



# Ausgezeichnet!



## **Unternehmerinnen in Nordrhein-Westfalen**

Ausgezeichnet mit dem Unternehmerinnenbrief NRW

## **IMPRESSUM**

### **Herausgeber**

Ministerium für Gesundheit, Emanzipation,  
Pflege und Alter des Landes Nordrhein-Westfalen  
Referat Presse, Öffentlichkeitsarbeit  
Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf  
Telefon 02 11/ 86 18 - 50  
info@mgepa.nrw.de  
www.mgepa.nrw.de

### **Ansprechpartnerin**

Andrea Göhlich  
Referat Chancengleichheit in der Wirtschaft  
Telefon 02 11/ 86 18 - 45 71  
andrea.goehlich@mgepa.nrw.de

### **Redaktion und Text**

Andrea Blome, Münster

### **Gestaltung**

elemente Designagentur GbR, Münster

### **Fotografie**

Angelika Osthues, Münster  
Foto Portrait Barbara Steffens: © MGEPA - Torsten Stecher  
© panthermedia: S. 11, 13, 14, 19, 23, 31, 32, 34, 37, 38, 39, 56

### **Druck**

WAZ-Druck GmbH & Co. KG, Duisburg

© 2010/MGEPA 077

Die Druckfassung kann bestellt werden:

- im Internet: [www.mgepa.nrw.de/publikationen](http://www.mgepa.nrw.de/publikationen)

- telefonisch: **Nordrhein-Westfalen direkt**

0 18 03/ 100 110\*

\*9 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz - Mobilfunk max. 0,42 €/Minute

Bitte die Veröffentlichungsnummer **077** angeben.



## **Unternehmerinnen in Nordrhein-Westfalen Ausgezeichnet mit dem Unternehmerinnenbrief NRW**

Neun von zehn Deutschen halten die Selbstständigkeit für riskant. Aber es ist ein Fehler, nur auf die Risiken zu blicken, denn die Gründung eines eigenen Unternehmens bietet auch große Chancen. Selbstverwirklichung, Selbstbestimmung und die Kontrolle über die eigenen Arbeitszeiten sind nur drei Argumente, warum sich auch immer mehr Frauen für die Selbstständigkeit entscheiden.

Knapp 250.000 Frauen führen in Nordrhein-Westfalen ihr eigenes Unternehmen, die Geschäftsfelder sind so unterschiedlich wie die Gründe, warum diese Frauen den Weg in die Selbstständigkeit gewählt haben. Oftmals ist es die berühmte „gläserne Decke“, an die Frauen in abhängiger Beschäftigung stoßen und die sie veranlasst, ihr Wissen und Können in ein eigenes Unternehmen zu investieren. Auch der Wiedereinstieg in den Beruf ist häufig Motiv für die Existenzgründung, denn die Selbstständigkeit ermöglicht – vor allem für Freiberuflerinnen – die flexible Einteilung der Arbeitszeiten und damit die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Die Zahl der selbstständigen Frauen in Nordrhein-Westfalen ist zwar in den letzten Jahren stetig angestiegen, doch ihr Anteil liegt nach wie vor bei rd. 30 %. Dabei sind Frauen gut für eine selbstständige Berufstätigkeit gerüstet. Sie sind hoch qualifiziert und verfügen über notwendige Eigenschaften wie Kommunikationsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Weitsicht.

Frauen sind kreativ in der Ideenfindung und besetzen mit ihren Unternehmen oft Nischen. So tragen sie nicht nur zur Unternehmensvielfalt in unserem Land bei, sondern sie schaffen auch Arbeitsplätze – für sich selbst und für andere. Dennoch werden ihre Gründungsvorhaben manchmal mit Skepsis betrachtet, weil Frauen z. B. häufig klein starten, manchmal in Teilzeit, weil sie nur wenig Gründungskapital einsetzen und weil bezweifelt wird, ob ihre Unternehmensidee lukrativ genug ist.

Mit dieser Broschüre möchte ich Ihnen zwanzig Unternehmerinnen vorstellen, die ihre Gründungsideen verwirklicht haben. Die Porträts zeigen, warum die Frauen den Weg in die Selbstständigkeit gewählt haben, mit welchen Hürden sie konfrontiert wurden und wie sie damit umgegangen sind. Eine Gründung verläuft nicht immer glatt und reibungslos, doch mit Mut, Ausdauer, guter Vorbereitung und der richtigen Unterstützung können sich Unternehmen gut entwickeln. Tipps und Hinweise von Expertinnen und Experten ergänzen deshalb die Unternehmensgeschichten.

Die porträtierten Frauen wurden für ihr gut durchdachtes Unternehmenskonzept bereits mit dem Unternehmerinnenbrief NRW ausgezeichnet. Mit diesem Instrument unterstützt die Landesregierung Gründungen durch Frauen. Der Unternehmerinnenbrief NRW gibt Sicherheit für den Unternehmensstart und unterstützt die Firmentwicklung durch eine Patenschaft. Mit dem Projekt und mit dieser Broschüre möchte ich zeigen, wie erfolgreiche Selbstständigkeit gelingen kann, und Frauen Mut zur Gründung machen.

Barbara Steffens  
Ministerin für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter  
des Landes Nordrhein-Westfalen

# INHALT

<b>„Das macht die Frauen stark“</b> .....	<b>6</b>
Ein Gespräch mit Dr. Ilona Lange (IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland), Christel Zeisler und Brigitte Sträßer (FrauenForum e. V.) über den Unternehmerinnenbrief NRW	

## **Jetzt mache ich mich selbstständig. Wann sonst?**

Gründungen sind Wendepunkte des Lebens

<b>Leidenschaft für das Wasser</b> .....	<b>10</b>
Britta Dahnke, blue-ing. – Beratende Ingenieure	

<b>Eine Brücke zwischen den Kulturen schlagen</b> .....	<b>12</b>
Dorothea Linnenbrink, Jalall D'or – Trockenfrüchte und Nüsse von persisch bis westfälisch	

<b>Handwerk aus Frauenhand</b> .....	<b>14</b>
Olivia Lindisch, Fraugemacht – Heimwerkerhilfe	

<b>Kindheit in Blumen und Schleifen</b> .....	<b>16</b>
Andrea Schlack, Glücksbringer – Kindermoden und Accessoires	

<b>Den letzten Weg besser gehen</b> .....	<b>18</b>
Christiane Olthoff, Pflegepraxis Lichtbrücke	

<b>Gründen ist wie Heiraten</b> .....	<b>20</b>
Interview mit Lioba Heinzler, Relation-Ship	

## **Der kleine Anfang ... und seine Folgen**

In Teilzeit starten und schrittweise wachsen

<b>„Du gehst nicht unter“</b> .....	<b>22</b>
Mechthild Schroeter-Rupieper, La Via – Institut für Familientrauerbegleitung	

<b>Wandern auf vier Pfoten</b> .....	<b>24</b>
Rabea Ali, hundewandern.de	

<b>Damit das U-Boot geradeaus fährt</b> .....	<b>26</b>
Monika Feldmann-Kromer, MoMo Sauerland – Modellbauelektronik	

<b>Teilzeit-Gründerinnen brauchen Zeit</b> .....	<b>28</b>
Interview mit Birgitt Torbrügge, Unternehmensberaterin	

## **Nischen mit Potenzial oder:**

Unternehmerinnen sind Erfinderinnen

<b>Inmitten von Büchern kochen</b> .....	<b>30</b>
Christel Graumann, Siedepunkt – Kochschule und Kochbuchhandlung	

<b>„Im Einzelhandel brauchst du Nerven wie Drahtseile“</b> .....	<b>32</b>
Jasmin Höftmann, Villa Norr – Skandinavische Lebensart und Design	

<b>Mit Liebe lehren und lernen</b> .....	<b>34</b>
Özlem Sözener, Interkulturelles Kolleg Bielefeld	
<b>Schätze für die Öffentlichkeit</b> .....	<b>36</b>
Babette Reek, bilwissedition – Verlag für digitale Bilder & Medien	
<b>Bildung beginnt spielend</b> .....	<b>38</b>
Nadine Müller, Premini Spielzeugberatung	
<b>Inszenieren Sie sich</b> .....	<b>40</b>
Interview mit Michael Böhm, Augenfänger	
<b>Wie Träume Ideen tragen</b> .....	<b>40</b>
Interview mit Dr. Alexander Bach, Faun	
<b>Ist auf diesem Markt noch Platz?</b>	
Konzepte in umkämpften Branchen	
<b>Eine Praxis mit vielen Säulen</b> .....	<b>42</b>
Christiane Hoffschildt, Praxis für Logopädie und Systemische Beratung	
<b>Schnelle, flexible, chinesische Lösungen</b> .....	<b>44</b>
Yun Zhou-Pastor, China-Consult	
<b>Auch in der Wirtschaft – bühnenreif</b> .....	<b>46</b>
Barbara Moraidis, art of mind – Kommunikative und Kognitive Kompetenz	
<b>Mit Offenheit die Kunden binden</b> .....	<b>48</b>
Diana Grohs, Yoga in Ratingen	
<b>Die Menschen müssen sich wohlfühlen</b> .....	<b>50</b>
Interview mit Nadine Klarissa Buch, Plan B Marketing	
<b>Traditionen nutzen – Neues wagen</b>	
Gründerinnen als Nachfolgerinnen	
<b>Wissen, wie Menschen leben, und für sie bauen</b> .....	<b>52</b>
Elke Maria Alberts, alberts.architekten	
<b>Laden und Kundschaft im neuen Gewand</b> .....	<b>54</b>
Kerstin Psondr, Kostümverleih Kunterbunt	
<b>„Wir brauchen Leute, die mit anpacken“</b> .....	<b>56</b>
Jacqueline Minderjahn-Braun, Bäder-Galerie	
<b>Das muss nicht teuer sein</b> .....	<b>58</b>
Interview mit Jutta Beyrow, B3 – Beyrow Business Beratung	
<b>„Die Reißleine ziehen, bevor man alles verliert“</b> .....	<b>59</b>
Ein Gespräch mit Carola Römer über Angst in der Krise und Erfahrungen mit der Insolvenz	

# „Das macht die Frauen stark“

Ein Gespräch mit Dr. Ilona Lange (IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland), Christel Zeisler und Brigitte Sträßer (FrauenForum e. V.) über den Unternehmerinnenbrief, seine Wirkung für Frauen, für die Regionen und für die Gründungskultur in NRW

## **Der Unternehmerinnenbrief NRW ist kein Wettbewerb und kein Preis. Was gewinnen Frauen, die ausgezeichnet werden?**

ILONA LANGE: Ganz entscheidend sind aus meiner Sicht zwei Punkte: In einer Zeit, in der Selbstständigkeit keine große Attraktivität hat und die Angst vorm Scheitern überwiegt, bekommen Gründerinnen einen Paten oder eine Patin, um ihnen die Angst zu nehmen. Das Zweite ist die Öffentlichkeit, die Frauen werden sichtbar. Mit dem Unternehmerinnenbrief gewinnen die Frauen Zugang zum lokalen Netzwerk. Das hilft im Geschäft.

BRIGITTE STRÄSSER: Sie haben einen vielfältigen Gewinn: Sie fokussieren sich durch die Bewerbung auf ihr Konzept und die Präsentation als Unternehmerin, sie erhalten fachlichen Input und qualifizierende Unterstützung, sie finden Zugang zu einem Netzwerk, sie nutzen den Brief für die Öffentlichkeitsarbeit und sie haben mit der einjährigen Patenschaft eine kontinuierliche Begleitung nach der Gründung.

CHRISTEL ZEISLER: Frauen nehmen sich für die Entwicklung ihrer Gründungsidee Zeit, sie planen oft sehr sorgfältig. Wenn sie dann den Schritt in die Öffentlichkeit gehen, ihr Konzept präsentieren und die Bestätigung bekommen, dass sie auf dem richtigen Weg sind, dann glauben sie an ihr Vorhaben und – das ist nicht unwichtig – ihr Umfeld auch. Eine Gründerin muss in ihre Rolle hineinwachsen, nur

mit der Idee ist sie noch keine Unternehmerin. In diesem Prozess gibt der U-Brief einen enormen Rückenwind.

## **Bei der Suche nach einem Paten oder einer Patin greifen Sie in Arnsberg auch auf den Seniorberater-Service der IHK zurück.**

ILONA LANGE: Wir machen hier seit 17 Jahren die Erfahrung, dass ehemalige Unternehmer, leitende Mitarbeiter oder Bankvorstände, mittlerweile 37 Männer und Frauen, ganz wertvolle Erfahrungen und Wissen weitergeben. Unser Schwerpunkt beim Seniorberater-Service ist die Hilfe in der Krise. Denn Unternehmen suchen in Krisensituationen oft zu spät Hilfe. Wir haben es geschafft, dass sie um fünf vor zwölf kommen. Wir konnten vielen helfen und Insolvenzen abwenden.

## **Beim U-Brief geht's weniger um Krisen als um Neuanfänge. Und oft auch noch nicht um so viele Arbeitsplätze ...**

ILONA LANGE: Gerade Einzelunternehmerinnen erleben, dass sie nach der Gründung kaum Gesprächspartner auf Augenhöhe haben. Ein Seniorberater hat einen großen Vorteil: Er hat Erfahrung und er hat Zeit. Das ist extrem wertvoll. Das finden wir beim U-Brief wieder und das macht die Frauen stark.

BRIGITTE STRÄSSER: Die Patinnen und Paten geben gerne Wissen weiter – auch als aktive Unternehmerinnen und Unternehmer nehmen sich viele die Zeit für dieses Engagement. Sie

lernen neue Unternehmen kennen, für sie ist der Unternehmerinnenbrief auch ein Netzwerkfaktor. Was wir auch gelegentlich hören: Anlässlich der Begleitung wird manchen erst klar, welche Hürden sie selbst überwunden haben. Angesichts der ersten unsicheren Schritte einer Gründerin ermöglicht eine Patenschaft auch die Reflexion der eigenen Rolle. Das kann auch für einen Paten oder eine Patin ein stärkender Faktor sein.

CHRISTEL ZEISLER: Es gibt viele Angebote vor und in der Gründung. Die Patenschaft ist eine ganz wichtige Begleitung in der Nachgründungsphase. Wir wissen, dass Unternehmerinnen, die vor Jahren von einer Patenschaft profitiert haben, sich nun selbst als Patin engagieren wollen. So entsteht eine Kultur des Gebens und Nehmens. Und auch das ist ein Beitrag zur Veränderung einer Wirtschaftslandschaft.

ILONA LANGE: So lange das weibliche Gründungspotenzial bei Weitem nicht ausgeschöpft ist und die Gründungsquote in Deutschland sich mit 30 % unter dem internationalen Durchschnitt bewegt, können wir mehr Dynamik absolut gebrauchen. Da ist der U-Brief ein guter Baustein.

## **Und passt in Ihr regionales Netzwerk?**

ILONA LANGE: Absolut. Wir machen in unserer Region eine ganze Menge für Frauen. Das IHK-Forum Wirtschaftsfrauen habe ich auf Wunsch von Unternehmerinnen in der Region

ins Leben gerufen. Wie in einem Salon tauschen sich hier Frauen, die in der regionalen Wirtschaft etwas zu sagen haben, aus. Wir haben 2006 erstmals den Managerinnen-Talk durchgeführt, der sich längst in fast allen IHKs etabliert hat.

### **Wie ergänzt der U-Brief diese Angebote für Wirtschaftsfrauen?**

ILONA LANGE: Wir führen die ausgezeichneten Frauen ganz bewusst in die regionalen Netzwerke ein, sie sind selbstverständlich eingeladen zu den Wirtschaftsfrauen, zum Managerinnen-Talk und können hier Kontakte knüpfen. Allein durch die offizielle Auszeichnung, die wir in Anwesenheit des Bürgermeisters feierlich begehen, durch die Präsentation in der IHK-Zeitung und die Pressearbeit werden die Frauen herausgehoben und bekommen ganz wichtige Kontakte ins lokale Netzwerk. Gerade am Anfang ist das wichtig.

CHRISTEL ZEISLER: Der U-Brief ist ein Kommunikationsinstrument. Als Netzwerkfaktor hat er aber noch einen weiteren Aspekt. Er bringt die Akteure in den Regionen zum Thema Gründungen durch Frauen zusammen. In den Teams versammeln sich die, die in der Region Verantwortung für die Gründung tragen, in den zuständigen Institutionen arbeiten oder hier als Unternehmerin oder Unternehmer aktiv sind. Wir erleben die Teams in einem kollegialen Miteinander, die voneinander lernen und die Erfahrungen wiederum in ihre Arbeitsbereiche mitnehmen.

### **Was lernen sie?**

BRIGITTE STRÄSSER: Ihr Blick auf die Unternehmen von Frauen wird geschärft. Denn selbst Menschen, die in der Gründungsberatung arbeiten, sind nicht davor gefeit, dass bestimmte Normen und Werte immer wieder durchschlagen. Die vermeintlichen unternehmerischen Eigenschaften wie Risikofreudigkeit, Entschlusskraft, Belastbarkeit usw. sind schablonenhafte Zuschreibungen, die enorm verunsichern.

# Steckbrief

## Unternehmerinnenbrief NRW

### **Initiative**

Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes Nordrhein-Westfalen

### **Überregionale Koordination**

FrauenForum Münster e.V.

### **Regionale Koordination**

angesiedelt bei den regionalen Gründungsnetzwerken

### **In 10 Regionen in NRW**

Wirtschaftsregion Aachen, Emscher-Lippe, Rhein-Wupper, Mülheim-Essen-Oberhausen, Niederrhein, Münsterland, Hellweg-Sauerland, Ostwestfalen-Lippe, Rheinland, Kreis Unna und angrenzende Regionen

### **Zielgruppe**

- Gründerinnen und Unternehmerinnen in der Wachstumsphase
- Ausgezeichnet mit dem Unternehmerinnenbrief NRW werden zukunftsweisende und erfolgversprechende Gründungs- oder Wachstumskonzepte.
- Bewerberinnen präsentieren schriftlich und persönlich ihr Vorhaben.
- In jeder Region entscheiden Expertinnen- und Expertenteams über die Vergabe.
- Experten und Expertinnen sind Vertreter und Vertreterinnen aus Kammern, Banken, Wirtschaftsförderungen, Beratungsinstitutionen und Unternehmen.
- Mit der Auszeichnung verbunden sind qualifizierende Angebote und eine einjährige Patenschaft.

**U  
NRW  
BRIEF**  
www.unternehmerinnenbrief.de



CHRISTEL ZEISLER: Den Expertinnen und Experten muss bewusst sein, dass diese Stereotype überhaupt nicht geeignet sind, um eine Gründerin einzuschätzen. Jede beginnt wieder von vorn, jede macht ihren Anfang und wird in ihre neue Rolle hineinwachsen, das ist eine ganz zentrale Haltung, die das Gremium wahren muss. Da haben auch die Koordinatorinnen eine wichtige Aufgabe.

ILONA LANGE: Was ich in dem Team erlebe: Das sind alles Leute, die richtig Lust haben, anderen zu helfen. Das motiviert auch die Paten und Patinnen. Helfen zu können, gibt ein unglaublich gutes Gefühl.

### **Brauchen Gründerinnen in ländlichen Regionen wie dem Sauerland eine andere Hilfe?**

ILONA LANGE: Nein, das glaube ich nicht. Ich glaube prinzipiell auch nicht, dass Gründerinnen spezielle Angebote benötigen. Unsere Gründerwerkstatt ist zum Beispiel ein Angebot für Männer und Frauen. Sie brauchen beide eine umfassende Beratung und da ist es natürlich gut, wenn sie jemand persönlich begleitet und an die Hand nimmt. Vielleicht ist es so, dass Frauen manchmal ängstlicher sind, aber ich würde nicht sagen, dass Männer sich diese Unterstützung nicht wünschen würden.

BRIGITTE STRÄSSER: Aber: Wenn wir Gründungen als Lebenswege begleiten und nicht nur die Tragfähigkeit einer Gründungsidee, dann müssen wir auf die jeweils individuellen Bedingungen eingehen. Frauen sind gerade in diesem Punkt sehr sensibel, sie wollen in ihrer persönlichen Entwicklung gesehen und ernst genommen werden. Jede Gründung ist mehr als nur ein unternehmerischer Schritt. Das sind biografische Entscheidungen, mit denen oft auch Lebenswenden verbunden sind.

### **Warum gibt es den U-Brief als Angebot ausschließlich für Frauen?**

CHRISTEL ZEISLER: Der U-Brief ist eines der ganz wenigen Instrumente, das sich ausschließlich an Frauen richtet. Mit dem U-Brief signalisieren wir: Wir wollen das unternehmerische

Handeln von Frauen. Jede Frau kann sich hier bewerben und ist willkommen, das kann auch eine Teilzeit-Gründung sein. Der U-Brief greift eine neue Gründungskultur auf und trägt diese wieder in die regionalen Netze. Die politische Absicht, kleine Unternehmen zu fördern und zu stärken, setzt der Unternehmerinnenbrief um.

BRIGITTE STRÄSSER: Durch die Struktur der Teams und die Patenschaften wird in den Regionen ein starkes Engagement für Gründungen von Frauen sichtbar. Das Besondere am U-Brief ist ja, dass sich hier so viele gemeinsam und eben auch ehrenamtlich engagieren. Das wissen die Frauen, die sich bewerben, sehr zu schätzen. Das ganze Setting signalisiert den Frauen ein großes Interesse an ihren Vorhaben.

CHRISTEL ZEISLER: Wir wollen das unternehmerische Handeln von Frauen, also müssen wir sie dazu qualifizieren. Dazu leistet der Austausch mit den Paten und Patinnen einen wichtigen Beitrag, aber ebenso die fachlichen Rückmeldungen aus dem Gremium und auch schon die vorbereitenden Seminare auf die Präsentation. Viele bestätigen noch Jahre später, wie sehr sie davon profitiert haben.

### **Als der U-Brief 2003 in der Pilotregion Münsterland startete, war ein Wunsch, dass er den Frauen den Zugang zu Krediten erleichtert. Was ist davon geliebt?**

CHRISTEL ZEISLER: Wichtig ist zunächst: Wir haben lernen müssen, dass die meisten Frauen nicht mit großen Krediten gründen. Was wir aber wissen, weil die Frauen diese Erfahrung zurückmelden: Gespräche verlaufen anders, wenn sie den Unternehmerinnenbrief haben. Weil sie das Konzept sicherer präsentieren, aber auch weil das Urteil des Gremiums und die Auszeichnung tatsächlich Gewicht haben.

BRIGITTE STRÄSSER: Was wir in den vergangenen Jahren beobachten können: Die Frauen nutzen den Unternehmerinnenbrief ganz unterschiedlich. Ob sie in Teilzeit oder Vollzeit gründen, mit oder ohne Personal, große

oder kleine Vorhaben umsetzen, sie setzen den U-Brief strategisch für ihr Unternehmen ein. Das ist seine besondere Qualität. Der U-Brief begleitet die Frauen in ihrem unternehmerischen Leben.

**Dr. Ilona Lange ist Hauptgeschäftsführerin der IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland.** In ihrer Region startete der Unternehmerinnenbrief NRW 2008, Das regionale Koordinationsbüro ist bei der IHK in Arnsberg angesiedelt. Im Unternehmerinnenbrief NRW sieht Dr. Lange eine gute Ergänzung der dortigen Angebote für Unternehmerinnen und Führungsfrauen. Die IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland war die erste Kammer, die 2006 den Managerinnen-Talk organisierte. Seit Jahren gibt es dort außerdem das IHK-Forum Wirtschaftsfrauen, ein informelles Netzwerk für Unternehmerinnen in der Region.

**Christel Zeisler und Brigitte Sträßer sind Geschäftsführerinnen des FrauenForums e. V. in Münster.** Das FrauenForum ist das überregionale Projektbüro für den Unternehmerinnenbrief NRW und setzt ihn gemeinsam mit den regionalen Koordinatorinnen um. Hier laufen die Kommunikationsfäden der Initiative zusammen. Das FrauenForum entwickelt in Abstimmung mit dem Ministerium die Kommunikations- und Programmelemente der Initiative, es begleitet und unterstützt die Koordinatorinnen in den Regionen fachlich und organisatorisch und gestaltet die Netzwerkarbeit.



# **Jetzt mache ich mich selbstständig. Wann sonst?**

Gründungen sind Wendepunkte  
des Lebens

Eine Gründung ist selten der Start ins Berufsleben. Dass der Zeitpunkt, über eine Selbstständigkeit nachzudenken, irgendwann da ist, hat ganz unterschiedliche Gründe: Vielleicht ist der Job keine Herausforderung mehr, der Wunsch nach etwas Neuem größer als die Sicherheit, eine neue Familiensituation mit der Festanstellung nicht vereinbar oder die Arbeitslosigkeit Anlass für die Suche nach Alternativen.





# Britta Dahnke

## blue-ing.

Beratende Ingenieure



### Leidenschaft für das Wasser

Dem Wasser Aufmerksamkeit zu schenken, das hat Britta Dahnke schon immer fasziniert. Gemeinsam mit dem Ingenieur Rainer Domnick hat die Expertin für Siedlungswasserwirtschaft in Düsseldorf ein Unternehmen gegründet. Sein Name zeigt die Richtung an: „blue für Wasser, ing für Ingenieure: blue-ing.“



„Wasser urban zu machen oder Gewässer zu renaturieren, das sind tolle Projekte.“

BRITTA DAHNKE, Düsseldorf

Das Wachstum ihres Büros hatten Britta Dahnke und ihr Geschäftspartner Rainer Domnick bereits mit der Gründung geplant. Dann wuchs das Unternehmen schneller als gedacht.

„Wasser ist schwer beeindruckend“, sagt Britta Dahnke. Hier ist die Ingenieurin in ihrem Element.

Ihr Büro blue-ing begleitet Maßnahmen rund um Regen- oder Schmutzwasser, Bauten wie Pumpwerke oder Kanäle, es unterstützt Gemeinden bei der Kalkulation von Gebühren, macht Vermögensbewertungen von Abwassersystemen oder entwickelt Techniken zur weitergehenden Behandlung von Niederschlagswasser.

Ebenso wie ihr Geschäftspartner war Britta Dahnke in den Jahren vor der Gründung in einem großen Ingenieurbüro angestellt gewesen. Der Wunsch, selbstständig zu sein, bewegte sie schon einige Jahre. „Das können wir doch auch allein“, fand sie 2008 schließlich und ebnete damit den Weg, „selbst zu entscheiden, welche Projekte mich interessieren“. Die blue-ing GmbH wurde Anfang Januar 2009 gegründet, die Perspektive Wachstum direkt mitgedacht. Die Räume bieten Platz für zehn Arbeitsplätze. „Wenn man wachsen will, dann muss im Vorfeld klar sein: Wo will ich hin?“, sagt Britta Dahnke, „dafür muss man am Anfang gegebenenfalls mehr Kosten in Kauf nehmen.“

Das Büro entwickelte sich dann schneller als geplant, schon in den ersten drei Monaten konnten drei Mitarbeiterinnen eingestellt werden, so viele wollte sie eigentlich erst ein Jahr später haben.

Die Auftragslage ist gut. blue-ing arbeitet überwiegend für Kommunen, schließlich ist die Wasserwirtschaft in der Regel in öffentlicher Hand. Das macht es auch leicht, sich über Ausschreibungen bekannt zu machen und ins Gespräch zu bringen. Britta Dahnke und Rainer Domnick sind sicher, dass sie in Zeiten des Ingenieurmangels einen Trumpf in der Tasche haben: „Wir arbeiten absolut termingerecht und innovativ.“ Denn das, so die Branchenerfahrung der Unternehmerin, sei längst nicht die Regel auf dem Markt.

Britta Dahnke wollte mal Meeresbiologin werden, wählte den Umweg über die Physik und stellte sich vor, „Wetter zu machen“. Bei einem Baupraktikum riet ihr der Arbeitgeber: „Was wollen Sie mit Physik? Werden Sie doch Bauingenieurin.“ Und Britta Dahnke fand einen Weg, die Leidenschaft für das Wasser mit dem Bauen zu verbinden.

„Wasser urban zu machen oder Gewässer zu renaturieren, das sind tolle Projekte“, sagt sie begeistert.

Die Personalfrage ist ein Dauerthema in dem „schlank strukturierten Büro“. Im Juni 2010 wurde ein weiterer Ingenieur eingestellt, ein dritter wird noch gesucht. „Personal ist eine Gratwanderung und ein Wagnis“, sagt Britta Dahnke. „Habe ich die Leute zu dem Zeitpunkt, wenn ich sie brauche? Und habe ich dann die Zeit, sie einzuarbeiten?“ Mehr Personal verursacht mehr Kosten, sorgt aber auch für mehr Flexibilität. Und die kann Britta Dahnke aktuell gut gebrauchen. Im Herbst 2010 ist sie Mutter geworden und stellt fest: „Es ist gut, einen Geschäftspartner zu haben, aber so ganz entspannt bin ich nicht im Wochenbett.“ Das Unternehmen allein lassen, das könnte sie nicht. Und so bewährt sich auch in dieser Situation die Entscheidung für die Teamgründung. ‹‹

#### Kontakt:

Britta Dahnke  
blue-ing.  
Beratende Ingenieure  
Düsseldorf  
[www.blue-ing.de](http://www.blue-ing.de)





# Dorothea Linnenbrink Jalall D'or

Trockenfrüchte und Nüsse  
von persisch bis westfälisch



## Eine Brücke zwischen den Kulturen schlagen

Dorothea Linnenbrink ist Westfälin, ihr Mann Jalaladdin Eshagi Iraner. Mit ihrem gemeinsamen Unternehmen schlägt das binationale Paar eine Brücke.

**Wenn Dorothea Linnenbrink** berichtet, warum sie sich für die Selbstständigkeit entschieden hat, dann hat das nichts mehr mit dem Tabu von früher zu tun. Für sie, die in einem Unternehmerhaushalt aufgewachsen ist, war die Selbstständigkeit lange eine undenkbar Perspektive. „Mit Selbstständigkeit verband ich große Sorgen, Unsicherheit und unendlich viel Arbeit.“

Dass sich die Diplom-Geografin und Mutter von zwei Kindern Ende 2005 mit 44 Jahren für eine Existenzgründung entschied, war lange geplant und gut vorbereitet. Jalall D'or heißt das Unternehmen, das sie zusammen mit ihrem iranischen Ehemann Jalaladdin Eshaghi in Münster gegründet hat. In einer Zeit, in der Negativschlagzeilen über den Orient

vorherrschten und binationale Partnerschaften vielen Vorurteilen ausgesetzt sind, wollen die beiden zeigen, dass sie nicht nur privat seit über 30 Jahren eine Brücke schlagen, sondern dass diese auch ein Unternehmen trägt. Spezialitäten von persisch bis westfälisch, mehr als 80 verschiedene Nüsse und Trockenfrüchte machen die exotische Produktpalette von Jalall D'or aus.

Als Marktstand auf verschiedenen Wochenmärkten gestartet, macht das Unternehmen 2010 den nächsten großen Wachstumsschritt und platziert die Jalall-D'or-Produktpalette in einem Online-Shop. Für das Wachstumskonzept gab's nicht nur ein zweites Mal den Unternehmerinnenbrief, sondern auch den mit 5.000 Euro dotierten zweiten Platz beim bundesweiten

Gründungswettbewerb start2grow. „Jalall D'or, das sind wir“, sagt Dorothea Linnenbrink. „Jalall wie Jalaladdin oder prachtvoll und D'or wie Dorothea oder aus Gold.“ Der interkulturelle Alltag des Paares ist Teil des Marketing-Konzepts – auch im Netz. Storytelling heißt das Stichwort, mit dem die Unternehmerin ihren Produkten individuellen Charme gibt. Denn Trockenfrüchte und Nüsse aus aller Welt kann man auch woanders im Internet kaufen. „Uns unterscheidet unsere besondere Unternehmensphilosophie – mit guten Produkten eine Brücke zwischen verschiedenen Kulturen zu schlagen. In unseren Tüten vertragen sich sogar die Rosinen aus dem Iran mit den Cranberrys aus den USA auf engstem Raum.“





„In unseren Tüten vertragen sich sogar die Rosinen aus dem Iran mit den Cranberrys aus den USA auf engstem Raum.“

DOROTHEA LINNENBRINK, Münster

Für den Start des Online-Shops von Jalall D'or sind die Markt-Erfahrungen wichtig. Und die Kunden wissen: „Uns gibt es wirklich.“

Auf Märkten und im Online-Shop verkauft Jalall D'or Spezialitäten von persisch bis westfälisch. Die Erfahrungen aus fünf Jahren Marktgeschäft sind ein absoluter Gewinn beim Start im Netz. „Auf dem Markt bekommen wir eine ganz direkte Rückmeldung. Wir wissen, wie die Produkte ankommen, wie sie sich verhalten, was miteinander harmoniert.“ Das Marktgeschäft ist ihr aber noch aus einem anderen Grund wichtig: „Uns gibt es wirklich!“ Diese Botschaft transportiere Vertrauen und eine persönliche Note, die im Online-Handel nicht zu unterschätzen sei.

Dorothea Linnenbrink hat viele berufliche Stationen erlebt. Nach dem Geografie-Studium arbeitete sie im Umwelt- und Naturschutz, als die Kinder klein waren, freiberuflich in der Museums- und Umweltpädagogik. Sie war als Landschaftsplanerin beschäftigt und nach einer Weiterbildung zur Managementassistentin zuletzt an der Universität Münster Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Arbeitsstelle Forschungstransfer.

„Ich bin es gewohnt, mich in neue Dinge einzuarbeiten“, sagt sie. „Ich hatte das Glück, die ganzen Jahre über sehr selbstständig arbeiten zu können.“ Dass in diesen Jahren irgendwann der Wunsch, beruflich wirklich selbstständig zu sein, wächst, hat genau mit dieser Arbeitsweise zu tun. Sie machte Seminare wie „Das kalkulierte Risiko“ bei Frauen & Beruf, nahm am Projekt „Gründen im Team“ teil und hatte das Glück,

dass der WDR in Münster das binationale Gründer-Ehepaar über Monate begleitete. „Ohne die gute Pressearbeit wären wir nicht so schnell so weit gekommen.“ Sie sind längst Arbeitgeber, beschäftigen im Verkauf und im Lager mehrere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Dorothea Linnenbrink und Jalaladdin Eshaghi sind kein geringes Risiko eingegangen. Für die Gründung und auch für das Wachstum benötigen sie Bankkredite für die anstehenden Investitionen. Der Marktstand ist die wirtschaftliche Basis der vierköpfigen Familie. Und die ist zuversichtlich, dass der eingeschlagene Weg erfolgreich weitergeht. Das Marktgeschäft bleibt ein wichtiges Standbein, aber der Online-Handel soll bereits nach zwei Jahren den Hauptumsatz bringen. „Jetzt können wir weiter wachsen“, sagt Dorothea Linnenbrink, „und darauf freue ich mich.“ <<

#### Kontakt:

Dorothea Linnenbrink  
Jalall D'or  
Münster  
[www.jalalldor.de](http://www.jalalldor.de)





# Olivia Lindisch

## Fraugemacht

Heimwerkerhilfe



### Handwerk aus Frauenhand

Einen Schrank aufbauen oder ein Regal anbringen, ein Türschloss austauschen, das Abflussrohr auseinanderschrauben oder die Gardinenstangen montieren. Olivia Lindisch bringt das alles in Ordnung. „Fraugemacht“ heißt ihr Unternehmen für Montage-, Reparatur- und Tapezierarbeiten in Mülheim an der Ruhr. Die Idee: ein Heimwerker- und Raumausstatterservice für Privathaushalte.





„Nicht jeder ist handwerklich begabt. Bei mir muss das niemandem unangenehm sein.“

OLIVIA LINDISCH, Mülheim an der Ruhr

Mit Kind wollte Olivia Lindisch eine Arbeit, die besser mit der Familie vereinbar ist. Als Handwerkerin ist sie nicht nur flexibel, sondern immer auch kreativ.

**Fraugemacht** ist ein Heimwerker- und Raumausstatter-Service für Kunden und Kundinnen, denen es angenehmer ist, dass eine Handwerkerin im Haus ist. Das sind Frauen, Senioren oder Alleinerziehende. „Das können auch männliche Kunden sein“, sagt Olivia Lindisch. „Nicht jeder ist handwerklich begabt. Bei mir muss das niemandem unangenehm sein.“

Vertrauen und Wohlfühlen, eine persönliche Ansprache und Freundlichkeit, das ist neben der handwerklichen Leistung das, was Olivia Lindisch für das Besondere ihres Angebots hält. „Ich achte sehr darauf, dass die Kunden ankommen“, sagt sie über das erste Gespräch am Telefon. „Es ist mir wichtig, dass sie sich verstanden fühlen.“

Das Angebot spricht sich seit dem Start im Frühjahr 2010 herum, die Unternehmerin bewirbt es aber auch gezielt über Messen und Kooperationen. So ist sie regelmäßig auf der regionalen Seniorenmesse vertreten, sie gehört zum Netzwerk „Nah und fair. Bürgerorientierte haushaltsnahe Dienstleistungen“, über Kooperationen mit sozialen Vereinen und Pflegediensten wird sie immer häufiger für Arbeiten in Seniorenhaushalten beauftragt.

„Fraugemacht entwickelt sich zur Marke in Mülheim und Umgebung“, sagt Olivia Lindisch stolz. Dabei hätte sie sich noch vor Jahren niemals vorstellen können, mal Unternehmerin zu sein. Als Industriemechanikerin

war sie nach der Ausbildung zunächst bei der Deutschen Bahn angestellt und arbeitete dann sieben Jahre als Vorstandsassistentin eines IT-Dienstleisters im Rheinland. Als dieser 2007 während ihrer Elternzeit mit dem zweiten Kind in die Insolvenz ging, begann Olivia Lindisch nach Alternativen zu suchen. 50 bis 60 Stunden in der Woche arbeiten, das wollte sie nicht mehr. Der Idee der Existenzgründung näherte sie sich Schritt für Schritt.

„Was kann ich gut?“ Damit begann die Konzeptentwicklung, die sie in der ersten Gründerinnenwerkstatt der Wirtschaftsförderung Mülheim konkretisierte. „Das war eine richtige Ideenschmiede“, sagt sie im Rückblick über den Austausch mit den weiteren 19 Frauen des Kurses. Zunächst hatte sie über ein High-Level-Angebot aus einer Hand nachgedacht, wollte Handwerk und Büroarbeit verbinden. Als das Profil und damit die Zielgruppe schärfer wurde, zeigte sich auch der Nischenwert des jetzigen Angebots. „Ich hatte eigentlich nicht erwartet, dass das eine solche Marktlücke ist.“

Fraugemacht hat Wachstumspotenzial. Inzwischen sehen das auch die Banken, die der Gründerin noch vor einem Jahr den Start nicht finanzieren wollten. Also startete sie mit ihrem privaten Pkw, investierte aus Eigenmitteln zunächst in gutes Werkzeug und setzte mit einer Teilzeitarbeitnehmerin auf Kooperationen, um Kunden „aus einer Hand“ bedienen zu können. Neben der angestellten

Malermeisterin gehören eine Elektromeisterin und eine Schreinermeisterin zum Netzwerk, nach einer Kollegin aus dem Heizungs- und Sanitärbereich sucht Olivia Lindisch noch und empfiehlt bis dahin männliche Kollegen, denen sie vertraut. „Es gibt einfach wenig Handwerkerinnen, die ihren Beruf selbstständig ausüben können.“

Wenn Olivia Lindisch über ihre Wachstumsstrategien spricht, formuliert sie klare Ziele. „Ich möchte organisch wachsen, aber nicht im Rahmen der Leistungen.“ Denn den Mitbewerbern wie Haushaltsservices will sie sich nicht nähern. In Mülheim und Umgebung sieht sie für ihren Betrieb noch Potenzial. Dann könnte Fraugemacht eine Franchise-Marke werden. „In Städten mit einer ähnlichen Bevölkerungsstruktur wie in Mülheim funktioniert das.“ ◀

#### Kontakt:

Olivia Lindisch  
Fraugemacht  
Heimwerkerhilfe  
Mülheim an der Ruhr  
[www.fraugemacht.de](http://www.fraugemacht.de)





# Andrea Schlack

## Glücksbringer

Kindermoden und Accessoires



### **Kindheit in Blumen und Schleifen**

Jedes Stück ist handgemacht. Aus bunten Stoffen entwirft und schneidert Andrea Schlack individuelle Kinderkleidung. „Glücksbringer“ heißt ihr Geschäft, das sie 2010 in Bielefeld eröffnete.



Als Stofflager und Atelier zu Hause aus allen Nähten platzten, zog Andrea Schlack um. Jetzt hat sie nicht nur mehr Platz fürs Entwerfen und Produzieren, sie kann im eigenen Laden auch ihre Kollektionen präsentieren.

**„Wenn Sie sagen, dass Sie Ihr Atelier zu Hause haben, ist das eine echte Hürde für Kunden. Die Kundenbindung ist mit einem Ladenlokal viel leichter.“**

ANDREA SCHLACK, Bielefeld

**„Das ist ein Stück Kindheit“**, sagt Andrea Schlack über ihre Leidenschaft für schöne Kinderkleider. Dass daraus mal ein Unternehmen würde, hätte sie noch vor Jahren nicht geglaubt. 2008 hatte sie mit ihrem Atelier einen beruflichen Neuanfang gewagt, schon ein Jahr später wurde daraus ein eigener Laden für Kindermoden und Accessoires.

Das Entwerfen und Nähen von Kinderkleidung begleitet die Bielefelderin schon lange. Aber Entscheidungen brauchen manchmal viel Zeit – und Erfahrungen. Mit 17 hatte Andrea Schlack schon Schneiderin werden wollen. Und lernte doch Krankenschwester, das schien vernünftiger. 30 Jahre ist das her. Genäht hat Andrea Schlack in dieser Zeit immer, hat ein Gespür für einen eigenen Stil entwickelt, sich entschieden, nur mit hochwertigen Stoffen zu arbeiten, und sich als Designerin von Kleidern für Sammler-Puppen in der Szene einen Namen gemacht. Daraus ein Unternehmen werden zu lassen, war ein Gedanke, den sie zwar attraktiv fand, aber beim Blick auf das finanzielle Risiko schnell wieder beiseiteschob.

Dass sie sich Ende 2008 dann doch selbstständig machte, hat seinen Grund auch darin, dass sie an ihrem alten Beruf krank geworden war. Zuletzt war die Krankenschwester als Pflegekoordinatorin angestellt, zuständig für die Qualität der Pflege in einem Altenheim. Die Erschöpfung hatte sie aber schon in den Jahren zuvor gepackt. Jahrelang hatte

Andrea Schlack in der ambulanten Beatmungspflege gearbeitet, in den letzten drei Jahren ausschließlich mit Kindern. „Das ist mir sehr nahe gegangen“, sagt sie. „Das hätte ich lassen sollen.“ Als sie im Januar 2008 von ihrem damaligen Arbeitgeber die Kündigung bekam, erlebte sie das „nicht mehr so schrecklich, ich hätte es sonst selbst getan“.

Auf die Idee, das in all den Jahren auf professionellem Niveau betriebene Hobby zum Unternehmen zu machen, brachte sie die Arbeitsagentur. Die Investitionskosten hielten sich in Grenzen. Die technische Ausstattung und das Stofflager waren bereits vorhanden, der Start begann schrittweise in den privaten Räumen – bis diese vor lauter Stoffen und Kleidern aus allen Nähten platzten. „Das machte keinen Spaß mehr“, sagt Andrea Schlack, „ich brauchte eine neue räumliche Lösung.“ Und da machte es Sinn, nicht nur für die Produktion umzuziehen, sondern mit einem Laden direkt Ausstellungsräume zu haben.

Bislang hatte Andrea Schlack überwiegend auf Märkten und als Partnerin in anderen Geschäften verkauft. Sobald Kunden aber andere Größen oder Stoffe wünschten, wurde es schwierig. „Wenn Sie sagen, dass Sie Ihr Atelier zu Hause haben, ist das eine echte Hürde für Kunden“, so die Erfahrung der Designerin. „Die Kundenbindung ist mit einem Ladenlokal viel leichter.“ In dem 55 Quadratmeter großen Verkaufsraum, der in zartem Grün und Weiß hell und freundlich

daherkommt, füllen sich die Regale.

Die ersten zwei Jahre in der Selbstständigkeit waren anstrengend. Um den finanziellen Druck zu mindern, arbeitet Andrea Schlack nach dem Ende des Gründungszuschusses vier Nächte im Monat für einen Pflegedienst. Pflegekräfte werden gesucht, sie könnte leicht mehr Stunden arbeiten, will diese aber bewusst begrenzen. „Ich brauche Energie, um mein Geschäft zu entwickeln.“ Sie pflegt einen engen Kontakt zur Werbegemeinschaft Senne, ist mit ihren Produkten auf Festen und Märkten präsent und baut die Homepage aus, um auch dort ihre individuelle Kindermode zu präsentieren.

Sie kann sich Kooperationen mit anderen Manufakturen vorstellen und will Partnerinnen gewinnen, die sich an der Ladenfläche und den Öffnungszeiten beteiligen. Neue Produktideen hat sie auch. Mode für Kinder im Rollstuhl oder für Frühchen will sie ins Sortiment aufnehmen. Und so gelingt er doch, der Bogen von der alten in die neue Berufstätigkeit. **«**

#### **Kontakt:**

Andrea Schlack  
Glücksbringer  
Kindermoden und Accessoires  
Bielefeld  
[www.andrea-schlack.de](http://www.andrea-schlack.de)



# Christiane Olthoff

## Pflegepraxis Lichtbrücke



### Den letzten Weg besser gehen

„Sie sind mir bis zum letzten Augenblick ihres Lebens wichtig, und wir werden alles tun, damit sie nicht nur in Frieden sterben, sondern auch bis zuletzt leben können.“

**Mit diesem Zitat** von Cicely Saunders begann die Selbstständigkeit von Christiane Olthoff. Sie hatte es ihrem Geschäftsplan vorangestellt. Bis zuletzt leben und sich gelöst verabschieden können – das ist das Anliegen der Pflegepraxis Lichtbrücke, die sie 2005 in Gescher im Kreis Borken gegründet hat.

Die ambulante Pflege von Schwerkranken und Sterbenden und die Begleitung und Beratung der Ange-

hörigen bilden den Schwerpunkt der Praxis. Mit der Spezialisierung auf die Palliativpflege unterscheidet sie sich deutlich von anderen ambulanten Pflegediensten. Die Lichtbrücke pflegt Menschen, die an einer unheilbaren Erkrankung leiden. „Die Patienten wissen, dass ihnen Therapien nicht mehr helfen können“, sagt Christiane Olthoff. Das Ziel der Palliativpflege ist es, „die bestmögliche Lebensqualität zu erreichen und die Lebensfreude zu

erhalten. Das setzt voraus, Symptome und Schmerzen mit einer verbesserten Schmerztherapie zu lindern.“

Eine Praxis aufzubauen, die sterbende Menschen begleitet, ist unternehmerisch betrachtet kein leichter Weg. Um als ambulanter Pflegedienst anerkannt zu werden, musste Christiane Olthoff bereits mit der Gründung vier Vollzeitkräfte einstellen.



Die ambulante Pflege schwerstkranker Menschen ist eine 24-Stunden-Aufgabe. „Bei uns ist nichts planbar“, sagt Christiane Olthoff. „Das müssen meine Mitarbeiterinnen wissen.“

„Wenn ein Mensch stirbt, sind viele Dinge zu regeln. Wie soll mein Sterben aussehen? Wie will ich bestattet werden? Wer soll für mich entscheiden?“

CHRISTIANE OLTHOFF, Gescher

Für die Anerkennung als Palliativpraxis, die abrechnungstechnisch mit anderen Pflegesätzen arbeitet, brauchen diese zudem eine Palliativausbildung. Die Praxis muss ein Netz von 15 Ehrenamtlichen nachweisen und die Zusammenarbeit mit ärztlichen Palliativpraxen. „Ich habe zweieinhalb Jahre gebraucht, bis ich ein gutes Team hatte“, sagt Christiane Olthoff, die heute zehn feste Kräfte beschäftigt.

„Wer hier arbeitet, muss wissen, dass nichts planbar ist, dass wir 24 Stunden für die Patienten da sind und dass wir immer wieder Abschied nehmen.“ Zehn bis 30 Tage bleiben für die sogenannte finale Pflege. In dieser Phase versorgen die Pflegekräfte nicht nur die Kranken, sondern entlasten auch die Angehörigen. „Wenn ein Mensch stirbt, sind viele Dinge zu regeln. Wie soll mein Sterben aussehen? Wie will ich bestattet werden? Wer soll für mich entscheiden?“ Die Gespräche sind ein wichtiger Teil der Arbeit – nur in einem starken Team und mit einer guten Ausbildung zu bewältigen.

Christiane Olthoff ist gelernte Krankenschwester. Zwölf Jahre, nachdem sie der Kinder wegen aus ihrem ersten Beruf ausgestiegen war, hatte sie die Ausbildung gemacht. Schon damals mit dem Ziel, onkologischen Patienten zu helfen.

Als ihr zehnjähriger Sohn 1991 an Krebs erkrankte, fühlte sie sich als Mutter im Klinikum nicht ernst genommen. Die Ausbildung war ihre „Rebellion“. Zwei Jahre nach dem Abschluss übernahm sie die stellvertretende Leitung einer onkologischen Station, machte eine Weiterbildung im Sozialmanagement, studierte Pflegemanagement und absolvierte eine Fortbildung „Palliativ Care“.

Als Stationsleiterin baut sie in einem Krankenhaus ein Palliativzimmer und eine Arbeitsgruppe für Palliative Pflege auf. Im Klinikalltag erlebt sie aber, dass Sterbende durch den zunehmenden Stress abgeschoben werden, dass in der täglichen Hektik für Gespräche keine Zeit ist und die Erwartungen der Angehörigen immer wieder enttäuscht werden. Sie plant ihre eigene Praxis und bleibt auch bei ihrem Ziel, als die Kollegin, mit der sie ursprünglich im Team starten wollte, wieder abspringt. „Ihr ging es zu schnell.“ Nach der Gründung braucht sie nochmals viel Kraft und Geduld. „Der Schwerpunkt Sterbebegleitung machte es anfangs sehr schwer, Patienten zu gewinnen“, sagt sie. „Man muss Missverständnisse ausräumen und dieses Bild vom ‚Sterbeengel‘.“ Die Phasen, in denen es finanziell richtig eng war, sind vorbei, im Herbst 2010 ist die Praxis in größere Räume umgezogen.

Nur Organisatorin ihres Unternehmens möchte sie aber nicht werden, auch wenn sie alle Töpfe kennt, die sie für ihre Patienten und deren Familien „anzapfen“ kann. „Heute kann ich die Pflege so umsetzen, wie ich das will“, sagt sie „ohne meine Patienten könnte ich nicht mehr.“ <<

#### Kontakt:

Christiane Olthoff  
Pflegepraxis Lichtbrücke  
Gescher  
[www.pflegepraxis-lichtbruecke.de](http://www.pflegepraxis-lichtbruecke.de)



## Gründen ist wie Heiraten

Lioba Heinzler, Beratungsunternehmen Relation-Ship

### Frau Heinzler, was ist Mut?

LIOBA HEINZLER: Mut ist für mich, nach grundsätzlichem Abwägen den nötigen Schritt zu tun, manchmal auch zu springen. Als ich mich entschied, eine sichere unbefristete Stelle zu kündigen und in die Selbstständigkeit zu gehen, da hatte ich schlaflose Nächte. Sich selbstständig zu machen halte ich durchaus der Entscheidung zu heiraten oder Kinder zu bekommen verwandt. Das kann man nur mit einer gewissen Blauäugigkeit tun.

### Sie wussten nicht, wie es sein würde, selbstständig zu sein.

Ich hatte eine theoretische Vorstellung, aber war zum Beispiel nicht darauf gefasst, dass ich keine Kollegen mehr haben würde. Als Selbstständige ist man zunächst mit sich und seinen Gedanken allein, es dauert eine Weile, bis sich neue Kollegen einstellen. Es bleibt aber in der Selbstständigkeit immer ein Teil, in dem man einsamer ist. Bis ich in einer neuen Lebenssituation Menschen begegne, die meine Not kennen, vergeht eine ganze Zeit.

### Frauen reden nicht gerne über ihre Einsamkeit.

Vielleicht können Männer sich ihre Einsamkeit eher eingestehen. Frauen sind kommunikativer, darum leiden sie mehr unter einer solchen Situation. Vielleicht ist das auch ein Grund dafür, dass Frauen eher kleinere Unternehmen gründen und vorsichtiger expandieren. Weil sie eben nicht so gerne Gesicht und Profil zeigen ...

### ... und intuitiv den einsamen Status vermeiden?

Kann sein. Für Männer stellt das keine Verunsicherung dar. Sie stehen gerne oben auf dem Treppchen und zeigen, was sie geschafft haben. Frauen denken in Kooperationen. Mein Bruder hat sich kurz nach mir selbstständig gemacht. Er reagierte auf meine Aktivitäten in Netzwerken, wo ich herausfinden wollte, wie es die anderen machen, mit der verständnislosen Frage: Was machst du da? Du musst Geld verdienen!

### Das heißt, das kooperative Netzwerken hat durchaus Nachteile?

So würde ich es nicht sagen. Das Kooperative hat eine Schattenseite: Frauen tun sich schwer damit, ihr Profil zu zeigen und aus der Masse herauszutreten.

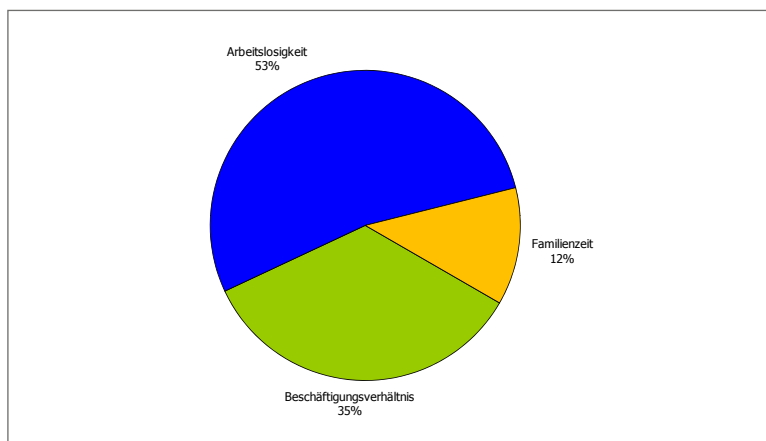
### Was heißt das, wenn sie Unternehmerinnen werden?

Frauen haben mit kooperativen Fähigkeiten in Leitungspositionen einen Vorteil, weil sie die Stärken einzelner besser einbinden und weil sie Erfolge als Teamleistung anerkennen können. Um als Frontfrau bestehen zu können, müssen sie allerdings einfallreicher werden und lernen, wie sie sich ins Spiel einbringen können.

### Sollen sie so agieren wie die Männer?

Wenn Frauen sich wie Männer zu verhalten versuchen, wenn sie mit Männern kämpfen und sich mit ihnen messen wollen, dann werden sie verlieren. Das ist wie früher auf dem Bolzplatz, wo die Jungen kämpften und die Mädchen am Rand standen und die Beziehungen analysierten. Wir sind tatsächlich besser darin, Beziehungen zu analysieren, das ist uns nur vielfach nicht bewusst. Wir müssen verstehen, wie Männer das machen und wie wir das machen. Es gibt, wie es eine Kollegin von mir einmal gesagt hat, einen Wettbewerbsvorteil Frau. Mit dem Anderssein können wir wuchern.

**Lioba Heinzler ist U-Brief-Patin in der Region Rhein-Wupper.**



### Die Situation in den Jahren vor der Gründung

Es gibt kaum Studien, die die Lebens- und Berufssituation der Frauen vor der Gründung systematisch erfragen. Aktuelle quantitative Aussagen liegen bundesweit nicht vor. Beim Unternehmerinnenbrief wurde in bislang zwei Evaluationen der Status vor der Gründung erhoben. Verglichen mit anderen Studien zeigen diese Werte durchaus eine Tendenz: Selbstständigkeit ist eine Alternative zur abhängigen Erwerbstätigkeit, ein beruflicher Wiedereinstieg oder auch der Weg aus der Arbeitslosigkeit. Nur sehr selten kommen die Gründerinnen direkt aus der Ausbildung oder einem Studium. Frauen gründen mit Erfahrung.

Aus: Evaluation Unternehmerinnenbrief NRW 2007  
Quelle: METIS Kommunikation & Analyse GbR, Münster



# Der kleine Anfang ... und seine Folgen

## In Teilzeit starten und schrittweise wachsen

Neben einer angestellten Tätigkeit oder in der Familienzeit zu gründen sorgt für einen schrittweisen Einstieg in die neue Rolle. Gründung in Teilzeit klingt aber kleiner, als es ist. Wird eine Teilzeit-Gründung unternehmerisch geplant, kann sie wachsen und dann ist bald der Punkt da, über einen Wechsel ins „Voll-Unternehmerintum“ zu entscheiden.





# Mechthild Schroeter-Rupieper La Via

Institut für Familientrauerbegleitung



## „Du gehst nicht unter“

Erfahren, wie man Abschied nehmen kann. Lernen, dass auch Eltern weinen dürfen, dass Kinder anders trauern als Erwachsene, dass Männer und Frauen ganz unterschiedlich mit dem Verlust eines Kindes umgehen. Das alles vermittelt Mechthild Schroeter-Rupieper in ihrer Arbeit. La Via heißt ihr Institut für Familientrauerbegleitung in Gelsenkirchen.

**Ein Vater ruft an.** Seine Frau hat sich erschossen und er weiß nicht, wie er das den Kindern sagen soll. Eltern, deren Kind gestorben ist, melden sich, „weil man im Krankenhaus gesagt hat, dass Sie uns helfen können“. Eine Mutter ruft an. Ihr Mann stirbt und ihre Kinder verlieren nach den leiblichen Eltern jetzt auch den Adoptivvater. „Der Tod ist immer traurig“,

sagt Mechthild Schroeter-Rupieper. „Aber an der Stelle muss man helfend einwirken. Wer trauert, kann vielleicht reden, kann weinen, kann sich fragen: Was kann ich tun?“

Mechthild Schroeter-Rupieper ist Trauerbegleiterin. Sie hilft Familien und Kindern, den Tod eines nahen Menschen zu verarbeiten und Formen des Abschieds zu finden. Sie vermit-

telt in Seminaren und Weiterbildungen für Erzieherinnen, Fachkräfte, Pflegende, Seelsorger oder Lehrkräfte Wege des Umgangs mit dem Tod, des Gesprächs mit Trauernden, Rituale zum Abschiednehmen und natürlich auch Wissen über Trauer, Sterben und Tod. Dass Mechthild Schroeter-Rupieper den Blick in ihrer Arbeit vor allem auf die Kinder richtet, hat mit





Steine können beim Erinnern und beim Reden helfen. In Mechthild Schroeter-Rupiepers Institut ist Platz für viele Gefühle.

„Wer trauert, kann vielleicht reden,  
kann weinen, kann sich fragen:  
Was kann ich tun?“

MECHTHILD SCHROETER-RUPIEPER, Gelsenkirchen

ihrem beruflichen Hintergrund zu tun. Bis 1992 leitete die ausgebildete Erzieherin einen Kindergarten. Nach der Geburt ihrer drei Kinder gab sie die Stelle auf und begann gleichzeitig, Seminare für Erzieherinnen anzubieten. Über religiöse Fragen begegnete ihr das Thema Tod und sie entdeckte: „Das tut mir gut.“ Sie machte eine Weiterbildung Palliativ Care, eine Fortbildung zur Trauerbegleiterin und konzentrierte sich in ihrem Seminarangebot – soweit es mit der Familienarbeit vereinbar war – zunehmend auf Fragen rund um Tod und Trauer.

Als sie sich 2006 zur Gründung eines Unternehmens entschließt, bleibt sie in den ersten Jahren noch mit einigen Stunden angestellt. Sie macht Nachtdienste, arbeitet im Hospiz und stellt irgendwann fest, dass die Kraft für beide Aufgaben nicht reicht. 2009 entscheidet sie sich ganz für das Unternehmen, jetzt mit der Sicherheit: „Es gibt auf dem deutschsprachigen Markt nichts Vergleichbares.“ Ihre Erfahrungen aus der jahrelangen Arbeit mit Kinder-, Jugend- und Elterntrauergruppen, eigene Fortbildungskonzepte für die Trauerbegleitung von Familien oder behinderten Menschen oder die Zusammenarbeit mit Hospizen und der Polizei sind in Seminaren und

Vorträgen von unschätzbarem Wert. Die wachsenden Anfragen aus dem In- und Ausland bestätigen genau das.

Dabei war auch der unternehmerische Weg nicht ganz frei von Hürden. Mit dem ursprünglichen Namen „Lacrima Trauerbegleitung“ bekam sie nach dem ersten Jahr markenrechtliche Probleme mit einem großen Anbieter, konnte keine einvernehmliche Lösung erreichen und musste einen neuen Namen finden. Auch im Kontakt mit den Kunden in die unternehmerische Rolle zu finden, war ein Prozess. „Mir drehte sich der Magen um, wenn ich einen Preis nennen sollte“, lacht sie heute. Ihre Unternehmensberaterin und auch ihre U-Brief-Patin, die ehemalige Unternehmerin Ursula Wichmann, bestärkten sie in einem sachlichen Verhältnis zu Leistung und Geld. Damit auch bedürftige Menschen sich eine Trauerbegleitung leisten können, initiierte Letztere in Gelsenkirchen den Förderverein Trauerbegleitung e. V.

Mechthild Schroeter-Rupieper hat ein Buch über Trauer in Familien geschrieben, sie arbeitet zurzeit an einem immerwährenden Kalender zum Thema, sie schreibt einen Trauerblog und hat ein interkulturelles Kinderbuch in der Schublade. Sie ist eine gefragte Expertin und verhilft dem Thema Trauer immer mehr aus der Tabuzone. Ihr neuestes Projekt heißt „Vorbilder“. Sie lädt prominente Menschen in ihre Trauergruppen ein, lässt sie den Kindern und Jugendlichen zuhören und bittet sie, von ihren Erfahrungen mit Tod, Trauer oder Niederlagen zu erzählen. „Für die Kinder macht das ganz viel aus“, sagt sie. „Sie erleben: Du gehst nicht unter!“ ‹‹

#### Kontakt:

Mechthild Schroeter-Rupieper  
La Via. Institut für  
Familientrauerbegleitung  
Gelsenkirchen  
[www.familientrauerbegleitung.de](http://www.familientrauerbegleitung.de)





## Rabea Ali hundewandern.de



### **Wandern auf vier Pfoten**

Dass Menschen und Hunde voneinander lernen, ist Hundebesitzern nichts Neues. Dass sie das auch auf Reisen tun können, auf Wanderungen gemeinsam mit anderen Hunden und ihren menschlichen Begleitern, ist eine Marktlücke. Rabea Ali nutzt sie.



„Willy ist genauso hibbelig wie ich. Seit wir selbstständig sind, haben wir gelernt, auch in schwierigen Situationen ruhig zu bleiben.“

„Die Presseresonanz auf hundewandern.de kann sich sehen lassen: Berichte bei stern TV und Spiegel TV, Gedrucktes in der Für Sie und der Brigitte sorgen für bundesweite Resonanz.“

RABEA ALI, Lemgo

### Willy ist ein Jack Russell Terrier.

„Der ist genauso hibbelig wie ich“, sagt Rabea Ali über ihren Hund und lacht. „Seit wir selbstständig sind, haben wir gelernt, auch in schwierigen Situationen ruhig zu bleiben.“ hundewandern.de heißt ihr Unternehmen, mit dem sie seit 2005 eine Nische auf dem Touristikmarkt erfolgreich bedient. Zweieinhalb Jahre in der nebenberuflichen Selbstständigkeit hatte sich Rabea Ali gegeben, um die Tragfähigkeit ihrer Idee am Markt zu testen. Die Resonanz auf das Reiseangebot von hundewandern.de war ausnahmslos positiv. Und zwar so stark, dass die diplomierte Touristikmanagerin sich 2007 dazu entschloss, ihre feste Stelle bei einem Reiseveranstalter für Studien- und Gruppenreisen an den Nagel zu hängen und auf Wanderungen mit dem Hund zu setzen. Sie bündelte Hundeverstand und touristisches Wissen, suchte Hotels, in denen Gruppen mit bis zu 20 Hunden gern gesehene Gäste sind und entwickelte Reiserouten für Zwei- und Vierbeiner im In- und Ausland.

2008 erschien der erste gedruckte Katalog mit Tageswanderungen im Teutoburger Wald, Schnitzeljagden, Extertal-Wanderungen im Rudel, Kanutouren im Elsass oder Wanderungen auf Elba oder im Riesengebirge. Mehr als 150 unterschiedliche Touren bietet hundewandern.de jährlich an. Begleitet werden die Gruppen jeweils

von erfahrenen Wanderführern und Hundekennerinnen, zwölf freie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen arbeiten im hundewandern-Team.

Wer eine Nische erfolgreich bedient, muss mit Nachahmern rechnen. Auch Rabea Ali hat das erlebt und war geschockt, als sie ihre Touren und sogar ihre Texte in Katalogen von Mitbewerbern entdeckte, die außerdem versuchten, ihre Wanderführer abzuwerben. „Im ersten Jahr war das schlimm“, erinnert sie sich. Die Unternehmerin reagierte mit juristischen Schritten und ist sicher, dass sich ihre Professionalität durchsetzt. Mit ihrem Buch, dem Ratgeber „Wandern mit dem Hund“, hat sie ein wichtiges Marketing-Instrument in der Hand. Die Presseresonanz auf hundewandern.de kann sich ebenfalls sehen lassen: Berichte bei stern TV und Spiegel TV, Gedrucktes in der Für Sie und der Brigitte sorgen für bundesweite Resonanz. Rabea Ali nutzt Hundemessen und -ausstellungen, um ihr Angebot zu bewerben. „Da ist meine Zielgruppe.“ Sie hat eine Kooperation mit einem Hundefutter-Hersteller und eine exklusive Partnerschaft mit einem Versicherer vereinbart.

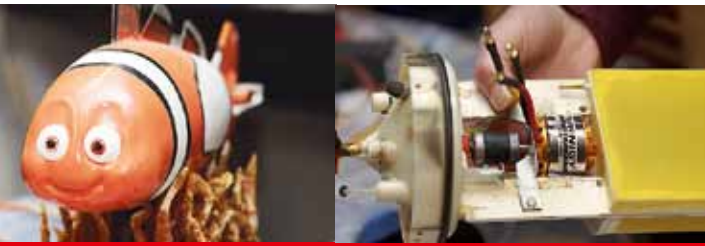
Und doch: Trotz ausgebuchter Reisen, einer großen Stammkundschaft und einer wachsenden Gästezahl hatte die Gründerin nach dem ersten Jahr das Gefühl: „Ich reiße mir den Hintern auf und es bleibt so wenig

hängen.“ In Zusammenarbeit mit ihrer Patin, der Marketingexpertin Annette Menzel, und mit einem Berater vom Senior Experten Service bringt sie Systematik ins Geschäft. „Ich hatte immer viel aus dem Bauch heraus gemacht.“ Jetzt gibt es „Renner- und Penner-Listen“, vernünftige Vor- und Nachkalkulationen und auch im Büro eine neue Struktur. Mit einer Mitarbeiterin für die Verwaltung und einem professionellen Reservierungssystem ist mehr Ordnung und Ruhe eingekehrt. „Jetzt läuft der Laden weiter, auch wenn ich mal krank oder im Urlaub bin“, sagt Rabea Ali. Nach fünf Jahren hat sie sich zum ersten Mal eine Auszeit gegönnt – mit Willy und Lilly wandernd auf Elba.

Denn Willy hat seit dem Sommer 2010 eine Juniorpartnerin, Lilly lag eines Tages mit sechs anderen Welpen in einem Karton vor Rabea Alis Tür. Längst gehört die kleine Jack-Russell-Hündin zum Unternehmen. Sie weiß, wie man ein Rucksäckchen trägt. „Und sie hat auch schon eine Schwimmweste getragen“, ergänzt Rabea Ali lachend. ☞

### Kontakt:

Rabea Ali  
hundewandern.de  
Lemgo  
www.hundewandern.de



# Monika Feldmann-Kromer

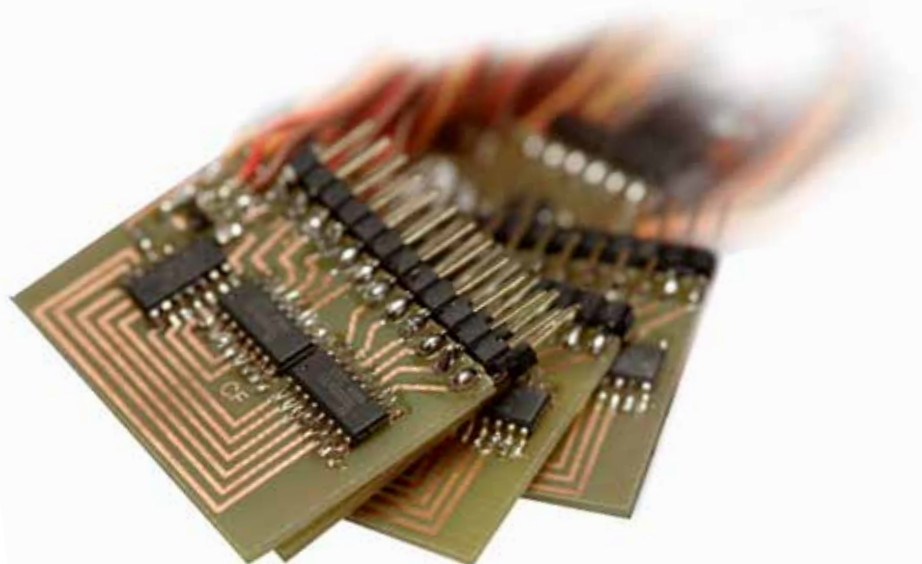
## MoMo Sauerland

Modellbauelektronik



### **Damit das U-Boot geradeaus fährt**

In der Szene kennt sie jeder. Monika Feldmann-Kromer ist die, die U-Boote zum Tauchen bringt. Die dafür sorgt, dass sie auch unter Wasser gerade aus fahren, und die Spielzeugbagger elektronisch so ausrüstet, dass sie eine ganze Kiste Sand leer schaufeln.







„Mein Unternehmen läuft, ich etabliere mich. Das ist eine gute Basis für Wachstum in der Zukunft.“

MONIKA FELDMANN-KROMER, Meschede

Dass ein U-Boot sich unter Wasser steuern lässt, ist eine komplizierte technische Sache. Die Modelle, die Monika Feldmann-Kromer programmiert, gehen wie echte U-Boote auf Tauchstation.

**Monika Feldmann-Kromer ist Expertin** für Modellbauelektronik. Sie programmiert Spezialsteuerungen „für alles, was sich mit einer Fernsteuerung bewegen lässt“.

MoMo Sauerland hat sie ihre Firma genannt – Monis Modellbau. Dass sie ausgerechnet bei U-Booten landete und auch dort ihren Schwerpunkt hat, war eher Zufall. Aus Spaß hatte die gelernte Technische Zeichnerin vor Jahren ihr erstes Modell-U-Boot gebaut und schnell festgestellt, dass sie mit dem Grundbausatz an Grenzen stieß. Damit das Fahrzeug geradeaus fahren kann, programmierte sie einen Lageregler, damit es vernünftig auf Tauchstation geht, eine Ballast-Tanksteuerung – wie im echten U-Boot eben. Auf Modellbaumessen präsentierte sie ihre Erfindungen und fand schnell eine wachsende Zahl an Interessenten. Inzwischen hat Monika Kromer 40 Spezialsteuerungen für unterschiedliche Modelle programmiert, 33 davon sind in Deutschland einmalig.

Bereits in der Ausbildung zur Technischen Zeichnerin hatte Monika Feldmann-Kromer ihre Leidenschaft für das Programmieren und Löten entdeckt. Sie arbeitete im Apparate- und Behälterbau, später in einer Firma, die Anbaugeräte für Gabelstapler entwickelte. Dann kamen die Kinder und sie machte eine berufliche Pause. In ihren alten Beruf konnte sie nach zehn Jahren Pause nicht mehr zurück und suchte eine neue Heraus-

forderung. Mit den Erfahrungen und Kontakten, den Kunden und den Produktideen, die sie in der heimischen Werkstatt gesammelt hatte, lohnt es sich, unternehmerisch weiterzumachen.

Monika Feldmann-Kromer vermarktet ihre Produkte vor allem über einen eigenen Online-Shop und auf Messen, beworben und empfohlen werden sie auch online, in den Foren der Bastler und Modellbau-Liebhaber. Zwei kleinere Modellbaufirmen aus Deutschland und eine in Frankreich hat sie als Vertriebspartner im Boot. Über den Kontakt auf einer Modellbaumesse arbeitet sie nun als externe Entwicklerin für Europas größtes Modellbauunternehmen für Modell-U-Boote. „Schon länger hatten die nach einer Lösung für eine U-Boot-Steuerung mit X-Rudern gesucht“, erzählt sie, „und niemanden gefunden, der das liefern kann.“

Weil immer mehr Kunden Spezialsteuerungen anfragen, hat Monika Feldmann-Kromer 2010 entschieden, die Platinenherstellung auszulagern. Bis dahin hatte sie vom Schreiben des Programms über das Löten der Mikrochips und den Bau der Steuerung alles aus einer Hand angeboten. „Jetzt entwickle ich den Prototypen, die Platinen kommen dann fertig zu mir.“

Die Möglichkeiten, weitere Absatzmärkte für die Steuerungen zu finden, sind „im Prinzip unendlich“, so Monika Feldmann-Kromer: „Die Steuerungen können vielfältig eingesetzt werden“, sagt sie und erläutert für technisch weniger Versierte: „Das ist eine Frage des Signals und der Reaktion. Das Programm auf dem Mikrochip kann unterschiedlichste Eingangssignale auswerten, z. B. ein Funksignal, einen Drucksensor, einen Temperaturfühler oder einen Lagesensor. Durch die Steuerung können komplexe Vorgänge und Abläufe durchgeführt werden. Motoren und Relais können angesteuert werden oder Lampen in unterschiedlicher Weise blinken.“

Größere Stückzahlen könnte sie also erreichen, wenn es ihr gelänge, die Steuerungen über die Modellbauszene hinaus zu vermarkten. Und doch setzt Monika Feldmann-Kromer auf kontrolliertes Wachstum. „So wie es jetzt ist, füllt es mich total aus“, sagt sie. Noch will sie mehr Zeit für ihre 8 und 11 Jahre alten Kinder haben und bleibt ganz bewusst Teilzeit-Unternehmerin. „Mein Unternehmen läuft, ich etabliere mich“, sagt sie. „Das ist eine gute Basis für Wachstum in der Zukunft.“

#### Kontakt:

Monika Feldmann-Kromer  
MoMo Sauerland  
Meschede  
[www.momo-sauerland.de](http://www.momo-sauerland.de)

## Teilzeit-Gründerinnen brauchen Zeit

Birgitt Torbrügge,  
Unternehmensberaterin

### Sind Teilzeit-Gründungen eigentlich typische Frauengründungen?

BIRGIT TORBRÜGGE: Nicht unbedingt. Je schwieriger die Arbeitsmarktlage ist, desto mehr wählen auch Männer die Selbstständigkeit als zweites Standbein oder als berufliche Alternative. Aber die Motivation der Frauen speist sich aus etwas anderen Kanälen.

### Aus welchen?

Es gibt vor allem im ländlichen Bereich keine qualifizierten Arbeitsplätze in Teilzeit. Da ist die Selbstständigkeit eine attraktive Alternative, um Beruf und Familie zu vereinbaren. Eine andere Motivation hat damit zu tun, dass Frauen sehr weiterbildungsfreudig sind. Eigene Weiterbildungen in einem zunächst qualifikationsfremden Bereich, wie dem Gesundheits- oder Coachingbereich, nehmen sie dann zum Anlass für eine zunächst kleine Selbstständigkeit.

### Klein, weil das Sicherheitsbedürfnis groß ist?

Nicht unbedingt. Aber das Geschäft bleibt klein, wenn die Frauen ein großes Sicherheitsbedürfnis haben. Beruflicher Ehrgeiz ist das entscheidende tragfähige Motiv, um die Ausdauer aufzubringen, die auch für den Aufbau eines kleinen Unternehmens gebraucht wird.

### Wo steckt die Gefahr einer Teilzeit-Gründung?

Es gibt keine speziellen Gefahren. Aber den Erfolg könnte gefährden, dass die Frau einfach zu viele Bausteilen hat, sich um Familie, Hobbys und vielleicht noch eine Festanstellung kümmert. Was dann am wenigsten schreit, ist die kleine Firma und die wird dann leider zu schnell wieder eingestampft. Was leider oft passiert: Je kleiner das Unternehmen, umso kleiner kalkulieren die Frauen ihre Preise. Obwohl das Unternehmen ebenso teuer ist: der Computer, der Flyer-Druck, die Homepage kosten genauso viel.

### Wann ist die Teilzeit eine gute Alternative?

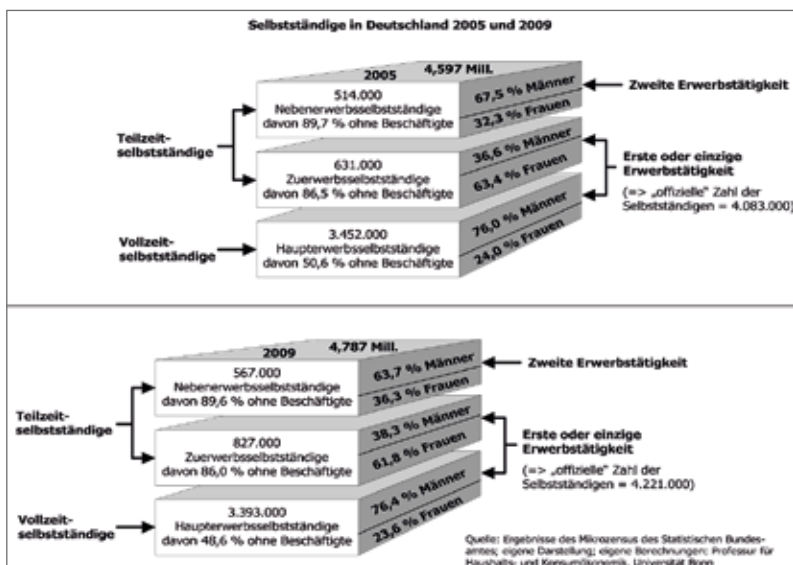
Wenn wenig Geld und viel Zeit vorhanden ist. Um sich zum Beispiel im Gesundheitsbereich schnell zu etablieren, muss man viel in Marketing investieren. Bei einer kleinen Gründung kann ich schon mit 2.000 bis 5.000 Euro starten, aber dann stellt sich der Erfolg auch langsamer ein. Teilzeit-Gründerinnen sind manchmal ungeduldig, dabei brauchen sie einen längeren Atem.

### Und wenn die Unternehmerin bewusst nicht wachsen will?

Es gibt nichts Schwierigeres, als eine kleine Firma größer zu kriegen, ebenso schwer ist es, eine kleine Firma künstlich klein zu halten – ohne langfristigen Verlust. Wenn die Unternehmerin das Wachstum bewusst kontrolliert, muss sie damit rechnen, dass andere schneller sind und auch ihren Markt besetzen.

**Birgitt Torbrügge ist U-Brief-Patin im Kreis Unna.**

## Selbstständigkeit im Haupt-, Neben- und Zuerwerb



Aus: Selbstständige in Deutschland 2005 – 2009. Der Selbstständigen-Monitor mit dem vollständigen Datensatz des Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes, hg. v. Institut für Konsum- und Haushaltsökonomik der Universität Bonn 2010

„Im Gründungsgeschehen zeigen die Gründungen im Zuerwerb der Haushalts- und Familienfrauen die größte Dynamik. Die Selbstständigkeit hat für diese Frauen eine große Bedeutung: Sie erhalten neben der Familienarbeit ihr Humanvermögen und den Kontakt zur Arbeitswelt, sie erwirtschaften ein Zusatzeinkommen, ihr Unternehmen kann wachsen, wenn die Kinder älter werden. Die Selbstständigkeit ist eng mit dem Haushalts- und dem Familienkontext verzahnt. Diese Gründungen zeigen uns, dass wir unser Bild von der unternehmerischen Selbstständigkeit verändern und auch die Beratungs- und Finanzierungsinfrastruktur neudenken müssen.“

PROF. DR. MICHAEL-BURKHARD PIORKOWSKY,  
Institut für Konsum- und Haushaltsökonomik,  
Universität Bonn

# Nischen mit Potenzial oder: Unternehmerinnen sind Erfinderinnen

Manchmal gibt es für die eigene Idee, den Schatz beruflicher Erfahrungen und persönlicher Talente keinen Arbeitgeber. In der Selbstständigkeit nutzen Frauen die Freiheit, ihre fachliche Kompetenz so zu einem Konzept zu bündeln, dass etwas ganz Neues entsteht. Einen Arbeitgeber hätten sie dafür vermutlich nicht gefunden ...







# Christel Graumann

## Siedepunkt

Kochschule und Kochbuchhandlung



### **Inmitten von Büchern kochen**

Der kleine Laden am östlichen Ortsausgang von Münster ist preisgekrönt. 2009 wurde der Siedepunkt von einem Branchenmagazin zur „Spezialbuchhandlung des Jahres“ gekürt. Im Siedepunkt gibt es gute Bücher und gutes Essen. Hier vereint Christel Graumann seit 2008 Kochschule und Buchladen unter einem Dach.



„Einen Laden aufzubauen braucht Geduld, und ich bin ein sehr ungeduldiger Mensch.“

CHRISTEL GRAUMANN, Münster

Zu Christel Graumanns Buchladen gehört auch eine professionell eingerichtete Küche. Inmitten von Büchern zu kochen, das gibt dem Laden einen besonderen Charme.

**Der kleine Laden** in dem in warmen Farben gestrichenen Altbau ist so, wie Christel Graumann ihn sich vorgestellt und gewünscht hat. Fachwerkbalken grenzen den Eingangs- vom Kassensbereich ab, ein Torbogen gibt den Durchgang zum Essbereich frei. Regale und Schränke mit Glastüren bieten Platz für 4.000 Kochbücher und viele Accessoires rund ums Kochen und Essen. Die Küche ist durch einen halbhohe Tresen von der Buchladenfläche getrennt.

Länderküche oder Themenküche für süße oder mediterrane Spezialitäten, Heimweh-Küche, Sterne-Küche für zu Hause, Pralinenseminare – in Christel Graumanns Kochschule sind den Ideen keine Grenzen gesetzt. Wer hier das Kochen lernt oder seine Fähigkeiten verfeinert, steht nicht in einer Gastroküche, ist nicht umgeben von Restaurant-Atmosphäre, sondern soll sich wie zu Hause fühlen. Darum geht es der Unternehmerin in erster Linie – und das ist das Herzstück ihres Konzepts, dem viele liebevolle Kleinigkeiten den letzten Schliff geben. Stolz ist sie auf das riesige Sortiment an Plätzchen-Ausstechern – vom Eiffelturm über den Totenkopf bis zum VW-Bus.

„Wohnzimmeratmosphäre“ nennt Christel Graumann das, was sie im Siedepunkt bietet. „Das Sinnliche, das Haptische, der Genuss“ stehen im Vordergrund. Die Buchhändlerin und leidenschaftliche Hobby-Köchin führt

ihr Geschäft in einer Zeit, in der der Kochbuchabsatz und -umsatz deutlich steigen und Kochschulen boomten. Mit dem Siedepunkt ist Christel Graumann in erlesener Gesellschaft. Bundesweit weiß sie nur von sieben oder acht weiteren Läden, die mit einem ähnlichen Konzept arbeiten.

Christel Graumann ist gelernte Buchhändlerin. Vor der Gründung war sie 15 Jahre lang als Verlagsvertreterin für namhafte Verlage wie Langenscheidt, dtv oder Mair DuMont unterwegs. „Ich war des Reisens nicht müde“, sagt sie, „ich war gerne unterwegs. Ich war eine überzeugte Mittlerin zwischen Verlagen und Buchhändlern, aber ich wollte etwas Neues anfangen.“ In den 1980er Jahren hatte sie in Münster im Buchhandel gearbeitet, auch nach dem Wegzug hing ihr Herz weiterhin an der Stadt.

Dass der Einzelhandel, zumal in der Buchbranche, ein hartes Geschäft ist, das wusste sie schon vor der Eröffnung des Siedepunkts. „Ohne die Kochschule würde es den Buchladen nicht geben“, ist sie realistisch. Wer bei ihr und ihren freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das Kochen lernt, bleibt dem Laden treu.

„Einen Laden aufzubauen braucht Geduld“, sagt Christel Graumann. „Und ich bin ein sehr ungeduldiger Mensch“, lacht sie. Für eine, die immer reisend gearbeitet hat, waren die vergangenen zwei Jahre zuweilen echte Nervensache. „Das war

eine große Umgewöhnung, zumal es hier keine große Laufkundschaft gibt.“ Dass sie gerne wieder mobiler arbeiten würde und der Liebe wegen weiterziehen will, sind zwei Gründe für neue Perspektiven. Die Buchhändlerin will den Siedepunkt übergeben. „Der Laden entwickelt sich weiterhin gut“, sagt sie. „Ich habe hier eine Struktur aufgebaut, die auch ohne mich funktioniert.“ ◀◀

#### Kontakt:

Christel Graumann  
Siedepunkt  
Münster  
[www.siedepunkt-buch.de](http://www.siedepunkt-buch.de)





# Jasmin Höftmann

## Villa Norr

Skandinavische Lebensart und Design



### **„Im Einzelhandel brauchst du Nerven wie Drahtseile“**

Nordisches Design hat 2007 in der Innenstadt von Lünen Einzug gehalten. Jasmin Höftmann eröffnete hier die Villa Norr. Design, Wohn-Accessoires und Mode mit skandinavischem Flair.





Die vielen kleinen Lädchen in Dänemark hatten Jasmin Höftmann immer Spaß gemacht. Läden, die eine persönliche Atmosphäre haben, in denen es gut riecht und wo es immer Neues zu entdecken gibt.

„Ich stehe hier, um Geld zu verdienen, und nicht, um jemandem einen Gefallen zu tun.“

JASMIN HÖFTMANN, Lünen

„Ein bisschen wie eine sehr voll gestellte Wohnung“, so beschreibt Jasmin Höftmann lachend ihren Laden. In der Villa Norr in Lünen kann man alles kaufen, was man sieht. Und zwar nicht nur kleine Einrichtungs- und Dekorationsartikel, Gläser oder Geschirr, sondern auch Vitrinenschränke, Stühle und Tische.

Jasmin Höftmann ist Dänemark-Fan und das seit vielen Jahren. Die vielen kleinen Lädchen dort haben ihr immer Spaß gemacht, Läden, die eine persönliche Atmosphäre haben, in denen es gut riecht und wo es immer Neues zu entdecken gibt. Das ist auch in der Villa Norr so. „Ich zünde immer Kerzen an und habe frische Blumen im Laden“, sagt die Inhaberin. „Hier riecht es lecker – und das finden die Kunden auch.“ Als die gelernte Industriekauffrau ihren Job verlor, besann sie sich auf den Traum vom eigenen Laden. „Jetzt oder nie“, sagte sich die damals 31-Jährige und fing an zu planen.

50 Quadratmeter groß waren die Räume einer ehemaligen Reinigung, in denen sie startete. „Ich dachte, ich brauche keine 1a-Lage“, sagt sie heute. Drei Jahre lang hatte sie ihren Laden oberhalb der Lippebrücke, etwas abseits der größeren Kundenströme. „Da passierte letztlich zu wenig.“ Ende 2009 zieht sie mit der

Villa Norr 500 Meter weiter in die City und spürt die wachsende Resonanz der Laufkundschaft. Auf ihrer Website baut sie einen Online-Shop auf und vermarktet dort skandinavische Label. Auch das Sortiment hat sich verändert, eine größere Auswahl an Damenmode ergänzt die Wohnaccessoires. „Ich bin mutiger geworden“, sagt sie. „Was nicht läuft, kommt raus.“ Und doch sei das Angebot nach wie vor authentisch. „Ich kaufe nach meinem persönlichen Geschmack ein, ich könnte keine Sachen verkaufen, die mir nicht gefallen.“

Jasmin Höftmann geht eigene Wege – auch beim Einkauf. Zweimal im Jahr gönnt sie sich einen Besuch auf den Messen in Dänemark. „Ich könnte auch in Frankfurt einkaufen“, sagt sie, „aber hier bekommt man deutlich zu spüren, dass man eine kleine Händlerin ist.“ Das sei in Skandinavien anders, dort sei sie eine unter vielen – und spürt auch eine andere Unternehmens-Kultur. Entspannter und liebevoll, so beschreibt sie das dänische Lebensgefühl.

Eine Leichtigkeit, die sie im Alltag des Einzelhandels gut gebrauchen kann. „Du brauchst Nerven wie Drahtseile“, sagt sie. „Jeder Tag ist anders.“ Nicht nur in Verhandlungen mit Lieferanten, sondern auch mit Kunden klarer zu sein, das habe sie in den

ersten Jahren gelernt. „Ich entschuldige mich nicht mehr für meine Preise“, sagt sie. „Ich stehe hier, um Geld zu verdienen, und nicht, um jemandem einen Gefallen zu tun.“ 2009, als sie sich für den Umzug ins Zentrum entschied, hätte sie auch Plan B umsetzen können: die Aufgabe des Ladens und eine Festanstellung. Sie hatte sich beworben, hätte eine Stelle bekommen können und hat doch eine Woche vor dem vereinbarten Termin wieder abgesagt. „Ich konnte an den Laden noch keinen Haken machen“, erzählt sie. „Mit dem neuen Standort habe ich noch einmal neu angefangen und sehe, dass sich der Kundstamm aufbaut und die Leute wieder neugierig werden.“

Und wenn es nicht klappt? „Dann wird mir das auch nicht das Genick brechen. Ich habe immer gearbeitet. Ich habe keine Sorge um meine berufliche Zukunft.“ ☞

#### Kontakt:

Jasmin Höftmann  
Villa Norr  
Lünen  
[www.villa-norr.de](http://www.villa-norr.de)





## Özlem Sözener Interkulturelles Kolleg Bielefeld



### **Mit Liebe lehren und lernen**

„Was wir ernten wollen, müssen wir säen“, sagt Özlem Sözener, „und das ist leicht zu vermitteln.“ Kinder und Jugendliche, die in der Schule Schwierigkeiten haben, weil sie im Lernstoff nicht mitkommen, lernen bei Özlem Sözener, dass sie ihren Leistungsstand verbessern können. 2007 gründete sie das Interkulturelle Kolleg Bielefeld. Hier bietet sie Förder- und Nachhilfeunterricht für Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund an.





In kleinen Gruppen lernen die Kinder in Özlem Sözener's Nachhilfeeinrichtung. Hier fühlen sie sich sicher und anerkannt. Das schafft Vertrauen und Verständnis – in der Schule und bei der Familie.

„Die Arbeit im Kolleg basiert auf einem einfachen Grundsatz: Mit Liebe, Disziplin und Entschlossenheit lehren und lernen.“

ÖZLEM SÖZENER, Bielefeld

Seit 2005 beschäftigt sich Özlem Sözener mit der Idee der Gründung des ersten interkulturellen Nachhilfeeinstituts in Bielefeld, „weil ich die Lücke entdeckt habe“. Denn nicht erst seit den PISA-Studien ist bekannt, dass Bildungschancen in Deutschland von Herkunft und sozialem Status abhängen. Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund sind überdurchschnittlich oft in Haupt- und Förderschulen, überproportional häufig erzielen sie keinen Schulabschluss, an Gymnasien und in gymnasialen Oberstufen sind Kinder aus Familien mit nicht-deutschen Eltern selten vertreten.

Für Özlem Sözener Grund genug, sich als Unternehmerin dieser Zielgruppe zu widmen. Denn eine gute Bildung verstarke den Glauben an sich und eröffne eine größere Chance auf Teilhabe an der Gesellschaft. Das Interkulturelle Kolleg Bielefeld erreicht Vorschulkinder, Schüler und Schülerinnen von der 1. bis zur 13. Klasse, bietet Einzel- und Gruppenunterricht sowie spezielle Abiturse. 40 bis 50 Kinder haben in den Räumen des Kollegs Platz.

„Jeder Mensch ist einzigartig, wertvoll und besitzt eine Intelligenz. Die Arbeit im Kolleg basiert auf einem einfachen Grundsatz: Mit Liebe, Disziplin und Entschlossenheit lehren und lernen.“ Vor diesem Hintergrund arbeitet das Kolleg mit einem Drei-

Säulen-Modell. Schule und Elternhaus werden einbezogen. „Es geht nicht allein um den Nachhilfeunterricht, sondern auch darum, dass die Schule die Hintergründe der Familie kennenlernt und dass die Eltern Vertrauen fassen können.“ Das Institut übernimmt eine Brückenfunktion, „dadurch erreichen wir, dass sehr viel sichtbar wird“, sagt Özlem Sözener. „Denn die Lern- oder Schulschwierigkeiten selbst sind oft der Ausdruck von Problemen, die schwerer wiegen.“

Die Unternehmerin ist Literaturwissenschaftlerin. Über die theoretische und interdisziplinäre Auseinandersetzung mit Migration, Bildung und Interkulturalität sowie die praktische Arbeit als Nachhilfelehrerin an einer Grundschule begann sie ihre Leidenschaft für die interkulturelle Arbeit zu entdecken. Dass sie selbst mit 15 Jahren aus der Türkei nach Deutschland kam und beide Kulturen und Sprachen kennt, erleichtert ihr den Zugang zu den türkischen Familien, sie kennt den kulturellen Code. Auch ihre zwei Mitarbeiterinnen haben einen türkischen Hintergrund – für die Arbeit im Kolleg unverzichtbar.

Nachmittags ist das Institut für Kinder und Jugendliche da, vormittags kommen die Mütter. In öffentlich geförderten niederschweligen Frauencursen wird nicht nur die Sprache, sondern auch Wissen über die Strukturen in Deutschland vermittelt. Auch

auf die Kinder habe es eine Wirkung, „wenn sie sehen, dass ihre Mütter in deutscher Sprache schreiben, lesen und über Politik in Deutschland sprechen“. Dass sie außerdem dem Lernstoff ihrer Kinder folgen und Bezüge herstellen können, Sorge auch innerhalb der Familie für ein neues Verständnis. „Glückliche Mütter haben glückliche Kinder.“

„Ich arbeite in einem Bereich, den ich sehr liebe“, sagt Özlem Sözener über ihren Weg als Unternehmerin. „Wir werden immer bekannter, die Menschen empfehlen uns weiter, weil die Kinder hier gerne lernen und ihre Leistungen verbessern.“ Das Kolleg wächst und kann größer werden, vielleicht mit einem zweiten Standort, vielleicht mit größeren Räumen. „Meine Steuerberaterin lobt mich“, sagt Özlem Sözener – und lacht. ◀◀

#### Kontakt:

Özlem Sözener  
Interkulturelles Kolleg Bielefeld  
Bielefeld  
[www.ik-bielefeld.de](http://www.ik-bielefeld.de)



# Babette Reek

## bilwisedition

Verlag für digitale Bilder & Medien



### Schätze für die Öffentlichkeit

„Ich bin eine Schatzjägerin“, sagt Babette Reek über ihre Arbeit. Ihr Verlag für digitale Bilder & Medien, bilwisedition liefert Grafikdesignern, Redaktionen und Agenturen digitale Illustrationen und Bilder für redaktionelle Artikel, Kreativprojekte und Produktentwicklungen.

**Von der Steinzeit** bis ins 20. Jahrhundert – das ist das Spektrum von bilwisedition. Der Verlag bietet Bilder und Wissen zu Themen aus der deutschen und europäischen Geschichte. Auch wer dekorative Motive sucht, die rechtlich abgesichert genutzt werden können, ist bei Babette Reek richtig. Die Diplom-Produktdesignerin schließt mit bilwisedition eine Lücke für grafisches, ornamentales und historisches Bildmaterial. Denn Fotoagenturen, die Kollektionen erstellen

oder Bildrechte online vermarkten, gibt es zuhauf. Die Spezialisierung auf grafische und historische Motive war 2006, als Babette Reek sich zur Verlagsgründung entschloss, auf diesem Markt neu. „bilwisedition steht für handverlesene, gewissenhaft recherchierte und aufwendig verschlagwortete Grafiken und Bilder und ist Bekenntnis zu Ästhetik und Kultur. Diesen Schatz unserer Kultur liefere ich der Öffentlichkeit und mache ihn in digitaler Form nutzbar.“

Für Babette Reek laufen in ihrem Unternehmen alle bisherigen beruflichen Fäden zusammen. Viele Jahre arbeitete die Produktdesignerin vor der Gründung freiberuflich für Agenturen. Daneben war sie immer eine Sammlerin mit einem Faible für Bilder und deren Geschichte(n). Sie sammelt alte Bücher, Abbildungen, Drucke und Fotografien. „Mir war lange nicht bewusst, welche Schätze ich da habe“, sagt sie. „Die Zeit vom 14. Jahrhundert bis Anfang des





„Mir liegt daran, dazu beizutragen, unser einzigartiges europäisches Kulturerbe lebendig zu erhalten.“

BABETTE REEK, Werne

Der digitale Bildermarkt ist gigantisch – und lässt sich doch von einem kleinen Büro aus bedienen. Babette Reek ist Einzelunternehmerin, in Zeiten der Verlagskrise war sie froh, ohne Personal arbeiten zu können.

20. Jahrhunderts bietet einen riesigen Fundus an informativen, wunderschönen Bildmaterialien. In Zeiten ohne Fotografie war es wichtig, dass Bilder ihre Botschaft auf den Punkt genau kommunizieren. Deshalb hat unsere Kultur so viele ansprechende Darstellungen, von denen heute nur Experten wissen.“

Der Name Bilwiss kommt übrigens aus dem Althochdeutschen und ist die Bezeichnung für einen Naturgeist. Der germanische Wortstamm „bil“ im Sinne von „Wunderkraft“ und „Wunderzeichen“ ist für die Unternehmerin ein schöner Bezug zu ihrer Begeisterung. Bilwiss kann man aber auch ganz einfach mit Bilder und Wissen übersetzen. „Mir liegt daran, dazu beizutragen, unser einzigartiges europäisches Kulturerbe lebendig zu erhalten.“

Mit der Wirtschaftskrise und der Krise der Printmedien 2008 brach allerdings auch das Geschäft der Bildagenturen ein. Babette Reek ist im Rückblick froh, dass sie zu diesem Zeitpunkt noch immer als Einzelunternehmerin ohne Personal arbeitete. „Ich habe von der Hand in den Mund gelebt“, sagt sie. „Eine Zeitlang kann man das aushalten.“ Die Auftragsflaute nutzt sie unternehmerisch. Sie vergrößert ihr Bildarchiv, für das viel Recherche in Bibliotheken, Museen, Archiven und im Internet notwendig ist. Sie entwickelt die „Zeitlupe“, eine redaktionelle Datenbank mit Bildmoti-

ven zu historischen Ereignissen.

„Schwierige Situationen haben auch positive Auswirkungen“, sagt sie über diese Zeit. „Bestimmte Prozesse laufen leichter ab, weil man unter Druck einfach schneller produzieren muss.“ So wird trotz ihres hohen Qualitätsanspruchs heute nicht mehr jedes Motiv in derselben Detailgenauigkeit verschlagwortet wie zu Beginn. 15.000 Bilder sind heute in ihrer Datenbank, 500.000 Einträge hat die Zeitlupe. Eine enorme redaktionelle, grafische und juristische Leistung. Die Kunden können sicher sein, dass sie die Nutzungsrechte, die sie bei bilwissedition erwerben, für eigene Kreativprojekte nutzen dürfen.

Auf dem gigantischen Markt der digitalen Bilder setzt Babette Reek weiterhin auf ihr Nischenprodukt. Zwischenzeitlich hatte sie zusätzlich Fotografien historischer Orte und Gegenstände ins Programm genommen, dann aber festgestellt, dass die Spezialisierung mehr Sinn macht.

„Im digitalen Geschäft sind viele verschwunden“, weiß sie. „Die großen werden größer, der Agentur-Markt konzentriert sich.“ Bei der Positionierung geholfen habe ihr in den ersten Jahren ihr Pate Rolf Wegner, ebenfalls Inhaber einer Bildagentur. „Er hat echtes Insiderwissen geteilt“, sagt Babette Reek. „Ich habe viele hilfreiche Tipps bekommen, zum Beispiel für Plattformen, bei denen sich Kooperationen lohnen.“ Partnerschaften mit nationalen und internationalen Anbietern sind wichtig für die Vermarktung, allerdings nicht ohne Risiko. „Zu Anfang habe ich unterschätzt, wie weit die Bildbranche verknüpft ist.“ Dann einen kompetenten Gesprächspartner zu haben, sei von unschätzbarem Wert. „Kommunikation ist alles“, sagt Babette Reek über Kontakte zu Kollegen und Kundinnen. Auch wenn ihr Geschäft die digitalen Medien sind: „Letztlich kaufen Menschen von Menschen.“ <<

#### Kontakt:

Babette Reek  
bilwissedition. Verlag für digitale  
Bilder & Medien  
Werne  
[www.bilwissedition.com](http://www.bilwissedition.com)





# Nadine Müller Premini Spielzeugberatung



## Bildung beginnt spielend

Kinder erschließen sich spielend die Welt. „Spielen ist der erste Schritt in der Bildungskette“, sagt Nadine Müller. Die Spielzeugberaterin aus Bottrop findet: „Die Kindheit ist zu wertvoll für schlechtes Spielzeug.“

**In den ersten zehn** Lebensjahren spielt ein Kind 30.000 Stunden. Und dafür „braucht es nicht wer weiß wie viel“. Nadine Müller kennt ihn dennoch wie keine zweite, den nahezu unüberschaubaren Spielwarenmarkt. Premini heißt ihre 2005 gegründete Spielzeugberatung, mit der sie Kindern, Eltern, Erzieherinnen und Erziehern bei der Auswahl von guten Spielsachen helfen will. „Spielzeugberatung ist wie Nachhilfe“, so die Erfahrung der Unternehmerin. „Viele tun sich schwer, Qualität zu erkennen.“ Die „Perlen“ auf dem Spielzeugmarkt

sind für sie Sachen, die „bespielt“ werden können, viele Spielmöglichkeiten bieten, motorische oder sprachliche Fähigkeiten fördern und mit denen man bei Erweiterungen nicht nur auf einen Markenartikel angewiesen ist.

Ob ein Spiel bei Kindern ankommt, das lässt sie diese seit 2006 selbst testen. Mit inzwischen 1.300 Spielzeugmustern ist Nadine Müller in Bibliotheken, Kindertagesstätten oder bei Stadtfesten unterwegs. Ihre Aktionen „Bildung beginnt spielend – Meine Stadt spielt mit“ finden

mit wachsender Resonanz in ganz NRW statt. Hier lädt sie die Kinder unterschiedlicher Altersgruppen und ihre Eltern zum Spielen und als „Spielzeugtester“ ein. Mehr als 4.000 Kinder haben für Premini bislang ihre Urteile zu Papier gebracht. Drei Teilzeitmitarbeiterinnen und ein Team mit acht Honorarkräften sind für Premini unterwegs.



Mehr als 4.000 Kinder haben für Premini bislang ihre Urteile zu Papier gebracht. Nadine Müller lädt sie und ihre Eltern als „Spielzeugtester“ ein.

Über Aktionen wie diese empfiehlt sich „Frau Spielzeug“ nicht nur für weitere Vorträge, Seminare oder Beratungen in einzelnen Einrichtungen, sie kann mit dem Wissen um die Spielerfahrungen der Kinder auch ganz neue Kundenkreise erschließen. „Wie spielen Kinder? Das ist eine Frage, die ich inzwischen gut beantworten kann“, sagt Nadine Müller. Das haben auch die Spielzeug-Hersteller erkannt und beauftragen sie als Beraterin in der Produktentwicklung. In Kooperation mit 18 Einrichtungen, Kindergärten und Tagesstätten, werden von Premini inzwischen Testaufträge für namhafte Firmen realisiert.



„Ich habe mich in der Spielzeugbranche einzigartig positioniert“, sagt Nadine Müller heute. Bis sie allerdings die Säulen von Premini so klar definiert hatte, gab es durchaus Hürden und auch Umwege zu bewältigen. Gestartet war die Gründerin 2005 mit „einem Auto voller guter Sachen“ und dem Ziel, Eltern gutes Spielzeug nahezubringen. Mit ihren beruflichen Erfahrungen aus der Arbeit mit geistig behinderten Kindern, aber auch im Studium der Sonderpädagogik war es von Anfang an ihr Anliegen gewesen, Spielzeug mit pädagogischer Beratung zu verbinden. 2007 wurde Premini zur GmbH, die Unternehmerin holte einen Partner mit ins Boot und traf damit eine strategische Entscheidung in Richtung Wachstum. 2008 eröffnete Nadine Müller einen Online-Shop, „weil viele Eltern das von mir empfohlene Spielzeug nirgends kaufen konnten“. Aber der Handel entwickelte sich nicht wie geplant.

Und so verändert Nadine Müller zwar nicht ihre Grundhaltung und ihren pädagogischen Anspruch, wohl aber den Blick auf die „wertschöpfenden Aufträge“. Heute ist eine Mitarbeiterin ausschließlich für die Akquise zuständig. In der Kooperation mit der Wirtschaft sieht die Unternehmerin das stärkste Potenzial, „aber ich suche mir immer noch aus, mit wem ich arbeite“. Das gilt auch für Presseanfragen. Ein Konzept für die „Spielzeug-Nanny“ hat sie abgelehnt.

„Wie spielen Kinder?  
Das ist eine Frage, die ich inzwischen  
gut beantworten kann.“

NADINE MÜLLER, Bottrop

„Das passte nicht zu mir. Frau Spielzeug braucht ein positives Beratungsformat und will verunsicherte Eltern nicht bloßstellen.“

„Aussuchen, mit wem ich arbeite“ – das gilt auch für eine aktuelle Rollenerweiterung. 2010 erreichte Nadine Müller eine Anfrage des Bildungsbüros Gladbeck. Hier war eine halbe Stelle zu besetzen, „um das Thema Bildung dem Bürger in seiner Vielfalt nahezubringen“. Nach fünf Jahren in der Vollzeit-Selbstständigkeit eine neue Aufgabe, die Nadine Müller gut mit dem Unternehmen verknüpfen kann. „Es ist wie ein Sabbatical der anderen Art. Ich gewinne etwas Distanz zum eigenen Unternehmen“, sagt sie. Schließlich läuft der Laden mit dem eingespielten Team gut weiter. „In der konzeptionellen Arbeit für andere Bildungsprojekte kann ich auch meine eigene Konzeption erneut überprüfen. Ich gewinne neue Blickwinkel.“ <<

#### Kontakt:

Premini Spielzeugberatung  
Nadine Müller  
Bottrop  
[www.premini.de](http://www.premini.de)

## Inszenieren Sie sich

Michael Böhm, Die Augenfänger, Herten

### Herr Böhm, wo liegen die Chancen des inhabergeführten Einzelhandels?

MICHAEL BÖHM: Der kleine Händler vor Ort spricht eine ganz andere Zielgruppe an. Es gibt viele Kunden, die sich in den Centern nicht wohl fühlen und anders einkaufen wollen. Würden die Städte das richtig inszenieren, dann würden sie die Leute in die Städte ziehen. In den Niederlanden zum Beispiel wird die kleinste Boutique inszeniert. Das Geschäftsleben hat dort mit dem Privatleben zu tun und das spürt man, das macht das Einkaufen zu einem anderen, persönlichen Erlebnis.

### Ist die Inszenierung nur eine Aufgabe der Einzelhändler oder auch der Städte?

Natürlich haben die Städte eine Verantwortung, wenn es darum geht, das Gefühl herzustellen, dass wir für uns und mit unserer Stadt etwas tun. Da fehlt mir oft das Herzblut. Aber die Einzelhändler müssen aktiver werden.

### Und das kostet Geld.

Für eine Inszenierung brauche ich nicht viel Geld. Sie geht vom Ego-Marketing aus und das heißt: Es geht darum, sich als Unternehmer-Persönlichkeit einzubringen. Wenn ich außerdem Mitarbeiter habe, dann habe ich viele Persönlichkeiten, die sich einbringen können. Denn wie ich meine Produkte inszeniere, präsentiere und mit Zusatzangeboten auflade, das hängt von den individuellen Persönlichkeiten ab.

### Heißt Ego-Marketing dann „Weg vom Produkt, hin zur Person“?

Ja, das kann man so sagen. Jedes Kern-Produkt, das ich vertreibe, hat auch ein anderer Händler. Aber in einem kleinen Buchladen profitiere ich

von dem schönen Ambiente oder der individuellen Buchempfehlung. Wir haben zurzeit einen Trend hin zu dem Ursprung des Kaufhausgedankens, wo wir verschiedene Produktgruppen unter einem Dach finden: Ich kann im Schuhladen auch Wein oder im Café Platten kaufen. Aber damit das Konzept funktioniert, muss die Atmosphäre stimmen und eine einheitliche Zielgruppe angesprochen werden.

### Gilt das auch für Dienstleister?

Leute, die verschiedene Dienstleistungen anbieten und eine gemeinsame Plattform finden, bei der ihre Angebote wie Zahnräder ineinandergreifen, haben einen unschätzbaren Vorteil. Sie erweitern die Kontaktfläche zum Kunden und sie erhöhen die Bindung. In einem Netzwerk habe ich für einen Kunden viele Anknüpfungspunkte und für jeden Partner viele neue potenzielle Kunden.

**Michael Böhm ist U-Brief-Pate in Emscher-Lippe.**

## Wie Träume Ideen tragen

Dr. Alexander Bach, Faun. Café und schöne Dinge, Münster

### Herr Bach, Sie sind promovierter Jurist, Ihre Frau Christine Betriebswirtin, also beide echte Quereinsteiger. Was heißt das für einen Start in dieser Branche?

ALEXANDER BACH: Man muss zunächst erkennen, wo der entscheidende Lernbedarf in dem fachfremden Gebiet liegt, und sich dann gezielt einarbeiten. Die übrigen Kenntnisse, die man eh mitbringt, können am Ende von entscheidendem Vorteil sein.

### Wo liegen die Chancen kleiner Läden?

Ein gutes Konzept ist immer der Ausgangspunkt und ohne neue, frische Ideen geht es nicht. Nur so kann man sich als Gründer neben den Etablierten behaupten. Der Erfolg hängt von vielen Faktoren ab, die wir im Rahmen unserer Gründung auch nicht alle sofort erkannt – oder unterschätzt – haben. Die Auswahl des richtigen Standortes ist einer dieser Faktoren.

Hier befindet man sich mit der Entscheidung in einem enormen Spannungsverhältnis zwischen Kosten und Rentabilität und der Frage, welche Ladenlokale überhaupt verfügbar sind. Letztlich gilt es, einen sinnvollen Kompromiss zu finden.

### Sie haben mit dem FAUN auch einen persönlichen Traum verwirklicht.

### Wie weit trägt ein Traum unternehmerisch?

Wir haben uns viel Zeit für die Planung gelassen. Bei allem Herzblut haben wir unser Konzept gut durchgerechnet und immer wieder hinterfragt. Dazu gehört auch, sich von Visionen zu verabschieden. Oder zu erkennen, dass das eigene Lieblingsprodukt den Kunden nicht gefällt. Ich habe zum Beispiel sehr hochwertige Messer auf einem Wintermarkt in Schweden gekauft. Zwei Jahre lang fand die außer mir niemand toll.

### Was heißt das für das Konzept?

Die wichtigste Aufgabe ist es, immer wieder das Profil zu schärfen, die Kundenwünsche im Blick zu haben, ohne

von der eigenen Vision abzuweichen und das Eigene zu verwässern. Dies ist ein nachhaltiger Ansatz, für den man Geduld benötigt. Am Ende wird sich diese Geradlinigkeit aber auszahlen.

### Welche Erfahrungen aus Ihren „alten“ Berufen nützen Ihnen als Unternehmer?

Die Arbeit hinterm Tresen und im Verkauf ist ja nur ein Aspekt unserer unternehmerischen Tätigkeit. Mindestens ebenso wichtig sind die Abläufe im Hintergrund, Einkauf, Buchhaltung, Marketing, After Sales etc. Hier erweist sich unsere Ausbildung als sehr nützlich.

**Dr. Alexander Bach ist U-Brief-Pate im Münsterland.**

# Ist auf diesem Markt noch Platz?

## Konzepte in umkämpften Branchen

Gründungen von Frauen in so umkämpften Branchen wie Beratung oder Gesundheit sind häufig. Hier gilt fast noch mehr als auf anderen Märkten: Eine Unternehmerin überzeugt durch Persönlichkeit. Wie sich diese vermarkten lässt und mit individuellen Angeboten Marktanteile erschlossen werden, beweisen Gründerinnen, die sich von Branchenzahlen nicht beirren lassen.







# Christiane Hoffschildt Praxis für Logopädie und Systemische Beratung

Eine Praxis mit vielen Säulen



## **Eine Praxis mit vielen Säulen**

In ihrer Branche gilt sie als „Logopädin der neuen Generation“. Christiane Hoffschildt führt nicht nur eine logopädische Praxis mit den üblichen Therapien. Sie entwickelt vor allem ein unternehmerisches Profil, hat sich betriebswirtschaftliches und Marketingwissen erarbeitet und Führungsqualitäten erworben. Um im Wettbewerb der Gesundheitsdienstleistungen und unter den Bedingungen der Gesundheitsreform zu bestehen, sind es diese Fähigkeiten, die in die Zukunft weisen.



„Die Erweiterung der Praxisräume für Fortbildungen ist ein Wagnis, aber strategisch die richtige Entscheidung für die Zukunft.“

CHRISTIANE HOFFSCHILDT, Arnberg

Neben ihrer logopädischen Praxis baut Christiane Hoffschildt jetzt ein Fortbildungsinstitut auf und engagiert sich an der Spitze ihres Berufsverbandes.

„Die Menschen kommen gern dort hin, wo es schön – und qualitativ gut – ist.“ Im November 2008 eröffnete Christiane Hoffschildt ihre Praxis in einer alten Stuhlfabrik im Arnberger Stadtteil Oeventrop. In dem Ort mit knapp 6.800 Einwohnern ist das die erste logopädische Praxis.

Die Logopädin behandelt Sprach-, Sprech-, Stimm-, Schluck- und Hörstörungen und zwar bei Menschen jeden Alters. Wer zu ihr kommt, bringt eine Verordnung vom Arzt mit, muss vielleicht nach einem Schlaganfall das Sprechen wieder erlernen, ist ein Kind mit einer Sprachentwicklungsstörung oder ein Mensch, der beim Sprechen stottert. Christiane Hoffschildt erreicht hier nicht nur Patienten aus der näheren Umgebung. Sie pflegt ein Netzwerk vor Ort, hat Kontakte zu Ärzten und Therapeutinnen und ist in Kindergärten und Tagesstätten der Region mit Angeboten zur Sprachförderung unterwegs.

Ursprünglich hatte die Gründerin für ihre Praxis zwei Säulen geplant: die logopädischen Therapien und die Systemische Beratung. „Wenn Sie die ganze Familie und die Lebensumstände einbeziehen können oder die Eltern auf Ihrer Seite haben, dann ist die Therapie effektiver.“ Dass sie 2009 an einer dritten Säule baute und ein Fortbildungszentrum gründete, hat mit Veränderungen im Gesundheitssystem zu tun. „Die Krankenkassen fordern immer mehr evidenzbasierte Therapien“, erklärt sie. So entstehe

für die Praxen ein enormer Fortbildungsbedarf. Da Christiane Hoffschildt ihre Arbeit ohnehin mit einem hohen wissenschaftlichen Anspruch tut, passte die Erweiterung nicht nur zum Markt, sondern vor allem zu ihrem Profil. „Getraut habe ich mich das aber erst mit Unterstützung meiner Patin“, erzählt sie. Nadine Buch, Unternehmensberaterin in Arnberg, habe ihr Mut gemacht und die betriebswirtschaftliche Sicherheit gegeben. Denn der Fortbildungsmarkt ist umkämpft, das Marketing keine leichte Aufgabe.

„Mein Netzwerk ist groß genug“, sagt Christiane Hoffschildt über die Akquise in diesem Segment. Bis 2003 war sie an der Fachschule für Logopädie in Karlsruhe angestellt, bis heute ist sie hier Lehrbeauftragte. Neben der Lehre veröffentlicht sie Materialien und Lehrbücher zur Sprachförderung und engagiert sich stark für eine Akademisierung ihres Berufsfeldes. Sie ist Mitglied der Bundeskommission für Qualitätsmanagement des Deutschen Bundesverbandes für Logopädie und im Vorstand des Verbandes. Engagements, die wichtige Kontakte ermöglichen, aber auch enorm viel Zeit kosten. Drei Mitarbeiterinnen beschäftigt Christiane Hoffschildt in ihrer Praxis, zwei Logopädinnen und eine Systemische Beraterin, um für diese Aufgaben frei zu sein.

„Ich bin mit der Erweiterung der Praxisräume für die Fortbildungen und der Personaleinstellung stark

in Vorleistung gegangen“, sagt sie. „Finanziell ist das ein Wagnis, aber strategisch die richtige Entscheidung für die Zukunft.“ Ohne ihre Mitarbeiterinnen hätte sie nicht die Möglichkeit, ihre zahlreichen Standbeine auch in Bewegung zu halten. „Ich habe oft gezweifelt, wenn es finanziell hart war“, sagt sie über die Aufbauphase. „Aber ich wusste, dass es die richtige Entscheidung ist.“ Um ihren Betrieb gut managen zu können und in der eigenen Rolle klar zu sein, investiert sie auch in die eigene Weiterbildung, in fachliche Qualifizierung, Führungskräftecoaching und Supervision. „Das leiste ich mir immer“, lacht sie, „dafür gebe ich gern Geld aus.“ Unternehmerisch gedacht. <<

#### Kontakt:

Christiane Hoffschildt  
Praxis für Logopädie und  
Systemische Beratung  
Arnberg  
[www.christiane-hoffschildt.de](http://www.christiane-hoffschildt.de)



## Yun Zhou-Pastor Chinaconsult



### Schnelle, flexible, chinesische Lösungen

Der Maschinen- und Anlagenbau in Deutschland lebt vom Export. „China bleibt 2010 wichtigster Kunde für deutsche Maschinenbauer“, sagt Yun Zhou-Pastor. Sie muss es wissen, schließlich hat sie auf genau diesen Boom ihr Unternehmen aufgebaut. Mit Chinaconsult ist sie seit 2005 auf Wirtschaftsberatung in China spezialisiert.

**Yun Zhou-Pastor bietet** Dienstleistungen für mittelständische Unternehmen, die Maschinen- und Industrieanlagen nach China verkaufen und eine Geschäftsentwicklung in China, Hongkong und Taiwan realisieren wollen. Und für diese geht es nicht nur darum, die Dynamik des chinesischen Marktes zu verstehen, Gepflogenheiten im Geschäftsleben kennenzulernen oder eine Übersetzerin an ihrer Seite zu haben. Yun Zhou-Pastor

berät, begleitet und unterstützt ihre Kunden mit direkter operativer Arbeit. Sie ist Managementpartnerin bei der Konzeption und Umsetzung des strategischen Markteintritts in China. Sie ist für den Aufbau der Vertriebsstruktur mit Lieferanten und Kunden zuständig, sie entwickelt einen organisierten Kundendienst und das Betriebsmanagement, sie übernimmt die gesamte Kommunikation mit den Genehmigungs- und Finanzbehörden.

Ursprünglich hatte Yun Zhou-Pastor in China Germanistik studiert, dann in Deutschland Betriebswirtschaft. In China, Hongkong und Deutschland machte sie internationale berufliche Erfahrungen in Tourismus, Industrie und Handel. Seit 25 Jahren hat die Mutter von zwei Kindern ihren Lebensmittelpunkt in Deutschland, die ersten Jahre nach der Gründung hat sie gefühlt im Flugzeug verbracht, etliche Monate verbrachte sie in den letzten Jahren in China.



Yun Zhou-Pastor ist zwischen den Welten zu Hause. Pendelnd zwischen China und Deutschland bringt sie interkulturelle Kompetenz und Beziehungen ins Geschäft.

„Man muss in China eine gute persönliche Basis haben, um geschäftlich zusammenzuarbeiten.“

YUN ZHOU-PASTOR, Hennef

„Mein umfangreiches Beziehungsnetzwerk, Kontakte in beiden Welten, interkulturelle Kompetenz, westliches Qualitätsdenken und Zuverlässigkeit sowie schnelle flexible chinesische Lösungen.“ So fasst Yun Zhou-Pastor ihre Kompetenzen zusammen. Wenn die Chinesin für ihre Kunden Niederlassungen, Representative Offices oder eine Tochterfirma in China gründet, ist sie Geschäftsführerin auf Zeit. „Eine Struktur aufzubauen, dauert drei bis fünf Jahre“, weiß die Expertin.

„Wegen der großer Entfernung zwischen Deutschland und China haben deutsche Unternehmer häufig wenig Zeit, Geschäftsbeziehungen zu pflegen und in der Regel auch einen gewissen Personalmangel“, so die Erfahrung der Beraterin. „Dieses Defizit gleiche ich aus.“ Denn sie weiß: „Man muss in China eine gute persönliche Basis haben, um geschäftlich zusammenzuarbeiten. Das ist zeitaufwendig, aber es bringt letztlich schnellere Entscheidungen. Mit einem guten Vertrauensverhältnis fallen Entscheidungen emotional.“ Und das ist gut fürs Geschäft. Dass Yun Zhou-Pastor neben Deutsch und Chinesisch auch Kantonesisch spricht, eine Sprache, die in Hongkong und der chinesischen Provinz Guangdong gesprochen wird, kommt ihr dabei zugute.

Ihre Kunden kommen aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der Chemieindustrie oder der Wassertechnik, aus dem Schiffbau, der Lebensmittelverarbeitung, dem Bergbau und dem

Verlags- und Druckereiwesen. „Die Möglichkeit, verschiedene Branchen kennenzulernen, macht meinen Beruf so interessant und aufregend.“ Und so bleibt Yun Zhou-Pastor entschlossen in der Freiberuflichkeit, auch wenn Kunden sie für eine Festanstellung gewinnen wollen. Das passiert immer wieder, denn Spezialistinnen mit interkultureller Management-Erfahrung und einer entsprechenden Reisebereitschaft sind absolut selten.

Rund 5.000 deutsche Unternehmen sind derzeit in China aktiv. Jedes Jahr kommen rund 200 deutsche Firmen, überwiegend Mittelständler, in die Volksrepublik. Die deutschen KMUs schätzen das Investitionsklima in China positiv ein, so eine Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK). 80 Prozent der Unternehmen möchten ihre Aktivitäten in China ausweiten. Für Yun Zhou-Pastor bedeutet das, kontinuierlich auf Akquise zu setzen.

Ihr Fokus ist immer noch auf die mittelständischen Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen gerichtet, NRW und China arbeiten seit vielen Jahren auf verschiedenen Ebenen intensiv zusammen. Aber längst betreut sie auch Kunden aus anderen Bundesländern. Um sich noch besser zu positionieren, hat sie 2010 den Standort gewechselt und ist aus dem Ruhrgebiet nach Hennef gezogen. Zentral zwischen Köln, Bonn, Düsseldorf und Frankfurt und damit innerhalb von einer Stunde an drei internationalen Flughäfen hat der neue Standort für Yun Zhou-Pastors Job optimale logistische Voraussetzungen. ◀◀

#### Kontakt:

Yun Zhou-Pastor  
Chinaconsult  
Hennef  
[www.china-consult.eu](http://www.china-consult.eu)



# Barbara Moraidis

## art of mind

Kommunikative und Kognitive Kompetenz



### Auch in der Wirtschaft – bühnenreif

Warum bin ich so, wie ich bin? Warum fallen mir manche Dinge leicht, andere wiederum schwer? Wie fülle ich meine Rolle aus? „Das eigene Denken und Handeln zu verstehen, ist eine Kunst“, sagt Barbara Moraidis. „art of mind“ heißt ihr Unternehmen, das genau diese Kunst vermittelt.

**Barbara Moraidis ist Trainerin,** Coach, Biologin und Schauspielerin. Sie verknüpft Theatermethoden, Neurobiologie und die Philosophie zu einem Konzept, dem sie 2008 den Namen „komkog“ gegeben hat. „Komkog ist eine Trainingsmethode, die Verstand und Emotion verknüpft.“ Ganz praktisch bedeutet das, dass sie eben nicht nur Techniken des sprachlichen Ausdrucks wie Atem-Stimm-Technik, Sprachtraining oder freie Rede vermittelt. Sie schult nicht nur Gedächtnis- und Konzentrations-

fähigkeiten oder coacht Führungskräfte und Teams, sondern berührt die Persönlichkeit in ihrem Denken und Handeln, in ihrer beruflichen Rolle. „Erst wenn ich mein Denken verstehe, kann ich mit neuen Techniken auch nachhaltig arbeiten.“ Das Ziel: Den Geist, den Körper und die Kommunikation gemeinsam zu schulen – anders ausgedrückt: die kommunikative und Kognitive Kompetenz zu stärken. Im Maskenspiel wird dieser Zugang am offenkundigsten. Auf der Bühne in neue Rollen schlüpfen. Einen authentischen Ausdruck finden.

Die eigene Rolle reflektieren. Was Schauspieler professionalisiert haben, setzt Barbara Moraidis im Training und im Coaching ein. Inspirieren ließ sich die Unternehmerin bei der Entwicklung ihrer Methoden von der Commedia dell'Arte. In deren Maskenspiel werden sieben unterschiedliche Archetypen gezeigt und damit immer auch Handlungsmodelle. Der Capitano zum Beispiel, die autoritäre Führungspersönlichkeit, der Arlequino, der Clown, oder der Dottore, der Kopfmensch.





Das Maskenspiel hat eine lange Theater-Tradition. Barbara Moraidis setzt es in Seminaren und Coachings ein.

„Erst wenn ich mein Denken verstehe, kann ich mit neuen Techniken auch nachhaltig arbeiten.“

BARBARA MORALDIS, Wuppertal

„Wenn ich eine Maske aufziehe, dann komme ich damit mehr zu mir“, sagt Barbara Moraidis. Eine Führungskraft könne hier spielerisch oder auch künstlerisch erkunden, wie sie ihre Rollen ausfüllen oder verändern kann. Wer als Clown mit viel Humor führe, brauche Mitarbeiter, die flexibel und kreativ seien. Auch ein Capitano könne eine angenehme Führungskraft sein, „wenn er das gut macht“. Wer seine eigene Rolle reflektiere – und dafür sind Theatermethoden ein guter Spiegel –, der verstehe auch, wie Coaching funktioniert, „der weiß, wie er seine Mitarbeiter fördern kann“.

Bevor Barbara Moraidis art of mind 2005 gründete, hatte sie viele berufliche Rollen. Neben der künstlerischen Arbeit auf der Bühne war sie Lehrerin für Biologie und Kunst an einem Gymnasium, sie arbeitete als Theaterpädagogin, als Stimm- und Gesangspädagogin, Regisseurin und Dozentin. „Mich hat immer beides fasziniert, die Naturwissenschaft und das Theater“, sagt sie. „In meiner Biografie habe ich mal das eine, mal das andere intensiver gemacht.“ Als sie sich nicht mehr entscheiden wollte, entwickelte sie ihr eigenes Berufsbild, in dem sie

all ihre Talente professionell umsetzen kann. Auf dem großen Markt der Beraterinnen und Trainer bringt sie mit ihrer Verknüpfung von Naturwissenschaft und Kunst ein besonderes Profil mit.

Eine Interdisziplinarität, die auch die Commedia dell'Arte kannte. Damals engagierten italienische Kaufleute die Schauspieler, um für ihre Marktstände zu werben. „Die Künstler wiederum wurden von den Medici eingeladen, sich zu professionalisieren“, erzählt Barbara Moraidis. „Wie können sich künstlerische und wirtschaftliche Denkweisen ergänzen? Das ist meine theoretische Basis.“ Weiterentwickeln kann sie diese jetzt auch im Hochschulkontext. Seit 2010 ist Barbara Moraidis Professorin für Innovative Veränderungsprozesse (Coaching und Systementwicklung) an der Internationalen Hochschule Calw. Eine Tätigkeit, die gut mit der Freiberuflichkeit vereinbar ist.

Dass Barbara Moraidis diese Professur erhalten hat, hat auch mit einer gedanklichen Auszeit zu tun, die sie nach den ersten Jahren der Selbstständigkeit brauchte.

Ein halbes Jahr lang schrieb sie an ihrem ersten Buch. „Vorhang auf – für mich! Persönlichkeitstraining mit Schauspieltechniken für Beruf und Karriere.“ Für die Unternehmerin nicht nur ein gutes Marketing-Instrument, sondern auch eine Standortbestimmung. „Heute kann ich frei entscheiden, ob ich für eine Behörde, ein Unternehmen oder im kulturellen Bereich arbeite.“ Diese Freiheit hat sie sich erarbeitet: „Die Selbstständigkeit entwickelt sich in Sprüngen und nicht kontinuierlich.“

Freiheit bewahrt sie sich auch in ihrem künstlerischen Ausdruck. Einmal jährlich bringt Barbara Moraidis ein eigenes Programm auf die Bühne. „Meine Profession kommt aus dem Theater“, sagt sie dazu. „So kommen auch neue Erkenntnisse in meine Kurse. Sonst wäre das alles abgehoben.“

#### Kontakt:

Barbara Moraidis  
art of mind – Kommunikative und Kognitive Kompetenz  
Wuppertal  
[www.art-of-mind.biz](http://www.art-of-mind.biz)





## Diana Grohs Yoga in Ratingen



### **Mit Offenheit die Kunden binden**

Wie will ich mit mir umgehen? Wie will ich leben? Es gibt viele Anlässe, einen anderen Blick auf das eigene Leben zu werfen. Im Yoga und bei einer Yoga-Reise geht das sehr konzentriert und ungestört. Genau das suchen die Kunden und Kundinnen von Diana Grohs. Yoga in Ratingen heißt das Unternehmen, das sie 2006 gegründet hat.



Yoga ist viel mehr als eine körperliche Übung. In ihrer Schule vermittelt Diana Grohs altes Wissen vom Leben und vom Loslassen.

„So wie man denkt,  
so formt sich das Schicksal.“

DIANA GROHS, Ratingen

„Wir leben in anstrengenden Zeiten“, sagt Diana Grohs. „Da suchen die Menschen ein Gegengewicht.“ Yoga sei längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen, „das ist keine Nische für langhaarige Hippies“. Yoga in Ratingen heißt das Unternehmen, das Diana Grohs 2006 gegründet hat. Neben der Yogaschule mit Kursen und Einzelunterricht, Hormon-Yogastunden sowie Yoga für Firmen bietet sie seit 2007 Yoga-Reisen an und verknüpft damit ihre beruflichen Qualifikationen. Als Betriebswirtin hatte sie viele Jahre in der Tourismusbranche gearbeitet, zuletzt als Vertriebs- und Marketingleiterin.

24 Jahre praktiziert Diana Grohs selbst nun schon Yoga und beschäftigt sich mit der jahrtausendealten östlichen Wissenschaft über das Leben. Im Jahr 2000 begann sie mit der Yogalehrer-Ausbildung, um selbst weiterzukommen und mehr zu lernen. Anfragen aus dem Freundeskreis brachten sie dazu, in der Woche abends und später auch am Wochenende Kurse zu geben – neben dem Vollzeit-Job. Sechs Jahre lang lebte sie diesen „kontrastreichen beruflichen Alltag“. Und begann sich zu fragen: „Was ist eigentlich wichtig? Im Büro zu sitzen und meine ganze Energie darauf zu verwenden, ein Flugzeug oder einen Freizeitpark zu füllen?“ Dabei hatte sie ihren Job gerne gemacht, sie liebte ihre Arbeit und das Reisen. Der Anstoß zur Veränderung kam dann 2006, als sie ihren Job verlor und sich entschloss, aus dem „Hobby“ Yoga den Beruf zu machen.

Im Yoga findet sie Ruhe, Wissen über das Leben, die Fähigkeit loszulassen und zufrieden zu sein, auch bleibt der Körper fit und vital – das vermittelt sie heute ihren Kunden und Kundinnen. „Im Yoga üben wir, nicht immer nach oben und nach unten zu schauen. Wir üben Zufriedenheit und Achtsamkeit mit dem, was ist.“ Was für die Unternehmerin nicht heißt, dass sie ihren Weg nicht zielstrebig und planvoll geht.

„Sie müssen es schaffen, die Menschen an sich zu binden, das ist entscheidend und das kann ich gut.“ Seit dem Start der Yoga-Schule schreibt sie monatliche Newsletter, in denen sie nicht nur auf Kurse, Ausbildungen und Reisen hinweist, sondern Übungen erläutert, Yoga-Videos, vegetarische Rezepte, Film- oder Literaturtipps versendet. „Ich rücke gern mit meinem Wissen raus“, sagt sie dazu. „Über Offenheit die Kunden binden“, lautet ihr Motto. Und das bedeutet konsequenterweise, dass alle, die an den Kursen teilnehmen, dies ohne einen Vertrag tun. „Ich muss die Leute nicht über lange Laufzeiten binden. Ich möchte, dass sie kommen, weil sie wollen, und nicht, weil sie müssen.“ Die Resonanz bestätigt die Strategie.

Die Yoga-Reisen sind oft lange im Voraus ausgebucht. Das Programm wächst stetig. Mittlerweile bietet Diana Grohs nicht nur Yoga-Wochenenden in einem Kloster in Koblenz an, sondern auch Yoga-Wochen an der Ostsee und viele weitere Ziele wie Thailand und Indien, das Ursprungsland des Yoga. Die Yoga-Lehrerin

vermittelt die klassische Form des Hatha-Yoga, daneben bietet sie Reiki und Shiatsu-Massagen an. Zu einem Institut mit einer größeren Struktur, festem Personal und größeren Räumen soll die Schule sich nicht entwickeln. „Um meine Situation beneiden mich viele“, sagt sie, „eine große Struktur reizt mich nicht, dann hätte ich ja dasselbe wie früher im Beruf.“ Auch das meint sie, wenn sie sagt, dass sie Achtsamkeit nicht nur vermittelt, sondern ihr Unternehmen achtsam führt.

„Wie kann ich davon leben?“, hatte sich Diana Grohs noch 2006 bei der Gründung gefragt. „So wie man denkt, so formt sich das Schicksal“, sagt die Unternehmerin über die Kraft der positiven Gedanken. Yoga in Ratingen ist nicht nur eine gedachte „Geschichte der Fülle“: „Ich konnte von Beginn an von meiner Yoga-Schule leben. Es entwickelt sich alles kontinuierlich weiter und macht sehr viel Freude.“ ◀◀

#### Kontakt:

Diana Grohs  
Yoga in Ratingen  
Ratingen  
[www.Yoga-in-Ratingen.de](http://www.Yoga-in-Ratingen.de)  
[www.Yoga-und-Reisen.de](http://www.Yoga-und-Reisen.de)  
[www.Shiatsu-in-Ratingen.de](http://www.Shiatsu-in-Ratingen.de)

## Die Menschen müssen sich wohlfühlen

Nadine Klarissa Buch, Dipl.-Kommunikationswirtin, Plan B Marketing, Arnsberg

### Viele Freiberuflerinnen gründen im Beratungs- und Gesundheitsbereich. Sind das umkämpfte Branchen?

NADINE KLARISSA BUCH: Generell sind alle gesättigten Märkte umkämpfte Branchen. Das sehen Sie zum Beispiel in der Automobilindustrie oder der Unterhaltungselektronik. Im Automobilsektor reagieren die Autobauer mit schnelleren Modellwechseln. Früher dauerte es fünf Jahre, heute nur noch zwei, bis ein neues Modell präsentiert wird. So wird versucht, den Abverkauf zu steigern. Der Handymarkt war in den vergangenen Jahren gesättigt. Durch das i-Phone und die Apps sind neue zusätzliche Märkte entstanden, die wir vorher nicht kannten.

### Lässt sich das auf kleinere Unternehmen in der Beratungs- oder Gesundheitsbranche übertragen?

Viele Unternehmen schließen sich zu Netzwerken zusammen. Das ist sicher eine gute Strategie, um die breiten und individuellen Kundenwünsche zu befriedigen. Im Beratungssektor suchen manche Kunden einen Generalisten, andere wiederum einen Spezialisten. Wer gemeinsam ein breites Spektrum abdecken kann, ist im Vorteil und kann die gemeinsamen Synergieeffekte erfolgreich nutzen.

### Wie gelingen geschäftliche Netzwerke?

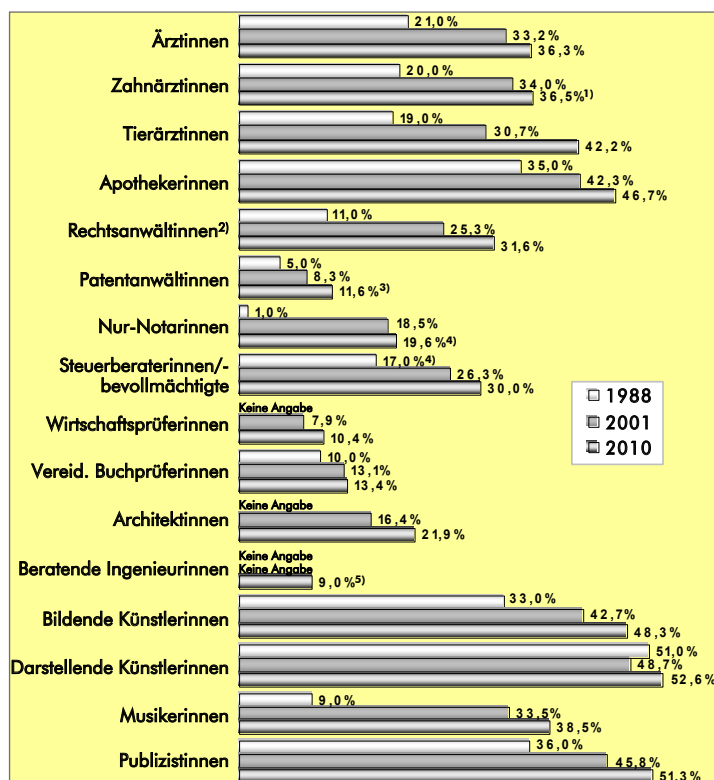
Wenn sich die Leistungen gut ergänzen. Sobald Überschneidungen da sind, funktioniert das Netzwerk nicht mehr. Bei Handwerksbetrieben, die sich zu Kooperationen zusammenschließen, ist das offensichtlich: Wenn beispielsweise zwei Dachdecker dabei sind, wird es schwierig. Eine Konkurrenzsituation sollte man im Netzwerk vermeiden. Das gilt auch für Dienstleister im Gesundheitswesen. Hier platzieren sich immer häufiger Ärztehäuser, mit dem Vorteil, dass die Patienten keine langen Wege mehr haben.

### Ein geschäftliches Netzwerk baut ja auf Empfehlung. Wie wichtig ist die Erfahrung als Unternehmerin, um hier eine gute Partnerin zu sein?

Am Markt etabliert zu sein, ist nicht nur für Netzwerkpartner, sondern auch für Kunden eine wichtige Referenz. Es ist heute nicht mehr so sehr die Größe eines Dienstleisters entscheidend, sondern vielmehr die Beständigkeit und die Beratungsqualität.

Wenn eine Gründerin sich platzieren und empfehlen will, dann reicht schon ein erfolgreiches Referenzprojekt aus. Was ebenfalls in diesen sehr personenbezogenen Branchen wichtig ist: Wie stellt sie sich nach außen dar? Dazu gehören zum Beispiel auch die Räumlichkeiten. Ich denke an einen Physiotherapeuten, der viele Patienten in seine Praxis zieht, weil dort die Atmosphäre einladend und entspannend wirkt. Wer Beratungs- oder Gesundheitsdienstleistungen anbietet, muss dafür sorgen, dass sich die Menschen bei ihr oder ihm wohlfühlen.

**Nadine Klarissa Buch ist U-Brief-Patin in der Region Hellweg-Sauerland.**



1) Stand: 01.01.2009; 2) Zugrunde gelegt wurde der in der Großen Mitgliederstatistik der BRAK ausgewiesene Frauenanteil bei Rechtsanwältinnen; 3) Stand: 27.04.2009; 4) Stand: 01.01.2006; 5) Stand: 31.12.1988. 5) Zugrunde gelegt wurde der Kameranteil der weiblichen Kammermitglieder in 16 Ingenieurkammern, Stand 30.06.2003, resultierend aus einer Umfrage der Bundesingenieurkammer.

**Anteil der Frauen unter den Selbstständigen in Freien Berufen in Deutschland (in %) 1988, 2001 und 2010 (jeweils zum 1.1.)**

Quelle: Institut für Freie Berufe, Nürnberg 2010

# Traditionen nutzen – Neues wagen

## Gründerinnen als Nachfolgerinnen

Nachfolge wird als Gründungsalternative immer stärker beworben. Die Chancen, mit einem eingeführten Betrieb und einer bekannten Marke zu starten, sind gut. Noch immer ist die Zahl der Frauen, die ein Unternehmen übernehmen, allerdings gering. Gründerinnen, die den Weg gehen, zeigen: Sie nutzen die Basis und entwickeln, wie jede andere Geschäftsfrau auch, ein sehr individuell geprägtes Unternehmen.







## Elke Maria Alberts alberts.architekten



### **Wissen, wie Menschen leben, und für sie bauen**

In Bielefeld-Sennestadt wurde 1956 eine neue Stadt gebaut. Elke Maria Alberts lebt und arbeitet hier, sie will helfen, die oft ungeliebte Architektur der 1950er Jahre mit neuem Leben zu füllen. Traditionen aufnehmen und weiterführen, das tut sie auch als Unternehmerin.





„Wenn ich darf, dann kann man sehen und spüren, wie das Haus steht und hält.“

ELKE MARIA ALBERTS, Bielefeld-Sennestadt

Ihr Vater war als Architekt ein Einzelkämpfer. Elke Maria Alberts arbeitet mit einem wachsenden multiprofessionellen Team. Das bedeutet auch, viele parallele Projekte gleichzeitig zu managen.

**Eines Tages klopfte Huibuh** ans Fenster und zog ein. Das Architekturbüro von Elke Maria Alberts ist seitdem ein „Büro mit Katze“, die Katze erklärtes Wappentier. „Katzen sind Ortesucher“, sagt die Unternehmerin lachend, „sie finden ihre Wohnung, sie passen zu unserer Arbeit.“

Seit 2007 ist Elke Maria Alberts Inhaberin der *alberts.architekten* in Bielefeld-Sennestadt. Sie führt das 1969 von ihrem Vater gegründete Unternehmen weiter, mit einem neuen Profil, einer neuen Mannschaft und als „junges Büro mit Erfahrung“. *alberts.architekten* ist spezialisiert auf die „soziale Architektur“. Diesen Begriff hat Elke Maria Alberts gewählt, um ihren Schwerpunkt und ihr Verständnis von Architektur zu beschreiben. Sie entwirft und plant Schulen, Kindergärten, Jugendeinrichtungen, Sozialstationen, barrierefreie Wohnungen für junge und alte Menschen. Ihr Büro hat in den vergangenen Jahren zwei neue Schulen gebaut und an zahlreichen anderen Gebäuden für Gruppen und Gemeinschaften im Rahmen von Sanierungen und Erweiterungen mitgewirkt. Das Besondere der sozialen Architektur? „Ich muss wissen, wie Menschen leben, damit ich für sie bauen kann.“

Die Flure der Mamre-Patmos-Schule in Bielefeld-Bethel zum Beispiel sind breit, sie haben erweiterte Nischen, sogenannte Stufenplätze. „Die Flure der Förderschule sind Be-

wegungsräume, die Kinder nutzen sie mit ihren Fahrzeugen, sie treffen sich hier, das sind Marktplätze“, sagt die Architektin. Was die Lehrkräfte wussten und als Bitte formuliert hatten, verstanden die Architekten tatsächlich erst nach dem Einzug der Kinder. „Nach einem halben Jahr waren die Wände im Flur renovierungsbedürftig. Da haben wir verstanden, was die Flure, die in anderen Gebäuden nur Zubringer sind, in dieser Schule bedeuten.“ Eine Erkenntnis, die in die Planung des nächsten Projektes Eingang fand. Auch die Förderschule der Stiftung Wittekindshof in Bad Oeynhausen, die nach einem Entwurf von *alberts.architekten* gebaut wird, hat breite Flure. Dass sie von einer besonderen Farbigkeit „umhüllt“ wird, ist da nicht mehr überraschend. „Meine Häuser sind ehrlich im Material“, sagt Elke Maria Alberts über ihren Stil. Im besten Fall kann man die Konstruktion erkennen, der Baustoff wird nicht „eingepackt“. „Wenn ich darf, dann kann man sehen und spüren, wie das Haus steht und hält.“

Elke Maria Alberts wollte immer Architektin und auch selbstständig sein. Dass sie ihre Gründung im ehemaligen Büro ihres Vaters vollzog, war allerdings nicht geplant. „Mein Vater war ein Einzelkämpfer“, sagt sie im Rückblick. Ihm fiel es nicht leicht, den Betrieb aus Altersgründen abzugeben. Die Tochter gab dem Büro dann bewusst ein neues Profil, sie entschied

sich mit ihrem Team zum Neuanfang und bleibt dem Standort Sennestadt zugleich entschieden treu.

Während ihr Vater jeweils an einem Großprojekt gearbeitet hatte und dann mit dem nächsten begann, ist die Arbeitsweise des Büros heute deutlich flexibler und umfassender. Viele Projekte laufen gleichzeitig, neben größeren Neubauten werden viele Sanierungsmaßnahmen realisiert. Das Büro entwickelt Konzepte für barrierefreies Wohnen und engagiert sich in der Architekturpädagogik. Das ist ein Schwerpunkt, den Elke Maria Alberts gewählt hat. So führte sie Architekturprojekte an Schulen durch und nahm am Programm „Architektur macht Schule“ teil, das von der Architektenkammer getragen wird. „Kinder lernen viel, wenn sie die Gebäude, in denen sie wohnen, nicht nur sehen, sondern wahrnehmen.“

In den ersten Jahren ist das Büro weiter gewachsen, „heute sitzen neun Leute am Mittagstisch“ – und die Anfang 2010 geborene Tochter der Unternehmerin. Noch ein Grund für neue und flexible Arbeitsweisen im Büro der *alberts.architekten*. ◀

#### Kontakt:

Elke Maria Alberts  
*alberts.architekten*  
 Bielefeld-Sennestadt  
[www.alberts-architekten.de](http://www.alberts-architekten.de)



## Kerstin Psondr Kostümverleih Kunterbunt



### **Laden und Kundschaft im neuen Gewand**

Ein besonderes Kostüm für Theateraufführungen, eine Feier oder ein Event. Mittelalter oder Barock, Nikolaus oder Halloween, Kommunion, Hochzeit oder Oktoberfest. Bei Kerstin Psondr in Duisburg-Homberg gibt es zu jedem Motto und zu jedem Anlass die passende Garderobe. Der Kostümverleih Kunterbunt schöpft aus einem riesigen Fundus von mehr als 10.000 Kostümen und Kleidern.



Bei Kerstin Psondr ist nicht nur zu Karneval Saison. Sie verleiht Kostüme, aber auch Braut- und Abendkleider. Der WDR kommt für TV-Produktionen immer mal wieder vorbei.

„Ich habe immer den festen Glauben und Willen, dass das so wird, wie ich mir das vorstelle.“

KERSTIN PSONDR, Duisburg-Homburg

**Der Kostümverleih** an der Auguststraße ist ein Geschäft mit Tradition. Seine Geschichte begann 1983 mit 30 Kostümen und einer Sammelleidenschaft der damaligen Inhaberrinnen. Aus dem kleinen Betrieb ist in fast 30 Jahren ein Unternehmen mit mehreren Angestellten und einer Fläche von 1.000 Quadratmetern gewachsen. Den Kostümverleih in dem ehemaligen Kaufhaus kennt Kerstin Psondr bereits, als sie hört, dass dieser zum Verkauf steht. Von innen gesehen hat sie ihn bis dahin nicht und auch die äußere Ansicht der 18 Schaufenster findet sie alles andere als attraktiv. „Der Laden sah sehr runtergekommen aus.“

Dass sie dennoch ein halbes Jahr später ihre Bank überzeugen kann, 150.000 Euro in die Hand nimmt und den Traditionsbetrieb übernimmt, ist das Ergebnis einer eingehenden Marktanalyse – und eines alten Traumes. Viele Jahre ist es her, dass sie über einen hochwertigen Secondhand-Laden nachdachte. Kerstin Psondr hat ein Faible für besonderen Trödel. Dass sie jemals in einer verwandten Branche ein Unternehmen gründen würde, war dennoch undenkbar. Als Angestellte saß sie immer fest im Sattel. Sie arbeitete für die RAG AG, bei der RAG Informatik und zuletzt, nach dem Kauf durch Siemens, unter neuer Flagge und „nicht mehr mit dem alten Sicherheitsgefühl“. Kerstin Psondr war mit ihrem Team zuständig für das Veranstal-

tungsmanagement im Unternehmen, sie weiß, dass sie ein Organisations-talent ist, sie ist zupackend und hält eine Menge Stress aus. Eigenschaften, die sie im Unternehmerinnen-Alltag gut gebrauchen kann.

Wochenlang hat Kerstin Psondr nach der Übernahme am 1. Mai 2009 ausgemistet. Viele Stücke waren nicht mehr zu gebrauchen und entsprachen nicht ihrem Anspruch von Sauberkeit und hoher Qualität. Heute ist jedes der 18 Schaufenster mit einem Motto dekoriert, im Laden selbst riecht es nach frischer Wäsche und nicht mehr nach muffigem Trödel. Zum siebenköpfigen Team gehören eine Schneiderin und eine Modedesignerin. „Wir schneiden unseren Kunden jedes Stück auf den Leib“, beschreibt sie die besondere Qualität.

Bis sich das allerdings herumgesprochen hatte, verging einige Zeit. „2009 blieben viele Kunden weg“, erzählt sie. „Die erste Zeit war fad. Der Laden war in einem desolaten Zustand. Wir hatten eine echte Durststrecke.“ Die Einnahmen reichten gerade, um die enormen Kosten zu decken. Sie kann erfolgreich eine niedrigere Miete verhandeln, für den Lebensunterhalt greift sie in den ersten Monaten auf Rücklagen zurück.

Kerstin Psondr bringt eine neue Ordnung in den Laden, sie entwickelt eine Website mit professionellen Fotos, positioniert das Sortiment neu, weil sie nicht will, dass dem Kostümverleih das Image eines Kar-

nevalsladens anhaftet. Sie verfolgt eine Werbestrategie, in der Anzeigen, Sponsoring und Empfehlungsmarketing ineinandergreifen. „Das Wichtigste sind zufriedene Kunden, die sind die allerbeste Werbung.“ Im Einkauf setzt sie auf Kommissionsverträge. Brautkleider übernimmt sie erst dann, wenn sie sie erfolgreich verleihen kann.

Der Kostümverleih hat ein großes Einzugsgebiet, im Umkreis von 100 Kilometern gibt es kein vergleichbares Angebot. Der Unternehmerinnenbrief sorgte 2009 für eine gute Presseresonanz – mit Folgen. „Seitdem bin ich in der Region bekannt“, lacht Kerstin Psondr. Für Veranstaltungen der Kammer oder Beiträge im Kundenmagazin der Bank wird sie gern eingeladen. Und das nicht nur, weil sie so schöne bunte Sachen hat – und diese fürs Foto auch mal trägt. Kerstin Psondr ist glücklich über ihren Schritt in die Selbstständigkeit und als mutige Gründerin ein Vorbild. „Ich habe immer den festen Glauben und Willen, dass das so wird, wie ich mir das vorstelle.“

#### Kontakt:

Kerstin Psondr  
Kostümverleih Kunterbunt  
Duisburg-Homburg  
[www.kostuemverleih-kunterbunt.de](http://www.kostuemverleih-kunterbunt.de)



## Jacqueline Minderjahn-Braun Bäder-Galerie



### **„Wir brauchen Leute, die mit anpacken“**

„Das war der beste Schritt, den die Minderjahn GmbH gehen konnte“, sagt Jacqueline Minderjahn-Braun voller Überzeugung. 2004 war es, als die Unternehmerin sich zur Gründung der Bäder-Galerie entschloss. Die Bank hatte dem Heizungs- und Sanitärbetrieb von Vater und Bruder den Kredit zur Erweiterung des Handwerksunternehmens verweigert. Jacqueline Minderjahn-Braun sah das Potenzial der Neuausrichtung und übernahm mit einem Gründungskredit selbst die unternehmerische Verantwortung.







In der Bäder-Galerie von Jacqueline Minderjahn-Braun können die Handwerker ihre Künste zeigen. Hier sollen in Zukunft auch Dampfbäder und Küchen präsentiert – und ausprobiert – werden.

„Sie müssen für alle geradestehen, auch für den Fliesenleger, der schräge Fugen macht, weil seine Freundin ihn verlassen hat.“

JACQUELINE MINDERJAHN-BRAUN, Stolberg

**Die Bäder-Galerie** ist mehr als eine Ausstellungsfläche in den alten Werkstattträumen. Hier werden nicht nur Bäder und Badeinrichtungen gezeigt, sondern zugleich die Leistungen aller beteiligten Handwerker. Denn das Besondere an dem Konzept, mit dem Jacqueline Minderjahn-Braun neue Kundenkreise erschloss: der Aufbau einer Handwerker-Kooperative mit handwerklichen Leistungen für das Bad aus einer Hand. „In der Galerie können die Handwerker ihre Künste zeigen.“ Vom Fliesenleger über den Tischler bis hin zum Heizungsbauer. Auf der Ausstellungsfläche werden kreative Badeinrichtungen für jede Raumgröße präsentiert. Die Badmöbel stammen ausschließlich maßgefertigt von Betrieben aus der Region. Mit Anzeigenwerbung, Aktionstagen und Tagen der Offenen Tür holt Jacqueline Minderjahn-Braun die Kunden ins Haus. Die Unternehmerin selbst ist für Beratung, Planung und Verkauf zuständig. Ihr Bruder setzt die Ideen gemeinsam mit den kooperierenden Betrieben um.

Jacqueline Minderjahn-Braun war 1996, kurz vor der Geburt ihrer Tochter, zunächst angestellt in den Familienbetrieb eingestiegen. Trotz Aussicht auf Karriere und Aufstieg wollte die Einzelhandelskauffrau und Betriebswirtin nicht mehr täglich zu ihrem Arbeitsplatz nach Köln pendeln.

Im heimischen Stolberg begann sie zunächst, die Mitarbeiter zu schulen, die Kundenorientierung in den Mittelpunkt zu rücken, die betrieblichen Abläufe zu verbessern und EDV-gestützt zu organisieren.

„Wo Sie auch sind, jeder hat schlechte Erfahrungen mit Handwerkern gemacht“, erzählt Jacqueline Minderjahn-Braun. „Diesen Punkt habe ich aufgegriffen, weil ich wusste: Das kann man anders organisieren.“ Das war die Idee für die Handwerker-Kooperative. „Die Leute bekommen einen Termin – und eine Abrechnung.“

Der Minderjahn GmbH gelang es, sich schrittweise aus dem Preiskampf auf dem Neubausektor zurückzuziehen und die Badsanierung und damit das Privatkundengeschäft in den Vordergrund zu rücken. „Auf dem preissensiblen Neubausektor kann der qualitäts- und kundendienstorientierte Handwerksbetrieb nicht konkurrenzfähig sein“, so die Erfahrung der Unternehmerin. Während das Unternehmen 1996 seine Aufträge noch ausschließlich aus Neubauten bezog, macht es heute mit zehn Beschäftigten 80 Prozent seines Geschäftes mit Privatkunden.

„Natürlich haben wir auch Lehrgeld gezahlt“, sagt Jacqueline Minderjahn-Braun über Fehler in den ersten Jahren. Alles aus einer Hand anzubieten, sei ein anstrengender Service.

„Sie müssen für alle geradestehen, auch für den Fliesenleger, der schräge Fugen macht, weil seine Freundin ihn verlassen hat.“ Von Anfang an wurden die Kooperationen per Handschlag vereinbart, heute macht die Unternehmerin immer noch keine Verträge mit den Kollegen. Verbindlichkeit und Vertrauen sei die Basis einer guten Zusammenarbeit. Und noch etwas hat sich gezeigt: Kleine Betriebe sind die idealen Partner. „Wir brauchen Leute, die auch selbst mit anpacken und die Bodenhaftung nicht verloren haben. Dann begegnet man sich auf Augenhöhe.“ ◀◀

#### Kontakt:

Jacqueline Minderjahn-Braun  
Bäder-Galerie  
Stolberg  
[www.minderjahn.eu](http://www.minderjahn.eu)



## Das muss nicht teuer sein

Jutta Beyrow, B3 – Beyrow Business Beratung, Gelsenkirchen

### Warum ist die Nachfolge für so wenige Frauen eine Alternative zur Neugründung?

JUTTA BEYROW: Zum einen, weil Frauen von ihrer Selbstständigkeit ganz eigene Vorstellungen haben und in einer Nachfolge zu wenig Raum für ihre eigenen Ideen sehen. Zum anderen stellen sich viele Frauen vor, dass ein Unternehmen zur Übernahme ein großer Betrieb mit Beschäftigten ist und eine Nachfolge sehr teuer wird. Und da Frauen oft über weniger Kapital verfügen, beschäftigen sie sich erst gar nicht mit dem Gedanken.

### Raten Sie Frauen, bei einer Gründungsidee erst einmal zu gucken, ob es vielleicht ein eingeführtes Unternehmen zur Übernahme gibt?

Grundsätzlich sage ich das immer. Denn auch im Dienstleistungsbereich, ob das ein Ingenieurbüro oder eine Fußpflegepraxis ist, ist Nachfolge immer eine interessante Alternative. Im Bereich der Heilberufe entwickelt sich das Thema derzeit sehr stark und verfestigt sich.

### Wie finden Frauen denn ein Unternehmen zur Übernahme, vor allem

### wenn es sich eher um freiberufliche oder Kleingründungen handelt? Die stehen doch eher selten in den entsprechenden Datenbanken.

Das stimmt, die ungefilterten Datenbanken sind hier keine optimale Quelle. Zu recherchieren, welche Unternehmen wirklich lohnenswert sind und (noch) einen entsprechenden Wert haben, ist für eine Kleingründerin viel zu aufwendig. Ich rate eher dazu, alte Arbeitgeber anzusprechen. Gut sind auch Kontakte zu Verbänden oder die Durchsicht von Fachzeitschriften. Was uns immer noch fehlt, ist eine transparente Börse, in der nur wirtschaftlich funktionierende Betriebe gelistet werden.

### Gerade kleine Unternehmen haben „Persönlichkeit“. Was ist wichtig, damit der Übergang gelingt?

Am erfolgreichsten sind die übernommenen Unternehmen, die eine parallele Einarbeitung haben. Wenn die Nachfolgerin eine Zeitlang gemeinsam mit der bisherigen Inhaberin oder dem bisherigen Inhaber den Betrieb führt und so Beziehungen zu Kundschaft und Lieferanten aufbauen kann, ist das absolut von Vorteil. So wächst Vertrauen, und das ist in kleinen Unternehmen enorm wichtig. Dann können die Kundinnen und Kunden sehen: Das ist im Sinne der

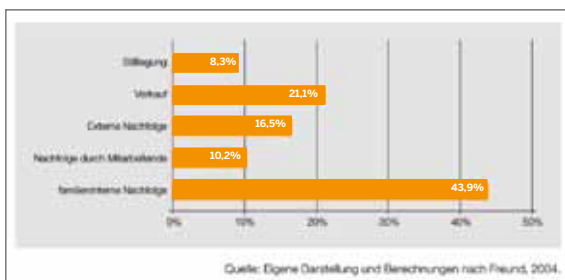
Vorgängerin, die Neue krempelt nicht alles um ... Bei jeder Übernahme springen Leute ab, das ist ein ganz normaler Prozess und sollte auch niemanden verunsichern. Aber das Risiko kann man schmälern, wenn man für Vertrauen sorgt.

### Wann würden Sie Gründerinnen von einer Nachfolge abraten? Ist jede gute Gründerin auch eine gute Nachfolgerin?

Wenn sie zu uns in die Beratung kommen, dann haben sie oft schon eine genaue Idee im Kopf und wollen keine Kompromisse eingehen. Dann rate ich auch von einer Nachfolge ab. Möglich ist eine Orientierung in Richtung Nachfolge auch in der fortgeschrittenen Planungsphase, wenn es um eine reine Dienstleistung geht, wie z. B. ein Übersetzungsbüro oder einen Büroservice, denn dann geht es häufig primär um die Übernahme eines Kundenstamms. Die Übernahme eines Einzelhandels beispielsweise ist in dieser Phase eher schwierig, da die zukünftige Unternehmerin sowohl hinsichtlich des Standorts als auch der Räumlichkeiten auf ihre Planung fixiert ist und nur in den seltensten Fällen zu Kompromissen bereit ist.

**Jutta Beyrow ist U-Brief-Patin in Emscher-Lippe.**

## Nachfolgeregelungen in Deutschland 2005 bis 2009



## Jährliche Unternehmensübertragungen und betroffene Beschäftigte nach Übertragungsursache im Zeitraum 2010 - 2014



„Eine Nachfolge bietet vom ersten Tag an Gestaltungsspielräume für die eigene Kreativität. Denn viele mittelständische Unternehmen, die auf die Person des Inhabers zugeschnitten sind, haben mit einer Übergabe einen hohen Restrukturierungsbedarf. Eine Nachfolgerin muss nicht am Punkt null anfangen, sie muss nicht alles selbst machen wie bei einer Gründung.“

IRIS KRONENBITTER,  
Leiterin bga – bundesweite gründerinnenagentur

# „Die Reißleine ziehen, bevor man alles verliert“

Ein Gespräch mit Carola Römer über Angst in der Krise und Erfahrungen mit der Insolvenz

Carola Römer war 30 Jahre lang Unternehmerin. 1978 machte sie sich mit einem kleinen Autohandel und einer Werkstatt in Münster selbstständig. Sie war ab 1980 Vertragshändlerin, zunächst mit einem Autohaus, später mit zwei Standorten. „Das Autohaus, wo frau sie berät“ war jahrelang der gelebte Slogan von römer motors. Anfang 2007 hatte Carola Römer das zweite Haus eröffnet, um im Vertrag mit dem Konzern bleiben zu können. Damit begann die Krise des Unternehmens. Am 1.7.2008 war die römer motors GmbH & Co KG insolvent und geschlossen. Durch private Bürgschaften verlor Carola Römer auch ihr gesamtes privates Vermögen. Heute arbeitet sie angestellt bei einem Bildungsträger. Sie hat eine Weiterbildung zum Systemischen Coach und Jobcoach absolviert. In der Beratung von Arbeitsuchenden kennt sie beide Perspektiven: die der Arbeitgeberin und die der Arbeitnehmerin.

**Frau Römer, Sie waren eine engagierte Unternehmerin in Münster, in Netzwerken aktiv, U-Brief-Patin. Als ich Sie jetzt gesucht habe, konnte ich Sie kaum finden. Im Internet gibt es nur noch die Berichte über Ihre Insolvenz 2008.**

CAROLA RÖMER: Das ist leider so. Es gab mich als Unternehmerin Carola Römer, als Inhaberin der Autohäuser. Eine Insolvenz ist nicht nur ein finanzieller Ruin, das ist ein kompletter Identitätsverlust.

**Wie kam es zur Insolvenz?**

2006 hat der Konzern alle Verträge gekündigt. In bestimmten Städten sollte nur noch ein Händler die Marke vertreten. Bis dahin hatten wir mit zwei Händlern für diese Marke in Münster – einer im Norden, einer im

**Meine Sorge war: Was passiert, wenn ich sage, dass ich Hilfe brauche? Wenn sich das rumspricht ...**

Süden – eine gute Koexistenz. Ich habe dann in alle Richtungen verhandelt und erreicht, dass ich den Zuschlag bekomme, Auflage war aber, dass ich zwei Häuser führe.

**Das war ein Fehler?**

Der erste Fehler war, dass ich aus

Angst heraus agiert habe. Ich wollte die Marke auf keinen Fall verlieren, konnte mir nicht vorstellen, nur als Jahres- und Gebrauchtwagenhändlerin zu agieren oder ein anderes Fabrikat zu vertreten. Man verbindet sich ja auch emotional mit einer Marke. Außerdem hatte ich gerade an meinem ersten Standort viel investiert, die Halle komplett renoviert.

**Und der zweite Fehler?**

Der zweite Fehler war, dass ich zu vertrauensvoll Verträge unterschrieben und sie nicht wirklich durchdacht habe. Dass ich Investitionen in gepachtete Immobilien nicht ausreichend abgesichert habe. Und dass der Kollege, dem der Vertrag dann ebenfalls gekündigt worden war, mit einer Klage Erfolg haben könnte, sodass wir plötzlich in der allgemeinen Wirtschaftskrise drei Autohäuser dieser Marke in Münster hatten. Diese Möglichkeit hatte ich nicht bedacht.

**Wer hat Sie in dieser Zeit beraten?**

Ich hatte zwar einen Berater, der mich aber ausgerechnet in dieser Zeit nicht wirklich gut unterstützt hat. Ich hätte mir jemanden gewünscht, mit dem ich mich tatsächlich, und nicht nur zwischen Suppe und Kartoffeln, austauschen kann.

**Sie waren in vielen Netzwerken aktiv. Gab es da keinen Austausch?**

Nein, so war der Kontakt nicht. Ich habe mich selbst auch nicht wirklich in der Lage gesehen, über diese Krise zu sprechen. Meine Sorge war: Was passiert, wenn ich sage, dass ich Hilfe brauche? Wenn sich das rumspricht ... Außerdem habe ich mich immer in der Rolle derjenigen gesehen, die andere unterstützt: Frauen in der Automobilbranche, Mädchen im Handwerk, andere Unternehmerinnen und meine eigenen Mitarbeiter und Mitarbeite-

**Was ich vergessen hatte, das war das Vertrauen in meine eigenen unternehmerischen Stärken.**

rinnen. Als ich selbst Hilfe brauchte, wusste ich nicht, wem ich mich anvertrauen sollte. Außerdem war mein Problem so branchenspezifisch, da hätte ich jemanden aus der Branche gebraucht.

**Gibt es dort Netzwerke?**

Ja. Aber die Branche ist immer noch stark männlich dominiert. Da ist die Konkurrenz groß.

**Wie haben Sie die Zeit im Unternehmen erlebt, als die Krise sich zuspitzte?**

Ich habe in dieser Zeit, als ich die neuen Verträge unterschrieb, nicht mehr mit der Überlegung und Gelassenheit gehandelt wie man das als Geschäftsfrau tun muss. Mein langjähriger Berater war mit anderen Dingen zu stark eingebunden. Es ging alles ziemlich

### Die ganze Zeit ist man wie in einem Schockzustand, wie paralyisiert. Man wickelt seine eigene Firma ab.

schnell. Was ich vergessen hatte, das war das Vertrauen in meine eigenen unternehmerischen Stärken, das Gefühl, auch ohne diesen Vertragspartner weiter als Händlerin erfolgreich arbeiten zu können.

#### Es hätte eine Alternative gegeben?

Ja, natürlich. Ich hätte mich auf andere Marken besinnen können. Auf das „Autohaus, wo frau sie berät“. Das konnte ich zu dem Zeitpunkt nicht sehen.

#### Und dann kam die Insolvenz. Wie lief das ab?

Mit Hilfe einer Anwältin habe ich den Insolvenzantrag beim Amtsgericht gestellt. Kurz darauf kamen drei Herren in grauen Anzügen mit großen Karossen und Aktentaschen, die Insolvenzverwalter. Ab dem Moment ist man handlungsunfähig. Alle werden informiert, alle wissen Bescheid. Sie brauchen für jedes Ersatzteil, das sie kaufen wollen, eine Genehmigung. Wir haben dann noch drei Monate weitergearbeitet. Die Verhandlungen mit dem Konzern, um den Betrieb z. B. wieder auf ein Autohaus zu begrenzen, waren erfolglos. Die ganze Zeit ist man wie in einem Schockzustand, wie paralyisiert. Man wickelt seine eigene Firma ab. Am letzten Tag, fast auf den Tag genau mein 30-jähriges Firmenjubiläum, habe ich den Schlüssel abgegeben. Vorher hatte ich alle Autos abgemeldet, die Briefe für die Insolvenzverwalter bereitgelegt. Dann bin ich dort nie wieder gewesen.

#### Was haben Sie verloren?

Alles. Ich habe mein Häuschen verkauft, meine Lebensversicherungen aufgelöst. Mit einem Autohaus bewegen Sie eine Menge Geld, bei der Bank bürden Sie immer mit Ihrem privaten Vermögen. Alle Lieferanten haben ihr Geld bekommen, alle Löhne und Mieten etc. konnten bezahlt werden. Das war für mich übrigens eine gute Erfahrung: Ich bin meinen Kunden immer offen, ehrlich und transparent begegnet. Ich habe lange geglaubt, ich könnte das Unternehmen retten, und sie haben mich darin unterstützt. Das war eine große Solidarität, ein großes Geschenk.

#### Was ist aus den alten Netzwerkkontakten geworden?

Ich werde immer noch eingeladen, alle sind sehr unterstützend. Aber ich gehöre da nicht mehr wirklich hin, ich bin keine Unternehmerin mehr. Aber etliche persönliche Kontakte sind geblieben und so richtig kann ich das Netzwerken nicht lassen, weil es so wichtig und bereichernd im Leben ist.

#### Wie gelingt der Rollenwechsel – von der Unternehmerin mit 30 Jahren Erfahrung zur Angestellten?

Das ist manchmal etwas komisch, was auch etwas mit dem eigenen Selbstwertgefühl zu tun hat. Aber ich habe immer im Team gearbeitet. Natürlich trifft man als Unternehmerin letztlich die Entscheidung, aber man kann nur gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zusammen etwas erreichen, so wie auch jetzt mit den Kolleginnen und Kollegen.

#### Lässt sich im Rückblick aus den Erfahrungen in der Krise ein Rat für Unternehmerinnen formulieren?

Das weiß ich nicht. Sich nicht zu etwas drängen zu lassen, nichts zu unterschreiben ohne fundierte Überprüfung ... aber das sind alles Binsenweisheiten. Außerdem: In 30 Jahren im Unternehmen erlebt man so viele Höhen und Tiefen. Man gewöhnt sich

an diesen Zustand, auch an wiederkehrende Sorgen – und man vertraut auf das Glück. Natürlich geht es um unternehmerisches Können, aber immer auch um Glück. Als Unternehmerin musst du einfach risikobereit sein.

#### Wo verläuft die Grenze? Wie kann man erkennen, dass der Zeitpunkt da ist, wo es nicht wieder aufwärts geht?

Auch das weiß ich nicht. Das muss vermutlich jede für sich herausfinden. Die Reißleine zu ziehen, bevor man alles verliert, ist wichtig, rechtzeitig darüber zu sprechen, den Austausch zu suchen. Das habe ich mir intensiver gewünscht. Aber ich wusste auch nicht, wen ich fragen sollte, wer ehrlich und neutral genug ist. Man muss es irgendwo sagen, man muss sich

### In 30 Jahren im Unternehmen erlebt man so viele Höhen und Tiefen. Man gewöhnt sich an diesen Zustand, auch an wiederkehrende Sorgen – und man vertraut auf das Glück.

Unterstützung holen. Egal wo. Und da ist ein Insolvenzverwalter sicher der Letzte. Der kümmert sich zwar, vor allem um die Abwicklung, aber schlussendlich steht man mit dem privaten Scherbenhaufen allein da.

#### Könnten Sie sich vorstellen, noch einmal selbstständig zu sein?

Ja, natürlich! Aber ich genieße auch sehr meine neue Tätigkeit, wo ich mein Wissen und meine Erfahrungen einbringen kann und sehr viel Neues und Spannendes dazulerne.

**Carola Römer ist U-Brief-Patin im Münsterland.**

## Kontakt zum Unternehmerinnenbrief NRW

### Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes NRW

Referat Chancengleichheit in der  
Wirtschaft

Andrea Göhlich

Horionplatz 1

40213 Düsseldorf

Tel.: 02 11/ 86 18 - 45 71

Fax: 02 11/ 86 18 - 5 45 71

andrea.goehlich@mgepa.nrw.de

### Überregionales Projektbüro FrauenForum e. V.

Brigitte Sträßer, Christel Zeisler

Warendorfer Str. 3

48145 Münster

Tel.: 02 51/ 55 66 9

Fax: 02 51/ 4 02 15

info@unternehmerinnenbrief.de

### DIE REGIONALEN PROJEKTBÜROS

#### WIRTSCHAFTSREGION AACHEN

##### Stadt Aachen

##### Fachbereich Wirtschaftsförderung/ Europäische Angelegenheiten

Sven Pennings

Haus Löwenstein/Markt 39

52058 Aachen

Tel.: 02 41/ 4 32 - 76 13

sven.pennings@mail.aachen.de

##### Stadt Aachen

Gleichstellungsbeauftragte

Roswitha Damen

Habsburger Allee 11

52064 Aachen

Tel.: 02 41/ 432 - 74 57 /-73 07

Fax: 02 41/ 41 35 41 79 99

roswitha.damen@mail.aachen.de

#### EMSCHER-LIPPE

##### B3 – Beyrow Business Beratung

Jutta Beyrow, Stefanie Salewski

Emil-Zimmermann-Allee 24

45897 Gelsenkirchen

Tel.: 02 09/ 1 55 16 63

Fax: 02 09/ 1 55 16 64

info@b3-beyrow.de

#### HELLWEG-SAUERLAND

##### Industrie- und Handelskammer Arnsberg

Elisabeth Susewind

Königstraße 18-20

59821 Arnsberg

Tel.: 0 29 31/ 87 8 - 205

Fax: 0 29 31/ 87 8 - 173

susewind@arnsberg.ihk.de

#### RHEIN-WUPPER

##### Kreis Mettmann

##### Wirtschaftsförderung

Nicole Faber-Zisselmar

Düsseldorfer Straße 26

40822 Mettmann

Tel.: 0 21 04/ 99 26 13

Fax: 0 21 04/ 99 56 18

unternehmerinnenbrief

@kreis-mettmann.de

#### MÜNSTERLAND

##### FrauenForum e. V.

Brigitte Sträßer, Christel Zeisler

Warendorfer Str. 3

48145 Münster

Tel.: 02 51/ 55 66 9

Fax: 02 51/ 4 02 15

frauen@muenster.de

##### frau und beruf

##### werkstatt: unternehmerin

Franziska Lengers

Pohlstr. 11

48366 Laer

Tel.: 0 25 54/ 89 01

f-lengers@web.de

#### OSTWESTFALEN-LIPPE

##### Gleichstellungsstelle

##### für Frauenfragen

##### Stadt Bielefeld

Marlies Pelster-Wend

Niederwall 25

33602 Bielefeld

Tel.: 05 21/ 51 20 18

Fax: 05 21/ 51 20 02

marlies.pelster@bielefeld.de

#### RHEINLAND

Uta Doberitz

Im Dohm 2

53225 Bonn

Tel.: 01 73/ 7 19 48 31

uta.doberitz@ldc.de

#### NIEDERRHEIN

##### Stadt Duisburg

##### Duisburger Zentrum Frau –

##### Beruf – Wirtschaft

Magdalena Kowalczyk,

Irene Schiefen, Karin Schillings

Bismarckstr. 150-158

47057 Duisburg

Tel.: 02 03/ 2 83 - 49 97

/-28 23 /-22 49

Fax: 02 03/ 2 83 - 46 41

u-brief.niederrhein@

stadt-duisburg.de

#### MÜLHEIM-ESSEN-OBERHAUSEN

##### Mülheim & Business GmbH

##### Wirtschaftsförderung

Dr. Uta Willim

Wiesenstr. 35

45473 Mülheim an der Ruhr

Tel.: 02 08/ 48 48 52

Fax: 02 08/ 48 48 49

u.willim@muelheim-business.de

#### KREIS UNNA UND

#### ANGRENZENDE REGIONEN

##### Wirtschaftsförderungs-

##### gesellschaft für den

##### Kreis Unna mbH

Ralf Niederlaak

Friedrich-Ebert-Str. 19

59425 Unna

Tel.: 0 23 03/ 27 24 90

rn@wfg-kreis-unna.de



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Ministerium für Gesundheit,  
Emanzipation, Pflege und Alter  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf  
Telefon 02 11/ 86 18 - 50  
[info@mgepa.nrw.de](mailto:info@mgepa.nrw.de)  
[www.mgepa.nrw.de](http://www.mgepa.nrw.de)

