

Geradestehen für die Frauen

BÜRGSCHAFTSGENOSSENSCHAFT SAFFA Wenn Ebbe im Portemonnaie und Ideenflut im Kopf herrscht, sind sie zur Stelle: die Frauenförderinnen der SAFFA. Sie verbürgen Kredite für Frauenprojekte – seit 1931.

TEXT ANOUK ARBENZ UND DELIA BACHMANN

Die beste Idee stirbt, wenn sie nicht finanziert werden kann. Das findet auch der Bund schade: Im Rahmen seiner KMU-Politik erleichtert er angehenden Unternehmern und Unternehmerinnen den Zugang zu Kapital. Der Bund fördert die Unternehmensfinanzierung indirekt, indem er etwa die vier anerkannten Bürgschaftsgenossenschaften Mitte, Ost-Süd, Westschweiz und SAFFA unterstützt. Seine Beteiligung an Bürgschaftsverlusten beträgt 65 Prozent. Die Genossenschaften können für Darlehen bis zu 500000 Franken bürgen. Die SAFFA ist als einzige Bürgschaftsgenossenschaft schweizweit tätig und legt ihre Hand ausschliesslich für Frauen ins Feuer – aus historischen Gründen: Die Lebenswelt der Schweizer Frau war 1931 noch eine andere und so stellt sich die Frage: Ist eine Bürgschaftsgenossenschaft speziell für Frauen noch zeitgemäss?

FRAUENARBEIT – DAMALS UND HEUTE

«Diese Frage wird man sich in den kommenden Jahren ernsthaft stellen müssen», räumt SAFFA-Präsidentin Sonja Scherer ein. Einerseits handle es sich bei der SAFFA um eine historisch gewachsene Organisation: Gegründet in einer Zeit, in welcher der Frau die Rolle der Mutter und Hausfrau zugeordnet war und das Frauenstimmrecht noch in weiter Ferne lag. Geburtsstunde der SAFFA war die erste Schweizerische Ausstellung für Frauenarbeit von 1928 in Bern, welche von rund 30 Frauenorganisationen auf die Beine gestellt wurde. Die namens-

gebende Ausstellung war ein durchschlagender Erfolg, der Erlös wurde drei Jahre später zur Gründung der Bürgschaftsgenossenschaft eingesetzt.

Seit 1931 hat sich für die Frau vieles zum Besseren gewendet – ist das Ende der Fahnenstange deshalb schon erreicht? Sonja Scherer ist skeptisch: «Ich glaube, die angestrebte Gleichberechtigung im Wirtschaftsleben ist heute noch nicht vollständig umgesetzt.» Die unvollendete Gleichstellung, Stichwort Lohngleichheit und Karrierechancen, sei allerdings nicht der einzige Grund, der für die gezielte Frauenförderung der SAFFA spricht: «Die Erfahrung zeigt, dass es geschäftstechnisch einen Unterschied macht, ob man es mit einem Mann oder einer Frau zu tun hat.» Scherer beobachtet ein extremes Engagement und Herzblut, sagt aber auch, dass die Frauen zögern, einen Kredit zu beantragen. Die Hemmschwelle sei kleiner, wenn sie sich an eine Frauenorganisation wenden können. Dafür sei der Loyalitätsgedanke danach umso ausgeprägter: «Bis eine Frau kommt und sagt, sie könne den Kredit nicht mehr zurückzahlen, braucht es sehr viel.»

DIE TYPISCHE GESUCHSTELLERIN GIBT ES NICHT

Die meisten Junggründerinnen wenden sich an die SAFFA, nachdem sie bei der Bank abgeblitzt sind. Davon abgesehen gibt es wenig, was die Gesuchstellerinnen eint: Die Frauen unterscheiden sich in Bezug auf Alter, Werdegang, Projekt und Höhe der Bürgschaft teilweise stark.

Nichtsdestotrotz, stellt Scherer einen Wandel weg vom traditionellen Frauengewerbe hin zu einer modernen Dienstleistungsinfrastruktur fest: «Die typische Gesuchstellerin ist nicht mehr die Frau, die ein Café, einen Coiffeursalon oder eine Kita – ein ewiger Renner – eröffnen will. Die Unternehmerinnen konzentrieren sich beispielsweise vermehrt auf den Aufbau eines E-Commerce-Geschäfts oder einer Unternehmensberatung.» Vor zwei Jahren erhöhte die SAFFA die Bürgschaftslimite von 120000 auf 500000 Franken, weil die Beträge nicht immer reichten: «Es gab Frauen, die haben einen Laden auf die Beine gestellt, den Kredit abbezahlt und wollten dann ihr Geschäft vergrössern. Das kostet dann halt mehr.» Nach wie vor fördert die SAFFA aber mehrheitlich Frauen, die «Kleinstunternehmerinnen» sind und höhere Beträge weder brauchen noch wollen.

KEINE BÜRGSCHAFT OHNE BUSINESSPLAN

Mit der Idee allein ist es nicht getan – der erste Schritt zur Bürgschaft beginnt zu Hause. Dort gilt es ein umfangreiches Dossier zusammenzustellen: Projektidee, Finanzierungsvorschläge, Lebenslauf, Kreditorenliste, Jahresbudget und eine Kopie der letzten Steuererklärung sind zwingende Bestandteile; der Businessplan muss «Hand und Fuss» haben: «Die Frauen müssen sich fragen, ob ihr Unternehmen wirtschaftlich überhaupt überlebensfähig ist», so Scherer. Ein Nein gab es etwa für die Idee, Bio-Snacks aus Pferdespeiseröhren und Hasenohren für

Hunde im Berner Oberland anzubieten – für 7.50 Franken pro 100 Gramm. Ist das Dossier beisammen, gilt es die erste Hürde zu nehmen: Andrea Theunert. Die Geschäftsführerin der SAFFA überprüft das eingereichte Dossier auf Vollständigkeit und Aussagekraft und leitet es an drei Frauen aus der Verwaltung weiter. Diese prüfen die Unterlagen auf Herz und Nieren und entscheiden dann, ob sie die Dame zu einem persönlichen Gespräch einladen.

Hier kann die Gesuchstellerin nochmals richtig überzeugen: Dass eine Kandidatin, die sie aufgrund der fehlerhaften Unterlagen innerlich bereits abgeschrieben hatte, im persönlichen Gespräch überzeugen und gar begeistern konnte, bezeichnet Scherer rückblickend als Augenöffner. Dann wird entschieden, ob und mit welchem Betrag die Dame unterstützt wird: «Häufig geht die Entscheidung nicht nur nach Zahlen sondern auch nach Bauchgefühl.»

VON SCHOGGIDELIKATESSEN ZU YOGAPANTS

Wird der Gesuchstellerin grünes Licht gegeben, kann sie nun mit der Rückendeckung der SAFFA einen Kredit bei der Bank beantragen. Partnerbanken der SAFFA sind beispielsweise die Freie Gemeinschaftsbank Basel oder die Migros Bank. Den Kredit müssen die Frauen innert zehn Jahren zurückzahlen. Dabei bleiben sie mit der SAFFA in engem Kontakt – zweimal jährlich müssen sie Bericht erstatten. Häufig wird der Kontakt auch über die Laufzeit des Kredits hinaus aufrechterhalten.

Sonja Scherer war im Investmentbanking der UBS tätig, bevor sie 2012 das SAFFA-Präsidium übernahm.



DIE SAFFA

- Gründung: 1931
- Finanzierung: Startkapital (1931) von 350000 Franken, Anteilsscheine der Genossenschaftsmitglieder, Legate, Beteiligung der Kantone und des Bundes, Bürgschaftsgebühren.
- Gesetzesrevision 2007: Neustrukturierung des Bürgschaftswesens, was zu einer noch engeren Zusammenarbeit mit dem Bund führte.
- Anzahl Gesuche 2015: 47 (davon 22 bewilligt, 15 abgelehnt und 10 zurückgezogene Gesuche)
- Wert der Neubürgschaften 2015: 1670000 Franken

Stolz erzählt Scherer von SAFFA-Erfolgsgeschichten wie der von Frieda Jakob. 1949 gründete diese mithilfe einer SAFFA-Bürgschaft von 5000 Franken ein Unternehmen, das später die bekannten Bébé Jou-Kinderartikel produzierte. Doch auch in der jüngeren SAFFA-Geschichte finden sich immer wieder Vorzeigeunternehmerinnen: Maren Gnädiger etwa, die das Fairtrade-Schokoladenfachgeschäft Xocolatl eröffnete und später ausbaute. Oder Susanne Spirig und Jasmine Heeb, die mit der LOLA FRED GmbH ein Unternehmen aufbauten, das Yoga Studio und Store in einem ist. Die Liste der Unternehmen ist lang – Bauprojekte, spezialisierte Buchungsplattformen und Fahrservices werden ebenso angeboten wie Krippenplätze, Backwerk, Mode und Kosmetika.

NULL VERLUST – EIN SCHLECHTES ZEICHEN

Dass nicht alles funktionieren kann, liegt auf der Hand. Schaffen es die Bürgschafts-

nehmerinnen nicht, den Kredit zurückzahlen, springt die SAFFA ein. Dabei sei es nicht immer möglich, das Geld wieder einzubringen: «Häufig sind das Verluste, die wir einfach abschreiben müssen.» Gäbe es keine Verluste, so Scherer, wäre das ein schlechtes Zeichen: «Dann müsste man sagen: Man hilft den Falschen.» Schliesslich sei die SAFFA gerade für jene da, die sonst keine oder nur eingeschränkte Möglichkeiten haben, ein Geschäft aufzuziehen.

Die Gründe für das Scheitern sind vielfältig: Eine Fehleinschätzung der Nachfrage, marktfremde Preisvorstellungen, Fokus auf die falsche Zielgruppe oder die Überschätzung der eigenen Grenzen sind häufige Ursachen. Letzteres beobachtet Scherer immer wieder: «Die Frauen sollten darauf achten, sich nicht zu viel zuzumuten und einen Plan B im Hinterkopf zu haben.» Schliesslich wird jede einmal krank oder möchte in die Ferien: «Man kann nicht 52 Wochen im Jahr im Laden stehen.»

Angehenden Unternehmerinnen rät Scherer, sich bereits im Vorfeld seiner eigenen Stärken und Schwächen bewusst zu werden: «Mein Tipp wäre, sich auch darüber Gedanken zu machen, wie man nach aussen wirkt und wo man allenfalls Geld in die Finger nehmen muss für eine Marketingfachfrau oder Anwältin.»

SAFFA BLEIBT – UND GEHT MIT DER ZEIT

Die Anforderungen an die Gesuchstellerinnen sind heute höher als früher: «Wir haben das mit den Jahren immer strukturierter gemacht», so Scherer. Auf der anderen Seite seien auch die Businesspläne immer komplexer geworden, gerade wenn neue Technologien im Spiel sind.

Die SAFFA wird den Unternehmerinnen in spe auch in Zukunft zur Seite stehen. Sonja Scherer hat konkrete Wachstumspläne: In einem ersten Schritt soll der Bekanntheitsgrad der SAFFA gesteigert werden. Regelmässige Besuche bei den Banken sowie eine gemeinsame Marketing-Plattform mit den anderen Bürgschaftsgenossenschaften (kmu-bürgschaften.ch) sind die Hebel, um dieses Ziel zu erreichen. Und auch bei den Gesuchzahlen ist Wachstum angesagt: «Wir streben 20 bis 30 Gesuche pro Jahr an.» Dabei sollen die Gesuche nicht nur mehr, sondern auch grösser in Bezug auf die Höhe der Beträge werden. Ein weiteres Thema, das Scherer in Angriff nehmen will, ist die Diversifikation: «Die Häufung von typischen Frauenberufen ist für uns ein Klumpenrisiko. Es kann nicht beliebig viele Coiffeursalons oder Cafés geben.» Im Visier hat Scherer vermehrt auch Frauen mit einem akademischen Hintergrund.