



Volksbank UnternehmerInnen- Studie 2019

Ein persönlicher Blick auf das
Leben der Unternehmerinnen
und Unternehmer in Österreich

Persönlichkeiten:
Was unterscheidet die
Unternehmerin vom Unternehmer?

UnternehmerInnenleben:
Aus dem Alltag zwischen
Karriere und Familie.

Visionen:
Braucht es noch
geschlechterspezifische Rollen?



„Der Einfluss von Frauen auf die Gesellschaft ist aktuell so stark wie noch nie.“

Liebe Leserinnen und Leser,

es gibt viele Gründe, warum Sie die neue Ausgabe der UnternehmerInnen-Studie der Volksbank unbedingt lesen sollten, zum Beispiel:

- **Sie erfahren, ob Frauen oder Männer mehr Hürden im Unternehmerleben sehen.**
- **Wir wissen, wie Männer über Frauenquoten denken.**
- **Weil es zwischen Frauen und Männern nicht immer so ist, wie man vermutet.**

Der Einfluss von Frauen auf die Gesellschaft ist aktuell so stark wie noch nie: Sheryl Sandberg (Co-Geschäftsführerin Facebook), Indra Nooyi (ehem. CEO PepsiCo) und Irene Rosenfeld (Mondelez International) sind nur ein paar wenige Beispiele dafür. Starke Frauen findet man auch in Österreich. Sieben davon haben wir für Sie interviewt. Sie gestalten die Gesellschaft, setzen sich für Frauen ein, sind Familienmenschen und führen noch dazu erfolgreiche Unternehmen. Von Ost nach West, von Vorarlberg bis Wien, erfolgreiche Unternehmerinnen sind quer durch das Land zu finden.

Sie merken es sicher schon, dieses Jahr, in unserer zweiten Ausgabe der Volksbank UnternehmerInnen-Studie, geben wir ganz besonders den Frauen eine Bühne. Wir beleuchten die persönliche Lebenswelt der Selbstständigen. Wie meistern sie ihren Alltag? Wie viele Stunden arbeiten sie? Wie teilt sich der Haushalt auf? Welche Herausforderungen begegnen ihnen im Laufe ihrer Karriere? Mussten sie mehr Hürden überwinden als ihre männlichen Kollegen? Was sind ihre Visionen? Und wie stehen

sie zu Frauenquoten in Politik und Wirtschaft?

Diese und viele weitere Fragen haben wir in unserer Studie mit Selbstständigen in ganz Österreich untersucht und auf den folgenden Seiten für Sie zusammengefasst. Wir wollen unserem Anspruch als Hausbank für UnternehmerInnen und unternehmerisch Denkende gerecht werden. Aus diesem Grund ist es für uns besonders wichtig, deren Bedürfnisse zu kennen, zu verstehen und auf sie einzugehen. Hier finden Sie eine Diskussionsgrundlage, um ein besseres Verständnis für Selbstständige in unserem Land zu vermitteln. Denn aus Verständnis entsteht Nähe und aus Nähe entsteht Vertrauen – ein unverzichtbarer Wert für ein lebenswertes Österreich. Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen unserer Volksbank UnternehmerInnen-Studie.

Herzlichst, Ihr

Gerald Fleischmann
Generaldirektor
VOLKSBANK WIEN AG

Inhalt

S.8

Merkmale & Unterschiede



10 | Zahlen und Fakten
12 | Interview mit Martha Schultz

S.16

Leben & Herausforderungen



18 | Zahlen und Fakten
20 | Interview mit Klaudia Bachinger
22 | Interview mit Claudia Unterberger

S.26

Antrieb & Erfolg



28 | Zahlen und Fakten
30 | Interview mit Eva Heckl
32 | Interview mit Michelle Morik

S.36

Bilanz & Vision

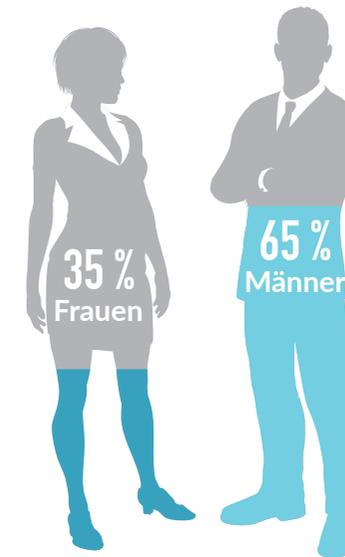


38 | Zahlen und Fakten
40 | Interview mit Julia Fandler
42 | Interview mit Diana Langes-Swarovski

Die Volksbank UnternehmerInnen-Studie

Die jährliche Volksbank UnternehmerInnen-Studie erscheint 2019 zum zweiten Mal und beleuchtet die persönliche Lebenswelt von Selbstständigen in Österreich. In der aktuellen Auflage stehen die Unternehmerinnen im Mittelpunkt. Dabei drehen sich die Fragestellungen um die vier Themenbereiche Merkmale & Unterschiede, Leben & Herausforderungen, Antrieb & Erfolg sowie Bilanz & Vision. Ziel der Studie ist es, Einblicke in das Leben, die Herausforderungen und die Motivation von Selbstständigen zu gewinnen und damit eine Diskussionsgrundlage für ein besseres Verständnis des unternehmerischen Österreichs zu bieten. Dazu hat das Österreichische Gallup Institut im Auftrag der Volksbank österreichweit wie bereits 2018 zwischen Juni und Juli 2019 insgesamt 2.000 Unternehmerinnen und Unternehmer befragt. Die repräsentative Stichprobe bildet auch die Unternehmensstruktur nach Branchen und Unternehmensgröße ab.

■ Frauen ■ Männer



2.000 Gesamtsumme
(Vergleich 2018 - 2019)



„Ungefähr 50 %
der Unternehmen
werden von Frauen
gegründet. Das
liegt erheblich über
dem europäischen
Durchschnitt.“

Martha Schultz,
Geschäftsführerin der Schultz Gruppe & WKÖ-Vizepräsidentin

Merkmale & Unterschiede

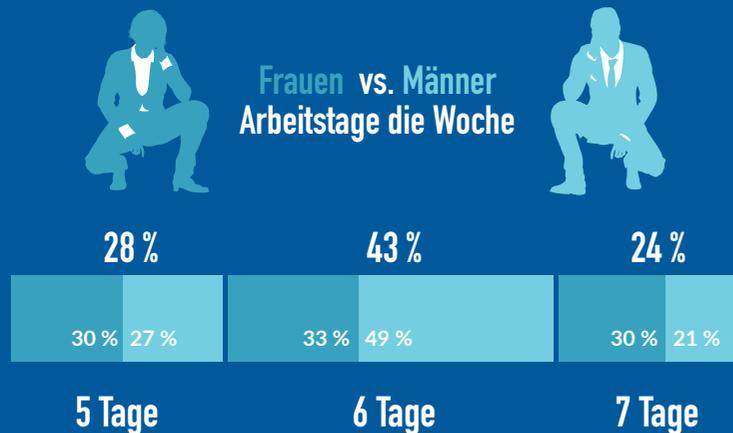
Unterscheiden sich Unternehmerinnen tatsächlich von Unternehmern oder sind das nur Mythen? Gibt es spezielle „Frauenbranchen“, in denen es für Unternehmerinnen leichter ist, Fuß zu fassen? Die Volksbank UnternehmerInnen-Studie zeigt klar: Unternehmerinnen sind ihren männlichen Kollegen jedenfalls dicht auf den Fersen! Fast jedes zweite Unternehmen (45,3 %)* wird in Österreich bereits von einer Frau gegründet. Die Top-drei-Branchen sind dabei Handel & Dienstleistungen (24 %), Tourismus & Gastronomie (20 %), dicht gefolgt von Industrie. Bereits 18 % der Unternehmerinnen sind in industriellen Betrieben tätig. Der Ausbildungsweg zum „Unternehmedasein“ führt bei Frauen häufiger über eine Matura als über ein Studium im Vergleich zu den Männern. Der größte Anteil, bei Unternehmerinnen (54 %) wie Unternehmern (58 %), weicht

jedoch vom klassischen Bildungsweg ab. Woher die Selbstständigen ihr Wissen bekommen, unterscheidet sich vor allem in den Generationen. Die jüngste Generation erlernt ihre Fähigkeiten vor allem durch die Eltern (über 70 %). Und wie sieht es mit dem Klischee „selbst & ständig“ aus? Bei den Unternehmerinnen gibt es ein ausgeglichenes Verhältnis bei den Arbeitstagen pro Woche. Je rund ein Drittel der Befragten geben an, eine Fünf-Tage-, Sechs-Tage- oder Sieben-Tage-Woche zu haben. Bei den Unternehmern kristallisiert sich ganz klar die Sechs-Tage-Woche heraus. Gearbeitet wird meistens (90 %) direkt im Büro. Mobile Working wird selten in Anspruch genommen. Dabei arbeiten Unternehmerinnen häufiger von zu Hause aus als von unterwegs. Knapp die Hälfte der selbstständigen Frauen und Männer führen ein Unternehmen mit ein bis neun MitarbeiterInnen.

*Wirtschaftskammer Österreich

Merkmale & Unterschiede

Was unterscheidet Unternehmerinnen von Unternehmern?
Welche Merkmale treffen im Besonderen auf Unternehmerinnen zu?



Unternehmerinnen arbeiten selten von unterwegs.

Das Homeoffice ist für Unternehmerinnen die häufigere Alternative. Über 90 % gehen jedoch regelmäßig ins Büro.*



Frauen führen häufiger ein EPU.

1 - 9 MitarbeiterInnen haben die meisten Unternehmen von Frauen sowie von Männern mit über 50 %.*

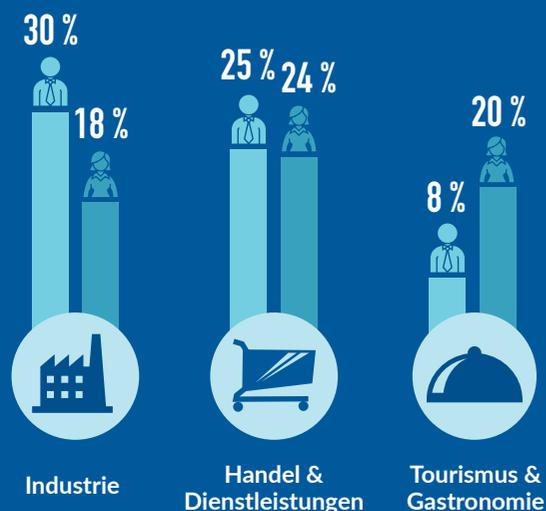


Unternehmerinnen sind den Männern dicht auf den Fersen.

Über 45 % der Gründungen erfolgten 2018 durch Frauen!

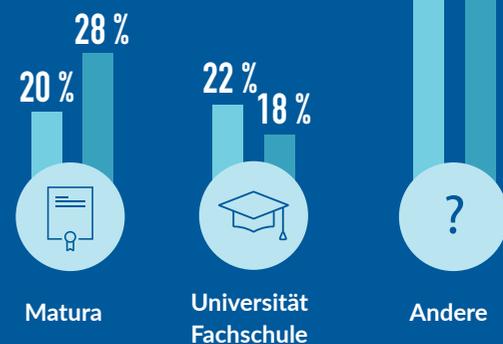
Mehr Unternehmerinnen in Industrie tätig.

50:50 ist die Verteilung der Meinung, ob es spezielle „Frauenbranchen“ gibt. Besonders Mode, Beauty, Textil, Styling, Handel/Verkauf sowie Sozialwesen/Betreuung erweisen sich mitunter als stark klischee-behaftet. Tatsächliche Zahlen der Befragten zeigen, dass Unternehmerinnen am dritthäufigsten in der Industrie/im produzierenden Gewerbe tätig sind.*



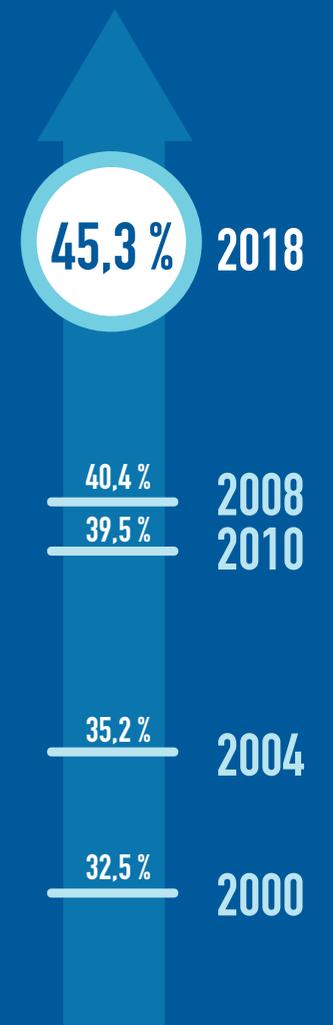
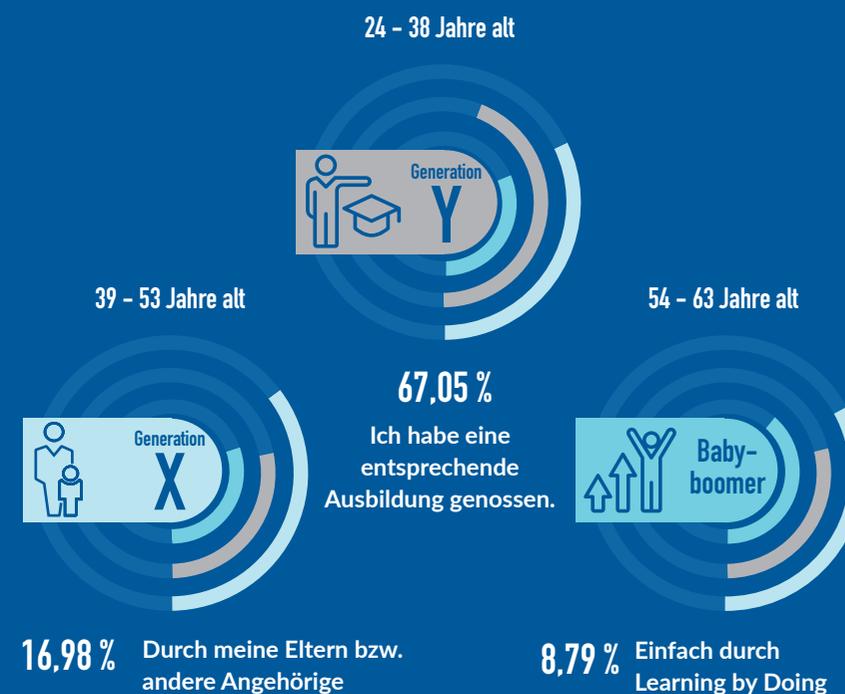
Der mittlere Bildungsweg mit Matura ist bei Unternehmerinnen häufiger als bei ihren männlichen Kollegen.

Der Großteil der UnternehmerInnen, knapp 60 % weist eine andere Ausbildung als die klassische Matura oder einen Universitätsabschluss vor. Wobei beim unkonventionellen Bildungsweg der Anteil der Frauen mit rund 54 % etwas geringer ist als jener der Männer mit knapp 59 %.*



Unterschiede in Generationen erkennbar: Millennials lernen am häufigsten von Eltern.

Ein erhöhter Anteil zeigt sich auch bei jenen, die Familienmitglieder im Unternehmen haben. Über 70 % der Unternehmer, weiblich sowie männlich, erwerben ihre Kenntnisse durch formelle Ausbildungen.



*Ergebnisse aus Volksbank UnternehmerInnen-Studie 2018 und 2019. N = 2.000

„Ich werde es niemals aufgeben, mich für die nächste Generation von Frauen in der Wirtschaft stark zu machen!“

Die Tiroler Unternehmerin Martha Schultz ist Geschäftsführerin der erfolgreichen Schultz Gruppe (Hotellerie, Gastronomie, Tourismus etc.). Darüber hinaus ist sie Vizepräsidentin der WKÖ und setzt sich für die Interessen von Frauen in der Wirtschaft ein. Im Volksbank-Interview verrät sie, wie man es schafft, Alleinerzieherin und Geschäftsführerin zu sein, welchen Aufholbedarf es in Österreich noch gibt und wie sich Frauen und Männer im Managementstil unterscheiden.

INTERVIEW

„Ich wollte in der Wirtschaft immer Veränderungen einleiten – speziell was die Interessen von Frauen angeht.“

Frau Schultz, was hat Sie dazu bewogen, in das Familienunternehmen einzusteigen?

Das war das persönliche Interesse am Unternehmen der Eltern – da ist man ja als Kind auch stolz darauf.

Gab es für Sie rund um den Einstieg große Herausforderungen?

Es traten die üblichen Reibungen zwischen dem Junior- und dem Seniorlevel in Familienunternehmen

– also mir und meinen Eltern – auf. Ich denke, davon können viele hierzulande ein Lied singen (lacht).

Welche besonderen Ziele abseits von Wachstum und Profitabilität haben Sie sich gesteckt, als Sie in das Unternehmen eingestiegen sind?

Ich wollte das Unternehmen der Eltern noch erfolgreicher weiterführen. Das hat sich aber über die Jahre geändert. Irgendwann geht es dann mehr um die eigenen Visionen.



Foto: Schultz Gruppe

„Ich wollte das Unternehmen der Eltern noch erfolgreicher weiterführen. Das hat sich aber über die Jahre geändert. Irgendwann geht es dann mehr um die eigenen Visionen.“

Gab es in Ihrer Karriere jemals einen Zeitpunkt, an dem Sie keine Unternehmerin mehr sein wollten?

Vielleicht als ich meinen Sohn bekam und sieben Tage später schon wieder in die Arbeit gehen musste. Nicht die Möglichkeit zu haben, sich diese wichtige und schöne Anfangszeit frei zunehmen, war durchaus hart. Da wird man dann leider auch recht schnell mit Bezeichnungen wie „Rabenmutter“ konfrontiert.

Sie sind ja, zusätzlich zu Ihrer Rolle als Unternehmerin, Vizepräsidentin der WKÖ. Wie bringen Sie beide Positionen unter einen Hut und was finden Sie besonders spannend an diesem Posten?

Ich wollte in der Wirtschaft immer Veränderungen einleiten – speziell was die Interessen von Frauen angeht. Dies kann man in der WKÖ sehr gut machen, was mich natürlich motiviert. Um das unter einen Hut zu bringen, braucht es ein diszipliniertes Zeitmanagement und eben weniger Privatzeit – wenn einem etwas wichtig ist, nimmt man das aber gerne in Kauf.

Wie beobachten Sie die Zahlen der Neugründungen durch Frauen in den letzten Jahren?

Ungefähr 50 % der Unternehmen werden von Frauen gegründet. Das liegt erheblich über dem europäischen Durchschnitt und ist auch stetig steigend in Österreich. Es werden außerdem schon knapp über

40 % der Unternehmen von Frauen geleitet. Die Zahlen steigen also auf jeden Fall und das ist zweifelsfrei ein erfreulicher Umstand!

Sie sind Mutter eines erwachsenen Sohnes, in dessen Jugend Sie Alleinerzieherin waren. Wie schafft man das neben dem Workload einer Unternehmerin?

Anfangs war der Spagat zwischen Mutter und Unternehmerin eine große Herausforderung. Besonders im Tourismus, der nicht an feste Arbeitszeiten gebunden ist, verlässt man sich in dieser Zeit auf hochwertige, qualitative Kinderbetreuung. Leider ist das gerade im ländlichen Bereich auch heute noch bei weitem keine Selbstverständlichkeit.

Das heißt, Sie sehen einen staatlichen Aufholbedarf?

Ja, beim Staat liegt hier ja klar die Verantwortung. In anderen europäischen Ländern funktioniert es doch auch wunderbar. In Frankreich zum Beispiel ist es überhaupt kein Thema, dass Kinder mit drei Monaten in die Kinderbetreuung dürfen und die Frau wieder zur Arbeit gehen kann. Ob man das möchte oder nicht, soll jedem selbst überlassen sein. Ich sehe es aber klar als die Verantwortung der Gesellschaftspolitik, Frauen diese Möglichkeiten zumindest anzubieten. Ansonsten kann man nie von wirklicher Gleichberechtigung sprechen. Österreich ist bei weitem noch nicht da angelangt – hier liegt noch ganz viel Arbeit vor uns.

„Mein Tipp an junge Unternehmerinnen: Selbstbewusst zu sein und das Ziel ständig zu verfolgen – ihr könnt das und ihr schafft das!“



Foto: Privat

Sind Sie stolz auf die Pionierrolle, die Sie als erfolgreiche Unternehmerin eingenommen haben, und die Arbeit, die Sie für junge Gründerinnen leisten?

Noch nicht – die Ziele, die ich mir gesteckt habe, sind noch nicht erreicht. Ich werde es allerdings niemals aufgeben, für sie zu kämpfen und mich für die nächste Generation an Frauen in der Wirtschaft stark zu machen.

Wo sehen Sie denn im Unternehmertum die stärksten Unterschiede zwischen Frauen und Männern?

Abgesehen davon, dass es durchaus klassische Frauen- und Männerbranchen gibt – bei den Frauen

etwa die Service- und Einzelhandelsbranche und bei den Männern die technischen Felder –, sehe ich die Unterschiede vor allem in den Führungsstilen. Bei Frauen beobachtet man vermehrt einen empathischen Fokus, wohingegen Männer oftmals einen hyperrationalen, zahlenbasierten Stil an den Tag legen. Beides alleine ist nicht perfekt, deswegen bin ich auch Fan der dualen Führungsspitze und lebe das auch so mit meinem Bruder.

Welchen Rat würden Sie einer jungen Unternehmerin im Jahr 2019 mitgeben?

Selbstbewusst zu sein und das Ziel ständig zu verfolgen – ihr könnt das und ihr schafft das!

„Es wird zukünftig viel mehr unternehmerisch denkende Personen geben.“

Kludia Bachinger,
Co-Founder & CEO von WisR

Leben & Herausforderungen

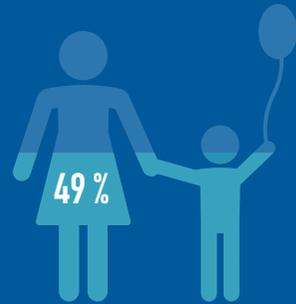
Kinder und Unternehmerin, geht das? Familie und Haushalt unter einen Hut zu bringen, stellt viele Berufstätige vor eine Herausforderung. Haben es dabei Unternehmerinnen besonders schwer oder übernimmt der im Haushalt lebende Partner dafür den Löwenanteil dieser Aufgaben? Fast jede zweite Unternehmerin lebt mit Kindern und Jugendlichen in einem Haushalt. Über 70 % der Selbstständigen geben an, dass die Balance zwischen Kindern und ein Unternehmen zu leiten schwierig ist. Wie ist die Verteilung der Aufgaben zu Hause? 45 % der Unternehmer fühlen sich für den Haushalt und die Familie verantwortlich, dennoch übernehmen nur ein Drittel der Unternehmer auch tatsächlich die Tätigkeiten zu Hause. Bei den Unternehmerinnen sieht das anders aus. Sie fühlen sich stärker verantwortlich (55 %) und sind zudem

noch zu zwei Drittel für Familie, Kinder und Haushalt zuständig. Das typische Klischee, dass Kindererziehung und Haushalt eine Frauendomäne sind, wird durch die Volksbank UnternehmerInnen-Studie klar bestätigt und macht somit vor Selbstständigen keinen Halt. Frauen jonglieren trotz der hohen Belastung besser mit ihren Aufgabefeldern zwischen Unternehmerin, Mutter und Privatperson. Der Lohn dafür ist eine ausgeglichene Work-Life-Balance: 42 % zufriedene Unternehmerinnen. Arbeiten jedoch Familienmitglieder im Unternehmen, wirkt sich das negativ auf die Balance aus. Den Ausgleich holen sich die Selbstständigen bei rund 21 Tagen Urlaub pro Jahr, genauso wie die Unternehmer. Ein Unterschied zeigt sich hier jedoch erneut bei den Generationen. Die Millennials nehmen sich drei Tage mehr Auszeit jährlich.

Herausforderungen

Wie ist der Alltag einer Unternehmerin? Welche Herausforderungen begegnen ihr im täglichen Leben, welche am Weg zur Karriere?

Fast 50 % der Unternehmerinnen leben mit Kindern und Jugendlichen zusammen.



Über 70 % der Unternehmerinnen geben an, dass Kinder und Unternehmertum Schwierigkeiten mit sich bringt. Für 22 % davon war es sogar sehr schwierig zu schaffen.



Alle unter einem Dach: Familienunternehmen auch bei Frauen verbreitet.

Bei über 40 % der Unternehmerinnen arbeiten Familienmitglieder im gleichen Betrieb. Leben Kinder und Jugendliche im gemeinsamen Haushalt, sind auch deutlich häufiger Familienmitglieder im Unternehmen tätig.



22 % Keine Freizeit
39 % Work-Life-Balance



Unternehmerinnen haben eine ausgewogenere Work-Life-Balance.

Männer geben häufiger an, dass die Firma ihre ungeteilte Aufmerksamkeit braucht. Wenn Familienmitglieder im Unternehmen tätig sind, kommt die Work-Life-Balance der UnternehmerInnen deutlich zu kurz.

Frauen Männer

Je jünger die Unternehmer, umso wichtiger ist Urlaub.

Frauen nehmen ca. 21 Tage Urlaub im Jahr. Generation Y gönnt sich 3 Tage mehr Urlaub.



Haushalten mit ihren Kräften („Burnout-Sperre“)

Berufliche Karriere wichtig, aber auch die Work-Life-Balance

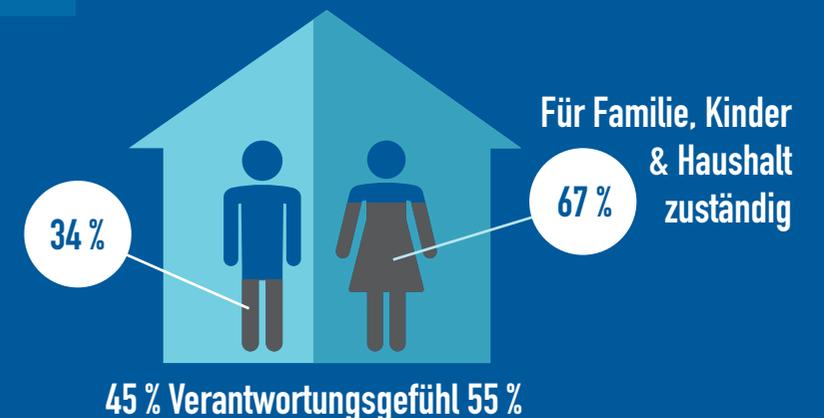
Arbeit hat den höchsten Stellenwert („Workaholics“)

Arbeit bedeutet Pflicht und Notwendigkeit

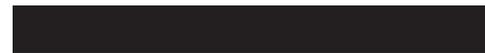
Klischee der Frau bestätigt: Unternehmerinnen machen auch im Haushalt mehr.

Unternehmerinnen fühlen sich deutlich mehr verantwortlich für den Haushalt. Unternehmerinnen übernehmen zwei Drittel im Haushalt, während Unternehmer im Durchschnitt ihren Anteil an den gemeinsamen Pflichten in Haushalt und Familie mit einem Drittel angeben.

FAMILIE & HAUSHALT = FRAUENDOMÄNE



„Man merkt es in der kollektiven Denkweise, dass Frauen nicht als Unternehmerinnen wahrgenommen werden.“



Kludia Bachinger hatte eine Idee: Es muss eine Jobbörse für Senior Talents geben. Das technische Know-how, um die Online-plattform zu erstellen, fehlte der damals 31-Jährigen jedoch. Kein Grund für Bachinger, sich die Idee aus dem Kopf zu schlagen, sondern umso mehr Grund, aktiv zu werden: Kurse besuchen, um programmieren zu lernen, und netzwerken, um die richtigen Co-Founder zu finden. Gesagt, getan! Heute ist das Start-up namens WisR zwei Jahre alt und hat soeben die zweite Finanzierungsphase hinter sich.

INTERVIEW

Frau Bachinger, warum wollten Sie ein Unternehmen gründen?

Ich habe schon immer gewusst, dass ich nicht die normale Arbeitnehmerin bin, die sich einfach nur Sachen anschaffen lässt. Ich war immer ein Freigeist. Ich war offen dafür, bei einem Unternehmen zu arbeiten, fand es aber schwer, welche zu finden, mit denen ich mich identifizieren konnte.

Wann war für Sie der Schlüsselmoment, um den Schritt zur Unternehmerin zu wagen?

Bei mir gab es mehrere Antriebe, um „WisR“ zu starten. Ich hatte die Idee und als ich diese einem guten Freund erzählte, meinte er nur „Mach doch!“, und das habe ich dann auch. Ich war zu dem Zeitpunkt unbeschäftigt.

Was waren die Schwierigkeiten zu Beginn?

In meinem Fall war natürlich die Herausforderung, dass ich nie programmieren gelernt habe. Ich war auch nie an der Wirtschaftsuni, wusste also auch nicht viel über das Unternehmertum. Die nächste Herausforderung war dann die Förderung.

In unserer Studie geben die Männer an, gefühlt mehr Hürden zu haben und Kompromisse eingehen zu müssen. Wie sehen Sie das?

(lacht) Das ganze Unternehmerleben hat man Hürden und Probleme, die es zu lösen gibt. Frauen reden oder jammern nicht so viel darüber. Wir haben genau die gleichen Hürden, geben aber nicht zu, dass es eine war.

„Unternehmerinnen würden ihre Hürden nie so offen aussprechen, wie es die Männer tun.“



Foto: berlin-event-foto.de



Foto: Privat

Ihre Erfahrung zeigt ja, dass das Vertrauen in Unternehmerinnen weniger ist als in Unternehmer.

Ja.

Woran haben Sie das besonders gemerkt?

Wenn ich in einer Runde erzähle, dass ich eine Firma habe, werde ich gefragt, was meine Rolle dort ist, ob ich Kommunikation oder Marketing mache. Man merkt es in der kollektiven Denkweise, dass Frauen nicht als Unternehmerinnen wahrgenommen werden.

Aber auch bei Investoren ist das Vorurteil vorhanden, dass man Frauen nicht so viel Risikokapital anvertraut wie Männern. Als Frau muss man sich mehr erklären und sein Geschäftsmodell verteidigen, während Männer eher Fragen in Richtung Vision gestellt bekommen.

Haben Sie nach diesen Erfahrungen das Wissen bewusst eingesetzt?

Ja, bei allen ersten Investorengesprächen war Martin dabei. Die erfolgreichsten Teams bei Investoren sind möglichst diverse Teams, im

Sinne des Geschlechts und Alters.

Welche Ziele hatten Sie bei der Gründung?

Mein Ziel war und ist, die Welt zu verändern, um es banal zu sagen. Ich wollte und will nach wie vor die Wahrnehmung vom Alter verändern.

Was motiviert Sie jeden Tag, wieder in die Arbeit zu gehen?

Die Sinnhaftigkeit von dem, was wir tun.

Arbeiten Sie jetzt mehr als früher?

Ich glaube, ich arbeite jetzt weniger als früher. 50 bis 60 Stunden pro Woche. Ich hatte noch nie so viel Freiraum.

Gibt es negative Seiten der Selbstständigkeit?

Ich habe mir letztes überlegt, was wäre, wenn wir keine Anschlussfinanzierung bekommen und – so wie viele andere Start-ups – Insolvenz anmelden müssten. Ich würde mich wieder selbstständig machen. Es ist ein sehr hoher Druck, den man aushalten

muss, aber grundsätzlich kann ich mir für mich nichts anderes vorstellen.

Die Studie zeigt, Unternehmerinnen machen zwei Drittel der Hausarbeit. Wie ist das bei Ihnen mit Ihrem Partner?

Wir machen das wirklich 50:50, komplett gemeinsam, von Wäsche waschen bis Geschirrspüler ausräumen.

Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Durchhaltevermögen und Geduld. Es braucht ein richtig gutes Team: beruflich, aber auch das „familiäre-Team“, die Freunde.

Was denken Sie, wann Sie in Pension gehen?

Niemals. Ich werde irgendwann auf der Stelle umfallen, vielleicht sogar im Büro (lacht).

Empfehlen Sie die Selbstständigkeit auch anderen jungen Leuten?

Auf jeden Fall. Ich glaube auch, dass das die Zukunft sein wird, dass alle viel unternehmerischer denkend sein werden.

„Ohne mein Team würde es nicht funktionieren.“

Als Tochter eines Unternehmers aus der KFZ-Branche beginnt Claudia Unterberger 1994 im elterlichen Betrieb. 1997 startet sie eine große Umstrukturierung und stellt das Autohaus Hänfling 2001 auf solide Beine. Mittlerweile existieren zwei Standorte des Unternehmens: in St. Pölten und Krems. Zusätzlich sitzt die zweifache Mutter im Aufsichtsrat der Volksbank. Im Interview spricht sie über ihre Anfänge im Unternehmen, ihren täglichen Antrieb und was es braucht, um erfolgreich zu sein.

INTERVIEW

Was hat Sie damals dazu bewogen, ein Unternehmen zu gründen?

Das Unternehmen hat mein Vater gegründet und ich habe es in zweiter Generation von ihm übernommen. Er war damals überzeugt, dass Mobilität in der Zukunft des Menschen eine zentrale Rolle spielt.

Gab es für Sie einen Schlüsselmoment, wo Ihnen bewusst wurde, dass Sie selbstständig sein möchten?

Wir haben von Anfang an sehr viel im Betrieb mitgeholfen. Am Beginn haben meine Eltern es nicht leicht gehabt, da unsere Lage damals vor 60 Jahren am Stadtrand auch nicht so ideal war. Mit der Zeit ging es

bergauf und irgendwann kam die Idee einer Unternehmenserweiterung in Krems. Mein Vater war mit der damaligen Größe des Unternehmens zufrieden, ich habe aber gemeint, dass es mein Bruder oder ich übernehmen könnten. Da ich noch dazu BWL studiert habe, habe ich schlussendlich den Betrieb fortgeführt.

Was waren anfangs die größten Herausforderungen?

Ich habe „nur“ BWL studiert und war keine ausgewiesene KFZ-Expertin. Das habe ich unseren Mitarbeitern in der Übergangsphase auch so gesagt und gemeint, dass wir den Weg gemeinsam bestreiten müssen. Sie



„Unabhängigkeit und Eigenverantwortung sind die Anstrengung wert.“

haben mich jedoch von Beginn an kräftig unterstützt, weil sie sich gefreut haben, dass das Unternehmen weitergeführt wird. Ohne sie hätte ich es sicher bedeutend schwerer gehabt.

Welche Ziele haben Sie sich zu Beginn gesteckt?

Als ich in der Firma angefangen habe, ist unser Standort in Krems gerade eröffnet worden. Als Haftung wurde dafür der Standort in St. Pölten verwendet. Deswegen war es mein Ziel, das Unternehmen finanziell schnellstmöglich wieder fit zu machen.

Wie schnell haben Sie dieses Ziel erreicht?

Ich habe 1994 im Betrieb begonnen und 1997 habe ich mit der Umstrukturierung des ganzen Unternehmens gestartet. Dann kam die Firma auch ins Laufen. Zusätzlich bekamen wir 2001 in St. Pölten eine Marke hinzu, die wir in Krems schon hatten und mit der wir dementsprechend vertraut waren. Das war der Moment, an dem das Unternehmen

anfang, nachhaltig Ertrag abzuwerfen.

Was motiviert Sie täglich, in die Arbeit zu gehen?

Es ist ja ein Familienbetrieb und das ist sowieso die größte Motivation. Darüber hinaus ist es der Umgang mit zufriedenen Kunden und unseren Mitarbeitern.

Können Sie Arbeitszeit und Freizeit gut trennen?

Ich versuche es den Kindern zu liebe so gut wie möglich zu trennen, aber dennoch wird auch zu Hause und an Wochenenden gearbeitet. Freizeit habe ich schon, aber nicht übermäßig viel, wobei man diese oft nicht richtig auskosten kann, wenn der Kopf noch bei der Firma ist.

Könnten Sie sich vorstellen, Angestellte zu sein?

Nein, derzeit nicht. Ich bin sehr gerne selbstständig, auch wenn der Arbeitstag vielleicht länger dauert. Aber die Unabhängigkeit und Eigenverantwortung sind es wert.



Foto: Privat

„Wenn man nicht jeden Tag das Gleiche tun möchte, ist Selbstständigkeit etwas Großartiges.“

Wie lässt sich das Unternehmertum mit der Familie unter einen Hut bringen?

Wenn das Unternehmen gut läuft, ist es kein Problem. Da unsere Mitarbeiter sehr gute Arbeit leisten, kann ich mich immer wieder freispielen und mir Zeit für meine Familie nehmen. Ohne mein Team würde das nicht funktionieren.

Was ist Ihr Ausgleich zur Arbeit?

Hin und wieder gehe ich mit Freunden zu einem Konzert und mache zusätzlich Sport: Wandern, laufen oder schwimmen lassen sich sehr gut in den Alltag integrieren.

Was ist Ihr wichtigster Antrieb als Unternehmerin und Familiennensch?

Das Unternehmen soll so gut funktionieren, dass die Familie versorgt ist, die Mitarbeiter glücklich und die Kunden zufrieden sind.

Was braucht es, um als Unternehmerin Erfolg zu haben?

Viel emotionale Intelligenz, den Mut, Verantwortung abgeben zu können, und ein gutes Team.

Was sind Ihre Ziele als Unternehmerin für die kommenden Jahre?

Bei uns in der Branche gibt es zurzeit einige Bereiche, die sich stark ändern. Beispielsweise möchten Kunden immer öfter Fahrzeuge eher mieten, anstatt sie zu besitzen. Zusätzlich ist auch das Thema Umweltschutz viel wichtiger geworden.

Auf diese Herausforderungen müssen wir uns einstellen und sie uns zunutze machen.

Haben speziell UnternehmerINNEN mit besonderen Herausforderungen zu kämpfen?

Die Herausforderung liegt darin, Familie und Unternehmen unter einen Hut zu bekommen. Man braucht oft Unterstützung von Dritten, damit das alles funktioniert und die Lebensqualität für alle gegeben ist. Immer zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein, ist eine große Herausforderung.

Haben es Frauen in der Wirtschaft manchmal schwieriger als Männer?

Vielleicht haben sie es hin und wieder auch leichter. Ich denke, es ist abhängig davon, wie man sich selbst darstellt und handelt.

Wie unterscheiden sich Männer und Frauen als Führungskräfte?

Das hängt stark vom Typ der Führungskraft und vom Alter ab. Dass es unterschiedliche Führungsstile unter den Geschlechtern gibt, kann schon sein.

Würden Sie heutzutage jungen Menschen den Weg in die Selbstständigkeit empfehlen?

Ja, weil es schön ist, selbstbestimmt etwas zu bewegen. Wenn man die notwendige Energie hat und nicht jeden Tag das Gleiche tun möchte, dann ist Selbstständigkeit etwas Großartiges. ●

„Gelten Männer als durchsetzungsstark, werden Frauen bei gleichem Verhalten als Furie bezeichnet.“

Eva Heckl,
Projektleiterin KMU Forschung Austria

Antrieb & Erfolg

Kompromisse, nein danke! Laut der Volksbank UnternehmerInnen-Studie geben über 60 % der Frauen an, nie bis hin und wieder Kompromisse für den Erfolg im Laufe ihrer Karriere eingegangen zu sein. Die befragten Unternehmerinnen mussten außerdem nur wenige Hürden überwinden im Gegensatz zu ihren männlichen Kollegen. Im Interview sehen das die Selbstständigen etwas anders. Was motiviert die Unternehmerinnen? Wie bereits im Vorjahr treibt sie besonders die Anerkennung voran. Für jede zweite Unternehmerin ist das ein wichtiger Motivator im täglichen Leben. Ein erfolgreiches Unternehmen ist häufig deshalb so erfolgreich, weil das bestehende Team einen wichtigen Beitrag dafür leistet. Ob jung oder alt, Mann oder Frau, wie wichtig ein gutes Team ist, ist in allen Genera-

tionen verankert. Bei den befragten Unternehmerinnen und Unternehmen haben die MitarbeiterInnen einen hohen Stellenwert und werden von knapp zwei Dritteln als das größte Kapital gesehen. Noch wichtiger sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Generationenvergleich bei der Generation Y mit über 80 %. Dennoch sehen die Unternehmerinnen ihre Chancen auf Erfolg geringer und sind der Meinung, dass sie weniger verdienen. Das bestätigen die Umsatzzahlen: Rund 60 % der von Frauen geführten Unternehmen erwirtschaften einen Jahresumsatz von unter 300.000 Euro. Zwischen ein und fünf Millionen Euro Jahresumsatz haben die Männer klar die Nase vorne: 42 % der Unternehmer und nur 24 % der Unternehmerinnen geben diesen Umsatz pro Jahr an.

Antrieb & Erfolg

Was treibt Unternehmerinnen an?
Wie erfolgreich sind Unternehmerinnen?



Anerkennung motiviert die Unternehmerinnen.

Über 50 % der Unternehmerinnen finden es sehr wichtig, Anerkennung für ihre Tätigkeiten zu bekommen.*

Unternehmerinnen sehen ihre Chancen auf Erfolg deutlich geringer.

32 % der Unternehmer sehen das anders und sind der Meinung, dass auch ihre Kolleginnen gleiche Chancen haben. Unternehmerinnen sind der Meinung, dass sie weniger verdienen.

Bei den Jahresumsätzen gibt es für Unternehmerinnen noch Potenzial.

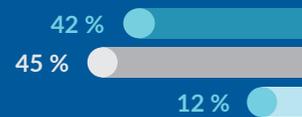
Rund 60 % der Unternehmerinnen geben an, einen Jahresumsatz von unter 300.000 Euro zu erzielen.*

Doppelt so viele Unternehmer machen einen Umsatz zwischen 1 und 5 Mio. Euro.*

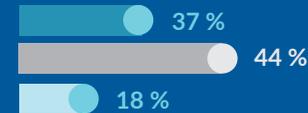


Unternehmerinnen gehen weniger Kompromisse ein, um erfolgreich zu sein.

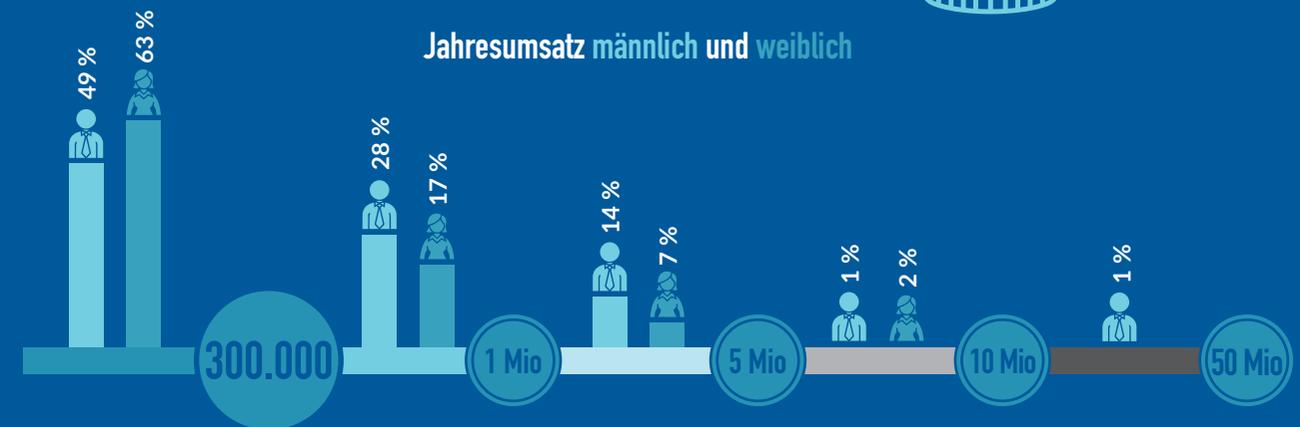
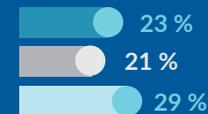
Über 60 % der Unternehmerinnen geben an, nie bis hin und wieder Kompromisse eingehen zu müssen. Unternehmerinnen finden häufiger, dass sie keine Hürden in ihrem UnternehmerInnen-Dasein hatten.



Kompromisse eingehen



Hürden bewältigen



63% MitarbeiterInnen sind das größte Kapital des Unternehmens.

Ob jung oder alt, wie wichtig MitarbeiterInnen sind, ist in allen Generationen verankert. In der Generation Y ist die Wertschätzung exorbitant hoch. Das dürfte damit zusammenhängen, dass diese Altersgruppe die starren Hierarchien prinzipiell infrage stellt und stattdessen Vernetzung und Teamwork anstrebt.

„Wir müssen die geschlechtsspezifischen Rollenbilder hinterfragen.“

Eva Heckl studierte Politikwissenschaft, Romanistik und Philosophie an der Universität Wien sowie Volkswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien. Nach Stationen im Journalismus und in der Öffentlichkeitsarbeit ist sie seit 2000 bei der KMU Forschung Austria tätig. Dort ist sie Projektleiterin und seit 2013 Gleichstellungsbeauftragte. Im Interview äußert sie sich zu Frauenquoten, spricht über Herausforderungen für Unternehmerinnen und erklärt, warum geschlechtsspezifische Rollenbilder kontraproduktiv sind.

INTERVIEW

Gibt es Bildungsunterschiede zwischen weiblichen und männlichen Unternehmern?

Hier gibt es Daten der Statistik Austria aus der Arbeitserhebung. Bei den Unternehmerinnen hatte zuletzt der Großteil eine tertiäre Ausbildung, während bei den Männern der Lehrabschluss dominiert. Das kann man auf die unterschiedlichen Branchenverteilungen von Männern und Frauen zurückführen. Besonders Männer machen sich oft in Branchen selbstständig, wo ein Lehrabschluss notwendig ist, beispielsweise als Installateur.

Sollten Frauen in den Branchen, in denen sie schwächer vertreten sind, stärker repräsentiert werden?

Es ist immer gut, wenn jedes Individuum sich frei entscheiden kann und das macht, wofür es die größten Talente hat. Es ist aber auch wichtig, dass man allen zeigt, dass es erfolgreiche Männer und Frauen in verschiedensten Berufen gibt. Das gilt nicht nur für Mädchen sondern auch Buben. Ich denke, es gäbe beispielsweise viele junge Männer, die einen pädagogischen Beruf ausüben wollen, es dann aber nicht verfolgen, weil es zu „unmännlich“ ist.



Foto: Marlene Fröhlich

„Frauen müssen sich oft stärker beweisen, bevor sie die nötige Anerkennung bekommen.“

Die geschlechtsspezifischen Konnotationen bei Berufen aufzuweichen, ist wichtig.

Gibt es Herausforderungen, die speziell Unternehmerinnen betreffen?

Ich beziehe mich auf unsere Studie von 2017, bei der wir Frauen nach Hürden im Unternehmertum gefragt haben. Eine große Herausforderung, die Männer kaum als solche benennen, ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, und eine gewisse Skepsis, mit der Unternehmerinnen oft konfrontiert werden, kennen Männer wohl nicht in dieser Form. Die fachliche Kompetenz wird Frauen oftmals zunächst abgesprochen und sie müssen sich stärker beweisen, bevor sie die nötige Anerkennung erhalten. Besonders trifft das die jüngeren Unternehmerinnen.

Herrscht in Österreich Chancengleichheit für Unternehmerinnen und Unternehmer?

Gründungsprozedere und der Formalprozess sind bei den Geschlechtern ident. Allerdings ist das typische Unternehmerbild der Gesellschaft immer noch männlich. Die durchsetzungsstarke Unternehmerin, die Risiken eingeht, gibt es in den Augen der Gesellschaft

noch nicht. Besonders in der Anfangsphase haben Frauen dadurch oft weniger Unterstützung und der Weg in die Selbstständigkeit ist für die Frau weiter.

Kann man dieses Rollenverständnis ändern?

Ich glaube, dass man die „entrepreneurial education“ fördern und typische Rollenbilder hinterfragen muss. Die jungen Leute sollen schon früh erkennen, dass die Selbstständigkeit eine mögliche Option ist. Und man sollte ihnen zeigen, dass es auch das weibliche Rollenbild der erfolgreichen Unternehmerin gibt.

Wie unterscheiden sich Frauen und Männer als Führungskräfte?

In unserer Befragung gaben Frauen an, dass sie versuchen, konsensorientiert zu arbeiten. Sie sehen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Expertinnen und Experten und legen Wert auf ein familiäres und transparentes Umfeld. Entscheidend ist, wie das Führungsverhalten extern beurteilt wird. Ich behaupte, dass sich das je nach Geschlecht unterscheidet: Gelten Männer als durchsetzungsstark, werden Frauen bei gleichem Verhalten als Furie bezeichnet. Wir müssen versuchen, davon wegzukommen.

Gibt es messbare Ergebnisse, ob Unternehmerinnen erfolgreicher sind als Unternehmer oder umgekehrt?

Es gibt Evidenzen aus Deutschland, dass von Frauen geführte Unternehmen langsamer wachsen, dafür aber stabiler. Wir haben auch gesehen, dass Frauen geringere Umsatzzuwächse haben, aber auch niedrigere Umsatzeinbußen. Das hat etwas mit Risikoaversion zu tun. Männer weisen rascher größere Erfolge auf, können dadurch aber auch tiefer fallen.

Würden Sie Frauenquoten in Politik und Wirtschaft begrüßen?

Da habe ich eine ambivalente Meinung. Ich bin grundsätzlich gegen Zwang und für größtmögliche Freiheit, sehe aber, dass sich in manchen Bereichen einfach zu wenig bewegt. Da wird es wohl ohne nicht gehen. Wichtig ist es, den Unternehmen zu zeigen, dass Unternehmen mit gemischten Teams den größten Erfolg haben. Wenn das in den Köpfen verankert ist, denkt die nächste Managementgeneration vielleicht schon um. Die haben dann selber Frauen und Töchter, die erfolgreich sind und auch Karriere, Beruf und Familie vereinbaren wollen. ●

„Als Unternehmerin braucht man eine gewisse Härte.“

Michelle Morik war Leistungssportlerin im ÖSV. Nach zwei Kreuzbandrissen beschloss sie, ihre Passion für das Skifahren aufzugeben und in den elterlichen Betrieb „Alpencamp Nenzing“ einzusteigen. Mittlerweile leitet sie das operative Geschäft und spricht im Interview über ihre persönliche Erfolgsdefinition, was Work-Life-Balance für sie bedeutet und was sie von Frauenquoten hält.

INTERVIEW

Was hat Sie dazu bewogen, vom Leistungssport in den Familienbetrieb zu wechseln?

Für mich war als Kind schon klar, dass ich den Betrieb übernehmen will. Dann kamen die zwei Kreuzbandrisse und ich wusste, dass ich mich entscheiden muss. 2015 habe ich mit dem Leistungssport aufgehört und ich wollte die Firma mit meinen eigenen Visionen übernehmen.

Haben sich die Ziele seit 2015 geändert?

Mit der Zeit realisiert man, dass nicht alles umsetzbar ist. Ich bin aber sehr stolz, dass wir es in den letzten zwei Jahren geschafft haben, unsere Qualität als Betrieb noch einmal zu erhöhen.

Mussten Sie neben dem Betrieb in Ihrem Privatleben kürzertreten?

Dass man Privates zurückstecken muss, kannte ich bereits vom Leistungssport. Meine Eltern sagen mir immer: „Versuche, nicht so zu werden wie wir.“ Aber ich bin momentan auf dem besten Weg dorthin (lacht).

Was motiviert Sie in Ihrer täglichen Arbeit?

Zum Großteil sicher unser Team, weil wir ein sehr familiäres Verhältnis untereinander pflegen. Ein Team ist aber auch eine große Herausforderung. 80 % meiner täglichen Aufgaben drehen sich um das Thema Mitarbeiter. Nicht nur die Mitarbeiter an sich, sondern auch neue Mitarbeiter zu bekommen und zu halten.



Foto: Wanda Sams / Fotograf Sams

„Es wäre für mich schwierig, nicht im eigenen Betrieb zu arbeiten, sondern angestellt zu sein.“

Würden Sie sagen, dass Sie Ihre Arbeit erfüllt? Wäre das in einem Angestelltenverhältnis anders?

Auf jeden Fall. Nicht im eigenen Betrieb zu arbeiten, hat sicher Vor-, aber ebenso Nachteile. Als Eigentümerin muss man auch im Urlaub oder an freien Tagen ständig erreichbar sein, um dringende Angelegenheiten zu klären. Meiner Meinung nach bringt die Selbstständigkeit mehr Verantwortung und damit Verpflichtungen mit sich, obwohl natürlich auch im Angestelltenverhältnis der Grad der Verantwortungsübernahme hoch sein kann.

Wie viele Stunden oder Tage arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche?

Die ersten zwei bis vier Wochen der Hauptsaison ist es besonders intensiv. Da arbeite ich knapp 18 Stunden am Tag. Derzeit sind es circa sechs Tage pro Woche und zehn bis vierzehn Stunden pro Tag.

Was bedeutet Erfolg für Sie?

Es bedeutet nicht nur, Gäste zufrieden zu stellen, sondern auch ein Team zu haben, das diesen Weg mitgehen möchte.

Ist die Zufriedenheit der Gäste Ihre Vision?

Unsere Vision ist Gastfreundschaft. Das funktioniert nur, wenn jeder im Team daran mitgestaltet, dass der Gast sich zu Hause fühlt. Gleichzeitig müssen wir als Betrieb innovativ bleiben.

Gibt es für Sie auch negative Seiten der Selbstständigkeit?

Die fehlende Zeit für Familie und Partnerschaft. Damit sich das langfristig ändert, braucht es aber zuerst ein Team, das einen ersetzen kann, wenn man sich ein, zwei Tage Auszeit pro Woche nimmt.

Sie arbeiten 60 bis 70 Stunden pro Woche. Was bedeutet Work-Life-Balance für Sie?

Es bedeutet für mich, dass ich abseits der Arbeit abschalten kann und nicht gedanklich im Job bin und vice versa. Deshalb hat Work-Life-Balance für mich nichts mit Arbeitszeit und Stunden zu tun, sondern wie ausgeglichen ich im Moment bin.

Schaffen Sie diese Trennung?

Ich bin beispielsweise für das Beschwerdemanagement zuständig, weswegen ich auch oft in der Freizeit von den Mitarbeitern kontaktiert werde. Damit muss ich aber umgehen, weil es nun einmal Teil der Selbstständigkeit ist. Als Unternehmer sperrt man nicht zu, die Arbeit geht immer mit.

Wie sieht denn bei Ihnen ein typischer Arbeitstag aus?

Es ist eine Mischung aus Büroarbeit, Service im Restaurant oder Tätigkeiten in der Küche. Den typischen Tag gibt es nicht, weil sehr viel spontan erledigt werden muss. Wir teilen uns das innerhalb der Familie aber sehr gut auf.



Foto: Wann & Wo | Fotograf Knobel

„Erfolgreich ist im Tourismus nur, wer ein Gefühl für den Umgang mit Mitarbeitern und Gästen entwickelt.“

Laut unserer Studie haben Unternehmer weniger Freizeit, wenn die Familie im Unternehmen ist, sie sind aber auch zufriedener. Trifft das bei Ihnen zu?

Auf jeden Fall, weil ich emotional eine stärkere Bindung zum Betrieb habe. Die einzige Kehrseite: Wenn man mit der Familie im Urlaub ist, nimmt man die Arbeit mit.

Haben Sie ein Erfolgsgeheimnis?

Erfolgreich ist im Tourismus nur, wer ein Gefühl für den Umgang mit Mitarbeitern und Gästen entwickelt.

Haben Sie noch andere Kernwerte, die Ihnen wichtig sind?

Der wichtigste Wert in meinem Leben war immer die Ehrlichkeit. Das habe ich von meiner Familie mitbekommen.

Gibt es in der Wirtschaft besondere Herausforderungen speziell für UnternehmerINNEN?

Ich glaube, dass es als Unternehmerin sehr wichtig ist, eine gewisse Härte mitzubringen. Sonst wird man

in der Unternehmerwelt von allen ausgenutzt.

Glauben Sie, dass es in der Wirtschaft Branchen und Segmente gibt, in denen Frauen eher reüssieren als in anderen?

Ja und nein. Ich bin überhaupt kein Anhänger von Stereotypen. Bei uns im Team gibt es Frauen und Männer, die eine Rolle besser können als andere. Erfolg ist charakter- und nicht geschlechtsabhängig.

Gibt es Unterschiede zwischen Frauen und Männern als Führungskräfte?

Das hängt von Qualifikation und Charakter der Person ab. Ich habe oft genug mit Frauen in Führungspositionen verhandelt, die genau wussten, was sie wollen. Das können Männer aber genauso.

Würden Sie in Politik und Wirtschaft Frauenquoten begrüßen?

Ich glaube nicht, dass Zwang der richtige Weg ist. Je mehr Frauen aufstehen und sich selbst zutrauen, was früher nur Männer gemacht haben, desto größer wird der Frauenanteil werden.



„Ich habe immer versucht, jeder der Rollen so viel Zeit einzuräumen, wie sie verdient.“

Diana Langes-Swarovski,
Unternehmerin und Präsidentin des Fußballvereins WSG Tirol



Bilanz & Vision

„Mehr Frauenquoten braucht das Land!“ – Sind sich zumindest zwei Drittel der befragten UnternehmerInnen einig. Sowohl in der Politik als auch in der Wirtschaft könnte das eine Lösung für die Chancengleichheit sein. Unternehmer sind den Frauenquoten gegenüber ähnlich positiv gestimmt, immerhin hält sie knapp jeder Zweite für sinnvoll. Die Volksbank UnternehmerInnen-Studie zeigt außerdem, dass der Wunsch nach einer derartigen Regulierung bei der jüngsten Generation am stärksten ist und den größten Zuspruch findet. In der eigenen Wirtschaft – den Unternehmen der Befragten – dürfen die Nachkommen selbst entscheiden, ob sie ins Familienunternehmen einsteigen und dieses zukünftig übernehmen wollen. Je größer der Betrieb, umso größer der Wunsch, dass das Unternehmen im Familienbesitz bleibt. Ab neun MitarbeiterInnen liegt der Prozentsatz bereits bei rund 60.

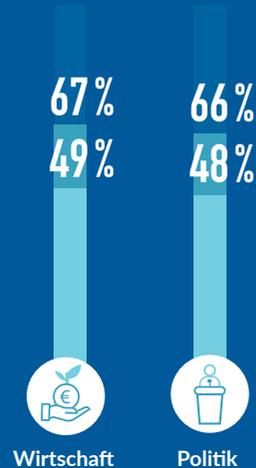
Das Fazit der befragten UnternehmerInnen mit ihrer Berufswahl fällt sehr positiv aus. Fast alle (92 %) sind damit sehr zufrieden und rund 80% würden sich wieder selbstständig machen. Damit neben den Unternehmerinnen auch die Kundinnen und Kunden zufrieden sind, setzen die Selbstständigen vor allem auf Kundenorientierung (90 %). Nachhaltigkeit und Innovation spielen bei zwei Dritteln eine wesentliche Rolle. Für die Zukunft wünschen sie sich vor allem Stabilität (30 %) sowie Wachstum (22 %). In Pension wollen die Unternehmerinnen am liebsten mit 63 Jahren gehen. Klappt die Vereinbarkeit zwischen Beruf und Familie gut, dann möchten sie sogar bis 66 Jahre ihr Unternehmen leiten. Je älter die UnternehmerInnen, umso länger wollen sie arbeiten: Die Traditionalisten werden sich erst zehn Jahre später, mit 73 Jahren, zur Ruhe setzen.

Bilanz & Vision

Sind Frauenquoten der Wunsch von Unternehmerinnen und die Lösung aller Unterschiede? Wie sieht die Zukunft für Unternehmerinnen aus?

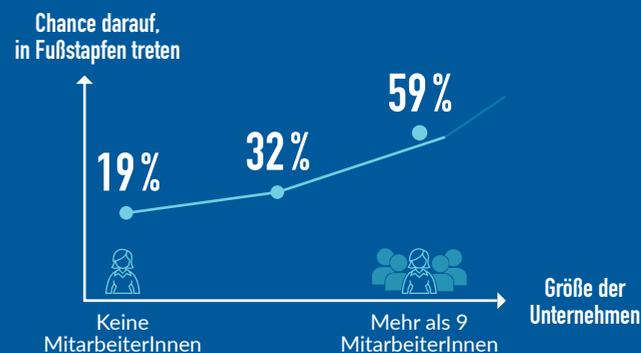
„Ja zu Frauenquoten in Wirtschaft und Politik!“

2/3 der befragten Unternehmerinnen sind sich einig und wollen eine Frauenquote in der Wirtschaft sowie in der Politik. Auch knapp die Hälfte der Unternehmer ist dieser Meinung. Die Zustimmung zu Frauenquoten steigt mit den Generationen. Unter der Generation Y hat sie den größten Zuspruch.



In Mamas Fußstapfen? Die nächste Generation darf selbst entscheiden.

Fast die Hälfte der Unternehmerinnen überlässt es den Nachkommen, ob diese ihren Betrieb übernehmen wollen. Je größer die Unternehmen, desto mehr können sich UnternehmerInnen vorstellen, dass die Nachkommen in ihre Fußstapfen treten.



Unternehmerinnen sind sehr zufrieden mit ihrer Berufswahl.

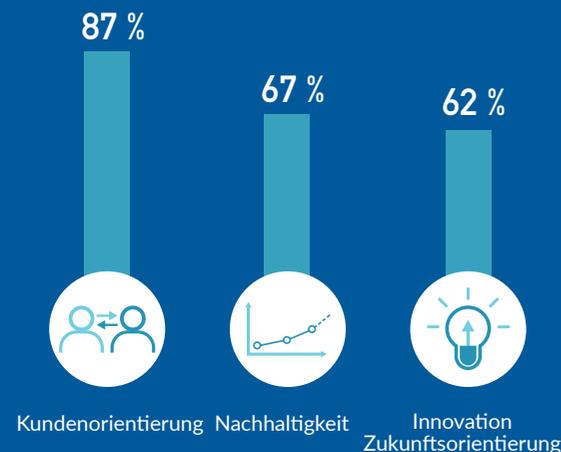
Über 90 % der Unternehmerinnen sind sehr bis eher zufrieden mit ihrem Unternehmerdasein. Nur 7 % geben an, gar nicht zufrieden zu sein. Die Zufriedenheit steigt, wenn sich Beruf und Familie gut vereinbaren lassen oder wenn die Familie auch im Unternehmen tätig ist.

Die Zukunftsvision der Unternehmerinnen ist die Stabilität.

30 % der Unternehmerinnen wollen ihr Niveau halten und die Stabilität gewährleisten. Wachstum spielt für knapp 22 % eine wichtige Rolle.

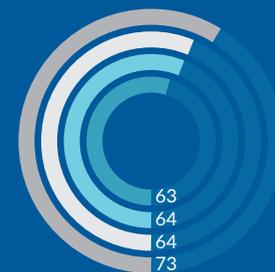
„Die Kundin ist Königin – und der Kunde König.“

Fast 90 % der Unternehmerinnen sehen die Kundenorientierung als ihren wichtigsten Unternehmenswert.



Mit 63 Jahren wollen die Unternehmerinnen in Pension gehen.

UnternehmerInnen mit viel Freizeit wollen länger arbeiten und erst mit 66 Jahren aufhören.



Legend for retirement age chart:
 - Generation Y (lightest blue)
 - Generation X (medium blue)
 - Babyboomer (dark blue)
 - Traditionalisten (darkest blue)

Die Selbstständigkeit war die richtige Entscheidung für die Unternehmerinnen.

Nur 13 % der Unternehmerinnen wären sich aktuell nicht sicher, ob sie sich nochmals selbstständig machen würden, 8 % definitiv nicht mehr. Die älteste UnternehmerInnen-Generation steht am stärksten zu ihrer Entscheidung, selbstständig geworden zu sein.

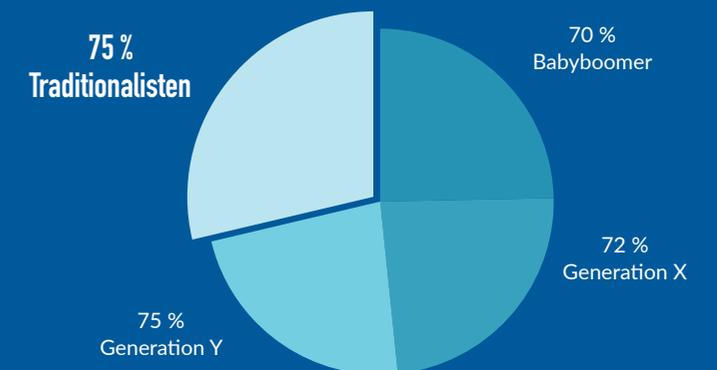




Foto: Ölmühle Fandler/Wasserbauer

„Ich hoffe, dass es irgendwann das Normalste der Welt ist, als Frau ein Unternehmen zu führen!“

Julia Fandler leitet die Ölmühle Fandler in vierter Generation. Mit großen Modernisierungen und mutigen Umstrukturierungen hat die steirische Unternehmerin die Firma in das neue Jahrtausend geführt. Kürzlich wurde sie Mutter – ihr Mann ist in Karenz und ihre Geschäftsführer entlasten sie. Im Volksbank-Interview spricht die Powerfrau darüber, wie wichtig Unterstützung und Menschlichkeit sind.

INTERVIEW

Frau Fandler, was hat Sie dazu bewogen, in das Familienunternehmen einzusteigen?

Es ist mir in die Wiege gelegt worden. Mein Vater ist früh verstorben und da ich schon jung im Familienunternehmen mitgearbeitet habe, lag es auf der Hand, in die Führungsetage nachzurücken. Viel Zeit zum Nachdenken über eigene Befindlichkeiten als junge Frau gab es neben dem Handlungsbedarf nicht, ich habe einfach „angepackt“.

Was waren Ihre größten Herausforderungen?

Als junge Frau Kompetenz zugeschrieben zu bekommen, war auf jeden Fall eine Herausforderung. Aber an denen wächst man ja bekanntlich (lacht).

Hat es für Sie einen Schlüsselmoment gegeben, in dem Sie sich in Ihrer Rolle als Unternehmerin angekommen gefühlt haben?

Es war ein Prozess. Über die Jahre habe ich die Rolle der Führungskraft angenommen und gemerkt, dass mir meine Mitarbeiter vertrauen und hinter mir stehen. Das stärkt und gibt Selbstvertrauen.



Was motiviert Sie, in die Arbeit zu gehen?

Ich merke, dass ich Menschlichkeit und Erfolg unter einen Hut bringen kann – das bringt mir wirklich viel Freude.

Wie bringen Sie das Unternehmertum mit Ihrer Aufgabe als Mutter unter einen Hut?

Wir sind ein echtes Team, ich vertraue voll und ganz auf meine Mitarbeiter und kann mich auf sie verlassen – das entlastet massiv. Außerdem ist mein Partner in Karenz gegangen, bis unser Sohn zwei Jahre alt ist – für mich ist das gelebte Partnerschaftlichkeit. Ich hoffe, dass es bald keinen Unterschied mehr machen wird, wer in Karenz geht, damit das jeweilige Familienmodell gut funktioniert.

Was sind Ihre Ziele für die kommenden Jahre?

Mein persönliches Ziel ist, dass wir uns die menschliche Arbeitsweise erhalten können und beweisen,

dass man mit viel Menschlichkeit auch wirtschaftlich sehr erfolgreich sein kann.

Gibt es für Sie in der Wirtschaft Aufholbedarf in puncto Gleichberechtigung und Fairness?

Seien wir uns ehrlich – Aufholbedarf gibt es in sehr vielen Gesellschaftsbereichen. Doch es darf nicht alleinige Aufgabe der Frauen sein, sich ihr Revier zu erkämpfen. Dafür braucht es entsprechende gesetzliche Rahmenbedingungen, gesellschaftliche Akzeptanz und Unterstützung und auch Unternehmen, die bereit sind, Vorbildwirkung zu übernehmen. Es soll nicht mehr Familie oder Karriere heißen – das eine hat ebenso viel Berechtigung wie das andere und wer beides verbinden möchte, soll die Möglichkeit dazu haben. Mir geht es darum, die Chancen, Würde und Interessen jedes Einzelnen zu wahren – unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe und Ethnie. Fairness ist schließlich eine menschliche Haltung und umfasst alle Lebensbereiche, nicht nur die Arbeitswelt.

Sehen Sie Unterschiede zwischen Frauen und Männern als Führungskräfte?

Männer und Frauen haben unterschiedliche Zugänge zu vielen Dingen. Man muss die Stärken des anderen erkennen und nutzen – gemischte Führungsebenen machen sich diese Diversität meiner Erfahrung nach wunderbar zunutze.

Welchen Ratschlag würden Sie jungen Unternehmerinnen mit auf den Weg geben?

Mutig zu sein, dabei aber keinen Tunnelblick zu bekommen. Man sollte sich regelmäßig die Frage stellen, ob man etwas macht, weil man es wirklich möchte oder anderen etwas beweisen will, ohne selbst Spaß an der Sache zu haben. Das wird auf Dauer ebenso wenig erfüllend sein wie die Forderung, alles alleine schaffen zu müssen. Wir haben alle unterschiedliche Talente, und ich finde es sinnvoll, diese Begabungen in einem inspirierenden Netzwerk zu nutzen und sich gegenseitig zu unterstützen.

„Wenn Menschen merken, dass man seine Aufgabe aus Leidenschaft und Überzeugung angeht, ist der Erfolg echt!“

Die Tiroler Unternehmerin Diana Langes-Swarovski ist Präsidentin eines Bundesligavereins, Gründerin einer eigenen Parfümfirma und Familienmensch mit Leib und Seele. Das Mitglied der erfolgreichen Unternehmerfamilie hat abseits des berühmten Kristallherstellers ihre eigenen Visionen verfolgt, ganz nach dem Familienmotto „You can go your own way“.

INTERVIEW

Frau Langes-Swarovski, Sie sind Parfümunternehmerin und Fußballpräsidentin. Wie ist es zu dieser ungewöhnlichen Kombination gekommen?

Die Kombination wirkt sicher auf den ersten Blick kurios, beides sind aber wichtige Teile meiner Persönlichkeit. Parfümunternehmerin bin ich geworden, weil ich eine Ästhetin bin. Ich liebe schöne Dinge und habe Respekt vor Menschen, die Großes leisten. Mit REAL FANATIC wollte ich beides verbinden – eine elegante Hommage an den Sport.

Mit dem Fußball bin ich aufgewachsen und habe ihn als Teil meiner Heimat lieben gelernt. Als mir dieses Erbe anvertraut wurde, war ich gleichermaßen überrascht wie überwältigt – und habe mich dieser Verantwortung mit großer Freude gestellt.

Was waren die größten Herausforderungen für Sie in der Anfangszeit als Präsidentin?

Für mich war die Herausforderung, zu zeigen, dass egal, aus welcher Position heraus man startet, es im-



Foto: Wolf Steiner

„Für mich war die Herausforderung, zu zeigen, dass egal, aus welcher Position heraus man startet, es immer wichtig ist, volle Leistung zu bringen.“

mer wichtig ist, volle Leistung zu bringen. Dass man immer beweisen muss, wozu man – Mann, Frau, Team – fähig sein kann.

Was waren die größten Herausforderungen für Sie in der Gründungszeit der Parfümmarke „REAL FANATIC“?

Das war ein Herzensprojekt. Die Message war für mich so klar, dass ich es einfach „rausgeschickt“ habe. Die Herausforderung lag darin, dass zuvor nicht abzuschätzen war, wie der Markt auf das Konzept reagieren würde.

Welche Ziele haben Sie sich anfangs gesteckt? Haben sich diese über die Jahre geändert?

Ein sportliches Ziel ist immer: Gewinnen. Daran hat sich natürlich nichts geändert. Bei REAL FANATIC war das Ziel, sportlichen Menschen auch außerhalb ihrer Beschäftigung Freude an ihrem Sport zu bereiten.

Wie groß ist der Druck, selbst Unternehmerin zu werden, wenn man aus einer so bedeutenden Unternehmerfamilie wie der Ihren kommt?

In unserer Familie heißt Unternehmergeist „You can go your own way“. Mach das, was du am besten kannst, und vertraue auf Menschen, die dich dabei begleiten. Es ist kein Druck. Es ist ein Privileg.

Gibt es Vorbilder aus Ihrer Familie für Sie?

Ja, natürlich. Vor allem meine Eltern.

Was motiviert Sie dazu, täglich in die Arbeit zu gehen?

Ins Stadion zu gehen ist keine Arbeit, an einem neuen Duft zu basteln auch nicht. Da mich meine Wege immer woanders hinbringen, kehrt nie so etwas wie Routine ein.

Sie sind Unternehmerin, Geschäftsfrau und Mutter. Wie haben Sie es geschafft, diese Rollen miteinander zu vereinbaren?

Ich habe immer versucht, jeder der Rollen so viel Zeit einzuräumen, wie sie verdient. Die Balance war mir ganz wichtig.

Was ist der wichtigste Antrieb für Sie als Unternehmerin und als Familienmensch?

Menschen sollen sich wohlfühlen – in meinem Haus, in meiner Gegenwart, in unserem Stadion, in unserem Trikot, mit meinem Duft.

Was braucht es, Ihrer Meinung nach, um Erfolg zu haben?

Glaubwürdigkeit. Die Menschen müssen fühlen, dass man seine Aufgaben mit Leidenschaft und aus Überzeugung angeht, und nicht aus finanziellen oder Prestige Gründen.

Was sind Ihre Ziele als Unternehmerin für die kommenden Jahre?

Bei der WSG (Wattener Sportgemeinschaft Tirol): Klassenerhalt und Auftritt auf der internationalen Bühne. Für REAL FANATIC: gute Verkaufszahlen und treue Kunden.



Foto: Dieter Kühl

Sind Sie stolz darauf, Pionierarbeit für Frauen im Fußballmanagement zu leisten?

Ich wollte grundsätzlich einfach nur helfen, Fans schönen Fußball zu ermöglichen. Dass meine Arbeit so gesehen wird, ehrt und freut mich aber natürlich sehr.

Ist der weitere Fortschritt in dieser Branche für Sie spürbar – gibt es zunehmend mehr Frauen in wichtigen Positionen?

Für mich gehört die Position einer Spielerin auf dem Feld zu den wichtigsten, insofern erleben wir hier, also im Frauenfußball, eine spürbare, stetige Entwicklung. In administrativen Positionen sind Frauen bislang noch nicht so stark vertreten – aber auch hier bin ich optimistisch.

Würden Sie jungen Frauen in der heutigen Zeit den Weg in das Unternehmertum empfehlen?

Ja – aber junge Leute müssen für sich selbst herausfinden, ob sie das Zeug zum Unternehmer haben. Es braucht viel Biss und Durchsetzungsvermögen. Es ist keine „bequeme“ Lebensentscheidung.

Sehen Sie persönlich unterschiedliche Rahmenbedingungen für den Erfolg von Frauen und Männern an der Spitze von Unternehmen?

Bei alteingesessenen Unternehmen ist es vielleicht noch so, dass die Frauenquote in Führungspositionen nur langsam steigt. Das ist womöglich eine Frage der Tradition. In jungen Start-ups und im Unternehmertum herrscht eher Chancengleichheit, so weit mein Eindruck. ●



IHR INVESTMENT.
IHRE ZUKUNFT.

Die Volksbank
**Unternehmer-
Milliarde**

Jetzt Kredit
sichern!

HAUSBANK

Nützen auch Sie die Unternehmer-Milliarde der Volksbank, profitieren Sie von den derzeit günstigen Konditionen und sichern Sie sich die passende Förderung für Ihr Finanzierungsvorhaben.

All das macht eine Bank zur Hausbank – Ihrer Hausbank! www.volksbank.at/unternehmer_milliarde

Impressum

VOLKSBANK WIEN AG
A-1090 Wien, Kolingasse 14-16
Telefon: +43 (1) 40137-0
E-Mail: kundenservice@volksbankwien.at
Internet: www.volksbankwien.at

Gestaltung und Produktion:
P8 Marketing GmbH

Chefredaktion:

Wolfgang Layr, Monika Bäuml,
VOLKSBANK WIEN AG

Redaktion:

Clemens Lang, Paul Rathmayr,
Carina Weiss, P8 Marketing GmbH

Lektorat:

Susanne Spreitzer

Redaktionsschluss:

September 2019

Fotocredit Coverfoto:

iStock

Druck:

agensketterl Druckerei GmbH
Druckhausstraße 1, 2540 Bad Vöslau
www.agensketterl.at

Die Volksbank UnternehmerInnen-Studie

Bereits zum zweiten Mal in Folge will die Volksbank wissen, wie es den Unternehmerinnen und Unternehmern in Österreich geht. In der heurigen Ausgabe stehen besonders die Unternehmerinnen im Vordergrund. Wie unterscheiden sie sich von den männlichen Kollegen?

Wie ist die Rollenverteilung im Haushalt? Was ist ihnen wichtig und wie zufrieden sind sie mit dem UnternehmerInnen-Dasein? Erfolgreiche österreichische Selbstständige geben in der Volksbank-Studie Einblicke in ihren ganz persönlichen Alltag.