lokales Unternehmerinnennetzwerk ins Leben zu rufen statt einem in der Gründungsphase als ungeeignet angesehenen Netz beizutreten. Dieser Trend dürfte mitverantwortlich sein für die zu beobachtende regionale und inhaltliche Aufsplitterung der Netzwerklandschaft in Deutschland. Hier ist zu empfehlen, vorhandene relevante Datenbanken und Internetportale zu Netzwerken wie das u-netz stärker als bisher bundesweit auszurichten und regelmäßig zu aktualisieren.

(78) Erfolgreiche Netzwerkarbeit hat ein grundlegendes Dilemma zu bewältigen. Insbesondere in den kleineren, oftmals frauenspezifischen Netzwerktypen geschieht die Netzwerkarbeit auf einer äußerst schmalen finanziellen Basis. Darunter leidet die inhaltliche Arbeit des Netzwerkes, im Gefolge seine Attraktivität für neue Mitglieder, die neben dem Austausch mit Gleichgesinnten auch Zugang zu neuen Informationen und Wissen suchen, und es entwickelt sich ein Teufelskreis.

(79) Vor allem kleinere und regional ausgerichtete Netzwerke sollten prüfen, inwieweit sie sich mit anderen Netzwerken in der Region zusammenschließen bzw. besser untereinander vernetzen können. Eine weitere Möglichkeit wäre auch der – lockere oder formaler gestaltete – Anschluss an größere Netzwerke bzw. Verbände.

(80) Etablierten wie neuen Netzwerken ist grundsätzlich zu empfehlen, verstärkt nach Wegen einer informellen Arbeitsteilung bzw. Möglichkeiten zu suchen, Ressourcen und Kompetenzen (besser) zu poolen. Eine Möglichkeit ist der Aufbau eines gemeinsamen Referenten/-innenpools, über eine Internet-Datenbank, thematisch und regional geordnet sowie mit kurzen Erfahrungsberichten gekoppelt. Das technische Wissen ist zweifelsohne bei den Internetportalen wie dem u-netz und den virtuellen Gemeinschaften vorhanden, kann allerdings von den Netzwerken allein aufgrund finanzieller Engpässe nicht realisiert werden.

(81) Internationale wie deutsche Erfahrungen zeigen auch einen Trend zur stärkeren, überregionalen bzw. nationalen Vernetzung der einzelnen Netzwerke und Unterstützungsorganisationen untereinander. Dies ist insbesondere dort zu beobachten, wo die einzelnen Netze zu klein sind, um eine schlagkräftige Interessensvertretung zu betreiben und wo die Politik bisher noch keine Schwerpunkte in der Gründerinnenförderung gesetzt hat (Beispiel: Niederlande). Eine stärkere Vernetzung der Netzwerke untereinander und auch mit Unterstützungseinrichtungen, wie sie ja bereits auf regionaler bzw. lokaler Ebene stattfindet, ist in diesem Zusammenhang generell anzuraten. Dies ist aber nicht „von oben“ zu initiieren, sondern hängt von der Einsicht und dem Willen der Netzwerke selbst ab.

(82) Unterstützt werden könnte der Austausch dadurch, dass ein formelles Forum – beispielsweise in Form eines jährlichen Treffens der Netzwerke – zur Verfügung gestellt wird. Virtuelle Portale und Datenbanken wie das u-netz, die Gründerinnen wie Netzwerkern einen raschen Überblick über die Netzwerke vor Ort erlauben, sind ein empfehlenswerter und erster Schritt, solange sie regelmäßig gepflegt werden. Sie ersetzen aber, wie unsere Ergebnisse zeigen, keine persönliche und direkte Kommunikation, und sollten deshalb durch diese Möglichkeit ergänzt werden.

(83) In Zeiten knapper Haushaltsmittel sind für die politischen Entscheidungsträger Handlungsempfehlungen finanzieller Art problematisch; auch wird eine öffentliche Finanzierung von den untersuchten Netzwerktypen weitgehend abgelehnt. Gleichwohl könnte eine begrenzte Anschubfinanzierung der öffentlichen Hand in bestimmten Situationen sinnvoll sein, beispielsweise wenn es darum geht, Organisationen miteinander zu vernetzen, um ihre Angebote zugunsten der Gründerinnen aufeinander abzustimmen und gegebenenfalls zu bündeln.

(84) Vordringlich ist der Auf- und Ausbau von Genderkompetenz in allen an der Gründerinnenförderung beteiligten Organisationen wie Beratungseinrichtungen, den traditionellen Wirtschaftsverbänden und Ministerien, wengleich dies keine neue Forderung ist. Netzwerkakteure und politische Entscheidungsträger müssen hier zusammenarbeiten, um Beratungs- wie Wirtschaftsinstitutionen noch stärker als bisher für die Belange von Gründerinnen zu sensibilisieren, beispielsweise über entsprechende Gendertrainings.

(85) Noch größere Aufmerksamkeit als bisher sollten bundesweit Themen wie „Chancengleichheit von Frauen im Erwerbsleben“ und die „Vereinbarkeit von Selbstständigkeit mit Familie“ erhalten. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist allerdings auf Ebene der Netzwerke selbst ein koordiniertes Vorgehen sowie auf Ebene der politischen Entscheidungsträger die Bereitschaft, sich stärker bzw. erneut auf diese Themen einzulassen. Denkbar sind eine Reihe von Maßnahmen insbesondere im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, auch in Zusammenarbeit mit der neugegründeten Bundesagentur für Gründerinnen, wie beispielsweise eine Kampagne zum Thema „Frauen und Selbständigkeit“, die verstärkte Ausrichtung der Mittelstandsoffensive „pro mittelstand“ des BMWA. Dabei könnte das Hintergrundwissen und Erfahrungen in beruflicher Selbständigkeit der Medienexpertinnen und Journalistinnen in den Netzwerken genutzt werden, um das Thema „dauerhaft“ in den Medien zu platzieren.

(86) Auf Regional- bzw. Landesebene besitzen die untersuchten Netzwerke breite Erfahrungen im Bereich der Interessenvertretung gegenüber politischen Entscheidungsträgern. Auf Bundesebene sind jedoch Gründerinnen- und Unternehmerinnennetzwerke generell schwächer vertreten. Den politischen Entscheidungsträgern kommt hier die wichtige Aufgabe zu, Frauen- und Gründerinnennetzwerken stärker als bisher Gehör zu verschaffen und ihr spezifisches Wissen zu nutzen.