

# Endlich Chefin sein

**START-UPS.** Immer mehr gut ausgebildete Frauen machen sich selbständig. Und stellen nebenbei auch gleich die Geschäftswelt auf den Kopf. Doch der Preis ist hoch.

TEXT: NICOLE KRÄTTLI | FOTOS: DÉSIREE GOOD

**C**EO. Chefin. Gründerin. Lange haben die Marketingexpertinnen Simona Maiolo und Yvonne Wiedemar davon geträumt; an diesem Montag ist es so weit. Ihre Firmenwebsite ist online, das Geschäftskonto eröffnet, die E-Mail-Adresse aktiv. Es ist kurz vor 14 Uhr bei We Space an der Zürcher Bahnhofstrasse, einem Coworking-Space vor allem für Frauen. Die beiden Neo-Unternehmerinnen brüten über ihren Laptops. Neben ihnen liegen zwei identische Handtaschen von Maison Héroïne. Der Slogan der Luxusmarke: She is strong. She is empowered. She is Héroïne. «Eine Tasche für Heldinnen. Ich fand das passend», sagt Wiedemar.

Dass die beiden Frauen heute hier sitzen, sich selbständig machten, hat viele Gründe. Der wichtigste ist: Sie wollen als Unternehmerinnen erfolgreich sein, indem sie es anders machen. Weniger Unternehmenspolitik. Flexiblere Arbeitsstrukturen. Mehr Diversität. Keine inhaltsleeren Phrasen, sondern ehrliche Bedürfnisse, die aus ihrem jahrelangen Berufsalltag erwachsen sind.

**Wunsch: gemischte Teams.** «Die Agenturbranche ist noch immer zu wenig divers. Es gibt kaum weibliche Creative Directors, kaum Frauen, die Agenturen leiten. Die weiblichen Talente wären da, aber ihre Leistungen werden nicht gleich gewertet», sagt Maiolo. Von Chancengleichheit sei man weit entfernt. «Ich habe in Unternehmen gearbeitet, in denen Männer unterhalb meiner Hierarchiestufe mehrere Zehntausend Franken mehr im Jahr verdient haben - ohne objektiven Grund», so Wiedemar.

Darum haben die beiden ihre eigene Agentur gegründet. Die Firma heisst Digitally, eine Kombination aus «Digital» und «Ally» - englisch für Partner, Verbündete. Nun, da sie das Sagen haben und entscheiden, wer ihre Ver-



Sie setzen auf Vielfalt in den Werbeagenturen:  
Yvonne Wiedemar und Simona Maiolo (rechts)

bündeten sind, soll niemand benachteiligt werden: weder Frauen, Männer, Eltern noch Junge, Alte, Schweizer, Ausländer. «Wir sind nicht nur davon überzeugt, dass man es anders machen kann, sondern glauben auch daran, dass wir mit einem gemischten Team bessere Arbeit leisten können. Es ist an der Zeit, es auszuprobieren und mit gutem Beispiel voranzugehen.»

Die Zahl der Frauen, die sich selbstständig machen, ist in den letzten zehn Jahren um über zehn Prozent gestiegen, zeigt die Arbeitskräfteerhebung des Bundesamts für Statistik. In Deutschland und Österreich lassen sich ähnliche Entwicklungen feststellen. In Grossbritannien hat sich die Zahl der weiblichen Selbständigen gar um fast 70 Prozent erhöht.

Es ist etwas im Gange, bestätigt Patricia Widmer, Direktorin für Diversitäts- und Managementprogramme an der Universität St. Gallen. «Diese Entwicklung darf durchaus als Antwort auf die konsequente und systematische Benachteiligung in der Unternehmenswelt gewertet werden. Vielen Frauen reicht es. Sie sind gut ausgebildet, erfahren und haben genug davon, immer wieder übergangen zu werden.»

Letztlich sei der Schritt in die Selbständigkeit aber vielfach ein pragmatischer Ansatz, um das grösste Problem zu lösen, mit dem Frauen in der Schweiz auch 2020 noch zu kämpfen haben: die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

**Mehr Arbeit, weniger Lohn.** Sarah Steiner hat deshalb vor zwei Jahren einen Coworking-Space mit Kinderbetreuung mitgegründet, Tadah. «Alle sprechen von Frauenförderung und Frauenquote, aber schauen wir uns doch mal die obersten Kaderstufen an. Das ist ein Witz. Der Frust ist bei vielen gross.» Sie und drei Kolleginnen haben ihre lukrativen Jobs an den Nagel gehängt, um selbst Teil der Lösung zu werden. Sie wollen Eltern darin unterstützen, Beruf und Familie besser zu vereinbaren. «Ich hoffe, wir sind endlich an einem Punkt angelangt, an dem Frauen sich trauen, von ihrem Arbeitgeber Flexibilität und Verantwortung einzufordern. Und wenn sie das nicht erhalten, dass sie den Mut haben, sich selbständig zu machen.»

Führt der Weg zu echter Gleichberechtigung aber tatsächlich über den Ausstieg Tausender Frauen aus traditionellen Arbeitsverhältnissen? Und wenn ja - welchen Preis zahlen sie dafür?



**Kunsth Handwerk statt Finanzwelt: Anna André Holmberg machte eine späte Lehre als Goldschmiedin.**

Denn die Arbeitsbedingungen von Selbständigen unterscheiden sich deutlich. Vollzeit-Selbständige arbeiten im Schnitt acht Stunden mehr pro Woche. Sie haben vier Tage weniger Ferien im Jahr, und fast die Hälfte arbeitet auch am Abend und am Wochenende.

Viele gehen auch hohe Risiken ein. Gemäss dem Bundesamt für Statistik ist ein Viertel der Vollzeit-Selbständigen keiner Pensionskasse angeschlossen und hat kein Vorsorgekonto. Und zu oberen Kadern ist die Lohndifferenz markant: Angestellte Führungskräfte verdienen im Schnitt 110 000 Franken brutto im Jahr, selbständige 84 500 Franken. Realitäten, mit denen sich alle Selbständigen - unabhängig vom Geschlecht - konfrontiert sehen.

**Wunsch: weniger Stress.** Der Schritt in die Selbständigkeit müsse freiwillig erfolgen und dürfe keine Notlösung wegen einer unflexiblen und archaischen Unternehmenswelt sein, sagt deshalb

Anna André Holmberg. Die Ökonomin war jahrelang in internationalen Finanzunternehmen in Zürich und Zug tätig. Benachteiligt habe sie sich nie gefühlt. «Zumindest nicht, solange ich mich verstellte und mir nicht anmerken liess, dass ich Frau und Mutter bin», schiebt sie nach. Das ging dank Vollzeit-Nanny und 80-Prozent-Pensum einige Jahre einigermassen gut.

Als ihre Kinder vier und sechs waren, realisierte die gebürtige Schwedin, dass

sie nur noch gestresst war, für nichts mehr richtig Zeit hatte. Es dauerte vier weitere Jahre, bis sie 2013 den radikalen Schnitt wagte, ihren Job kündigte und eine Berufslehre zur Goldschmiedin begann. «Ich hatte das ein paar Jahre als Hobby verfolgt und merkte, dass ich mit meinen Händen arbeiten, ein physisches Produkt schaffen und meine Zeit frei einteilen will.» Nach dem Lehrabschluss gründete sie ihre eigene Schmuckfirma, designte und produzierte hochwertige Stücke, die sie

unter anderem an ihre Ex-Arbeitskollegen verkaufte.

Der Plan ging vorübergehend auf. «Ich hatte endlich wieder Zeit für meine Kinder und konnte meine Arbeit nach meinen eigenen Vorstellungen gestalten.» Doch Selbständigkeit hiess auch: etliche Aufgaben parallel bewältigen. Da war die Bewirtschaftung der Website, Werbung, Kundenakquise, Buchhaltung, Versicherung, Vorsorge, die ständige finan-

zielle Unsicherheit - und die soziale Isolation. «Mit der Zeit merkte ich: Ich will nicht selbständig sein und allein arbeiten. Es kann doch nicht sein, dass man all diese Risiken eingehen muss, nur um genügend Flexibilität für eine Familie zu haben.»

**Schluss mit Idealtypen.** Das grosse Problem sei, dass bei Firmen eigentlich nur ein Typ Arbeitnehmer gefragt ist, sagt Nadia Fischer von Witty Works. «Die meisten Unternehmen ziehen - meist

**«Vielen Frauen reicht es. Sie haben genug davon, übergangen zu werden.»**

Patricia Widmer, HSG; Managementprogramme



Sie gestalten den Bewerbungsprozess neu: Lukas Kahwe Smith, Valérie Vuillerat, Nadia Fischer (v. l.)

unbewusst – Bewerber mit vertikalen Karrieren vor, die 150 Prozent arbeiten. Alle, die davon abweichen, weil sie Kinder haben, einen Elternteil pflegen müssen, ein Hobby verfolgen oder schlicht nicht so viel arbeiten möchten, sind in den Augen dieser Firmen «abnormal» und verursachen unnötige Umstände.»

Doch dieser «Idealtyp» sei heute eine Minderheit. Immer mehr Frauen und Männer suchen flexiblere Arbeitsmodelle. Aus Sicht von Valérie Vuillerat, Witty-Works-Mitgründerin, gibt es nur eine Lösung: «Es braucht gemischte Führungsteams, um möglichst unterschiedliche Bedürfnisse in der Unternehmenskultur zu verankern.»

Zunächst brauche es aber generell mehr Frauen in den Unternehmen. Sie fehlen insbesondere in der Techbranche, in der Fischer, Vuillerat und Lukas Kahwe Smith, der dritte Witty-Works-Gründer, zu Hause sind. Das liegt nur bedingt am weiblichen Fachkräftemangel. Die meisten Techfirmen richten sich be-

reits bei ihren Stellenausschreibungen bewusst oder unbewusst an Männer. Etwa indem sie fast ausschliesslich Vollzeitstellen ausschreiben, Jobsharing keine Option ist – und indem sie Wörter und Formulierungen wählen, die vor allem auf männliche Bewerber abzielen.

**25%**  
der Selbstständigen haben keine Pensionskasse und kein Vorsorgekonto.

Kompetitive Sätze wie «Sie möchten immer Ihr Bestes leisten» ziehen Männer an und schrecken Frauen eher ab, zeigen zahlreiche Studien. «Buben wurden auf Wettbewerb getrimmt, Meitli eher auf gegenseitiges Helfen. Das ist ein grundsätzliches Problem. Aber wenn man das weiss, kann man immerhin solche Formulierungen neutralisieren», sagt Nadia Fischer.

**Inserate-Checker.** Witty Works hat deshalb ein Online-Tool entwickelt, das Jobinserate scannt und genderneutral umformuliert. Mit Erfolg. «Eine Firma, mit der wir zusammenarbeiten, konnte die Bewerberinnenquote allein durch diese Massnahme um 66 Prozent stei-

gern», erzählt Vuillerat. Diversität sei nicht nur ein hübscher Werbeslogan oder ein soziales Ziel, sondern lohne sich wirtschaftlich. «Wenn ein Unternehmen auf einen grösseren Talentpool Zugriff hat, erhöht das seine Chancen, bessere Arbeitnehmende zu finden», sagt Lukas Kahwe Smith. Es genüge aber nicht, nur die Ausschreibung anders zu machen. Zu wenig strukturierte Bewerbungsinterviews seien eine weitere Hürde. «Männer werden intuitiv eher nach ihrem Potenzial gefragt, während Frauen beweisen müssen, was sie geleistet haben. Interviewfragen müssen deshalb für alle Bewerbenden gleich sein. Sonst führt das zu unvergleichbaren Profilen», sagt Vuillerat.

Diesen Kulturwandel in einer Firma als Einzelperson voranzutreiben, sei fast nicht möglich. «Die Hürden sind einfach zu gross. Hinzu kommt, dass man Verbündete braucht, die intern dasselbe Ziel verfolgen. Hast du die nicht, müsst du dich für nichts ab», weiss Nadia Fischer aus Erfahrung. Darum versucht sie, mit Witty Works die Strukturen von aussen her zu verändern, in kleinen Etappen den grossen Wandel einzuleiten. Eine Revolution in 1000 Schritten. ■