



„einfach schön“: Der Naturkosmetikladen von Susanne Arlt (links) und Franziska Lubnau läuft so, wie er heißt

Fotos: Jens Passoth, privat (2)

WIR SIND JETZT EINE FIRMA

Die eigene Chefin sein, Pläne wahr machen, gutes Geld verdienen – und das alles gleich doppelt. Warum Frauen so erfolgreich sind, wenn sie sich als Team selbstständig machen. Plus Service: Was Gründerinnen wissen müssen

TEXT: ANGELIKA DIETRICH

Als kurz vor der Eröffnung ihres Ladens das Küchenregal von der Wand und alles Geschirr auf den Boden krachte – da sagten Susanne Arlt und Franziska Lubnau nur: „Scherben bringen Glück.“ Dann zogen sie die Tür zum Hinterzimmer zu. Ein Regal-Absturz war nichts im Vergleich zu den anderen Hürden, die beide Frauen nahmen, bis sie im Herbst 2008 in Berlin ihren Naturkosmetikladen „einfach schön“ eröffnen konnten: monatelang auf die Kreditzusage von der Bank warten und trotzdem schon über Umbauten entscheiden; mit einem komplizierten Beinbruch im Krankenhaus liegen und hören, dass die Geschäftspartnerin

auch ins Krankenhaus muss; sich in Kundinnen hineinversetzen und aus einem Mega-Angebot ein Start-Sortiment an Düften, Cremes und Seifen zusammenstellen. Selbständigkeit liegt offenbar im Trend. 2009 gründeten etwa 872 000 Bundesbürger ihr eigenes Geschäft, immerhin ein Plus von 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Fast vier von zehn der neuen Selbständigen sind Frauen, und etwa jede fünfte Gründung erfolgt im Team. Vorher sollte man allerdings die wichtigsten Fragen mit einem klaren Ja beantworten können: Wollen beide wirklich das Gleiche? Ist es jede für sich gewohnt, selbständig zu arbeiten? Haben sie einen vergleichbaren Mut zum

Risiko? Bringen sie Kontakte mit? Ergänzen sich die fachlichen Kenntnisse? Verstehen sie sich auf privater Ebene?

„Ja“, sagten Susanne Arlt, 33, und Franziska Lubnau, 44, „das passt bei uns.“ Sie lernten einander kennen, als sich die Visagistin Arlt während ihrer Schwangerschaft etwas Gutes tun wollte und eine Gesichtsbildung bei der Kosmetikerin Lubnau buchte. Die beiden kamen ins Gespräch, Franziska Lubnau erzählte, dass sie nicht mehr allein ihre eigene Chefin sein wollte: „Ich hatte Angst, dass ich zu eigenbrötlerisch werde.“ Und Susanne Arlt wollte sich umorientieren, statt in Parfümerien Promotion für angestammte Unternehmen

der Kosmetikindustrie zu machen, viel lieber Naturkosmetik verkaufen. Talente, die sich ideal ergänzen: die „geborene Verkäuferin“ Arlt und die Kosmetikerin Lubnau, die einmal pro Woche in der Hautklinik arbeitet und sich mit Allergien auskennt. Beide waren sich schnell einig. Der Nachteil: Sie kannten einander kaum. „Ursprünglich wollte ich so was mit meiner besten Freundin machen“, sagt Susanne Arlt. „Aber sie und ich, wir haben uns dagegen entschieden.“ Was vielleicht gar nicht dumm war. Denn wenn zwei Freundinnen zu Kolleginnen werden, kann das durchaus Probleme geben: Eine Freundin kennt zwar die Sorgen und die Vorlie-

ben der anderen, aber normalerweise nicht ihre Arbeitsweise. Und vieles besprechen sie nicht, weil sie denken: „Die kenne ich ja.“ Bis dann der Knatsch im Büro die Freundschaft ernsthaft belastet.

Dass es auch anders ausgehen kann, wenn man Probleme von vornherein einkalkuliert, zeigt die Geschichte von Birgitt und Gisela Ohlerich, beide 51: Sie sind beste Freundinnen seit der Gymnasialzeit, Birgitt heiratet Giselas Bruder, beide Frauen



Führen eine Steuerkanzlei: die Schwägerinnen Gisela (l.) und Birgitt Ohlerich

sind Steuerberaterin, arbeiten aber in verschiedenen Kanzleien, Birgitt bald als Partnerin. Als ihr Sozium stirbt, denkt sie lange auf Alternativen herum, will Privates und Berufliches eigentlich nicht verknüpfen, fragt dann aber doch ihre Freundin und Schwägerin Gisela, ob sie bei ihr in die Steuerkanzlei einsteigen will.

Um herauszufinden, ob beruflich alles so gut läuft wie privat, vereinbarten sie eine gemeinsame Probezeit – einen Monat lang kommt Gisela abends in die Kanzlei ihrer Schwägerin. „Wir haben gleich erkannt, dass wir viel ähnlicher arbeiten als vorher gedacht“, sagt Gisela Ohlerich. Auch als die Entscheidung längst gefallen ist, sitzen sie noch jeden Abend zusammen, besprechen, wie sie ein Team führen, wie man damit umgeht, wenn man zehn Jahre lang angestellt war und plötzlich Vorgesetzte ist. Inzwischen ist die Kanzlei auf 14 Mitarbeiter angewachsen – doppelt so viele wie damals, als Birgitt erst mal allein vor der Übernahme stand. Und weil sie nie aufgehört haben, alles zu bereden, haben sie auch Konflikte durchgestanden, die andernfalls Firma und Freundschaft belastet hätten. Im Gegensatz zu Birgitt und Gisela Ohlerich, die eine bestehende Firma vergrößern

konnten, mussten die Gründerinnen von „einfach schön“ zunächst eine große Herausforderung bewältigen: den Businessplan. Der stellt die Geschäftsidee vor, analysiert die Marktchancen, kalkuliert Ausgaben und Umsätze. Und ohne ihn gibt's kein Geld von Banken und Investoren.

Die beiden Naturkosmetikerinnen Susanne Arlt und Franziska Lubnau verstanden zunächst nur Bahnhof, als von Aval-Kredit oder Kontokorrent-Kredit die Rede war. Die „toughe Sparkassen-Beraterin“, so erinnert sich Franziska Lubnau, ließ den Businessplan „zum 500. Mal umschreiben“. Aber sie gab ihnen auch viele nützliche Tipps. Damit überzeugten sie am Ende dann den Banker, der zwar von Naturkosmetik keine Ahnung hatte – aber das letzte Wort in Sachen Finanzierung.

Die beiden Gründerinnen des Biotechnologie-Unternehmens Spherotec GmbH in Martinsried hatten Glück: Bei dem schwierigen Part mit dem Businessplan wurden sie von BWL-Studenten unterstützt, die darüber eine Seminararbeit erstellen sollten. Die Geschäftsidee hatten Barbara Mayer, habilitierte Biologin, 46, und die plastische Chirurgen Ilona Funke, 52, längst im Kopf: die Wirksamkeit von Krebsmedikamenten individuell für den Patienten ausloten und – als weiterer



Erfolgreich mit Biotechnologie: Chirurgen Ilona Funke (l.) und Biologin Barbara Mayer

Geschäftszweig – Medikamententests für Pharmafirmen durchführen. Weil sich Forscherinnen aber vornehmlich für Forschungsergebnisse und eher wenig für Zahlen und Bilanzen interessieren, wäre Spherotec wohl für immer ein Plan und in der Schublade geblieben. Die Erfolge beim „Münchener Businessplan Wettbewerb“ jedoch waren für Barbara Mayer und Ilona

Funke Ansporn genug. Sie lernten, „wie man aus einem naturwissenschaftlichen Projekt ein Geschäft macht“, und dies: „Zwischen der Idee, ein Unternehmen zu gründen, und der Realität – das sind Welten.“ Aber die Eroberung ist gelungen: Drei Jahre nach der Gründung, für die

Investoren bis zu siebenstellige Summen bereitstellten, erhielten die Wissenschaftlerinnen für ihr innovatives Firmenkonzept den „Darboven Idee-Förderpreis“. Auch dass der Naturkosmetikkladen „einfach schön“ so läuft, wie er heißt, können die Inhaberinnen Susanne Arlt und Fran-

ziska Lubnau inzwischen als Erfolg hoch zwei verbuchen. Ein Ereignis hat quasi Symbolcharakter: Vor einem halben Jahr ist zum zweiten Mal ein Regal runtergekracht – die Aktenordner, die ihre erfolgreichen Geschäfte dokumentieren, waren einfach zu schwer geworden. □

Gründen im Team: So gelingt es

Geschäftsidee

Zum An- und Aufwärmen: Fragen Sie, was Freunde und Bekannte von Ihrer Idee halten – und wer bereit wäre, für ein solches Produkt oder diese Dienstleistung zu zahlen. Beantworten Sie rechtzeitig auch die folgenden Fragen: Verfolgen beide Team-Gründerinnen wirklich die gleichen Ziele, bringen sie unterschiedliche Kompetenzen mit, damit sie sich ergänzen und nicht gegenseitig Konkurrenz machen? Ideal, wenn sich das Team Arbeitsaufwand und Startkapital teilen kann. So lassen sich Zeit und Ressourcen am besten nutzen.

Partnerwahl

Vorteil Kollegin: Man kennt ihre Arbeitsweise. Vorteil Freundin: Man kennt sich, kann sich aufeinander verlassen. Qualifikation, Kompetenz, Stärken und Schwächen der Partnerin lassen sich relativ gut einschätzen. Jenseits des Fachlichen müssen aber auch andere Punkte geklärt werden: Stimmt die Chemie im Gründungsteam? Welche Erwartungen haben die Beteiligten? Und welche Befürchtungen? Wie hat die eine oder die andere in der Vergangenheit bereits Krisen gemeistert?

Gründungsberatung

Ganz wichtig, egal, ob Sie allein oder im Team gründen: Lassen Sie sich vorher auf jeden Fall professionell beraten. Damit Sie von vornherein mit Ihrer Geschäftsidee in die richtige Richtung denken. Damit Sie wissen, wie Sie ans Startkapital kommen. Damit Sie einen erfolgreichen Businessplan schreiben können. Existenzgründungs-Beratungen werden meist bis zu einer bestimmten Höhe öffentlich gefördert. Das ist allerdings in jedem Bundesland anders geregelt. Erkundigen

Sie sich deshalb vorher bei der „bundesweiten gründerinnenagentur“ (bga) nach Berater/innen und Konditionen in Ihrer Region – telefonisch: 07 11/123-25 32 oder per Mail: bga@gruenderinnenagentur.de. Online-Infos, z. B. auch zu Themen wie Unternehmensnachfolge und Vernetzung, unter www.gruenderinnenagentur.de.

Businessplan

Ohne Businessplan gibt es kein Geld von Banken und Investoren. Neben Geschäftsidee und Marktanalysen sollte darin stehen, wer welche Aufgaben übernimmt und wer wie viel arbeitet. Eine solche Aufteilung, die persönlichen Kompetenzen und geschäftlichen Ziele (wo stehen wir in zwei oder fünf Jahren?) sollte jede Gründungspartnerin zunächst für sich allein überlegen. Erst dann können beide gemeinsam klären: Wo fehlt uns Wissen, was müssen wir zukaufen und bei wem?

Organisation

Welche Rechtsform für ein Unternehmen am besten geeignet ist, hängt von den Gründerinnen und der Idee ab. Eine **GbR** (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) ist überschaubar, man braucht keinen Vertrag und kein Mindestkapital. Aber: Alle Beteiligten haften mit ihrem Privatvermögen. Beschränkt bleibt die Haftung – wie der Name schon sagt – bei einer **GmbH**. Allerdings müssen mindestens 25 000 Euro Gründungskapital eingebracht werden. Bei einer **Genossenschaft** sind mindestens drei Gründungspersonen nötig. Alle haben die gleichen Anteile und Stimmrechte. Frauen gefällt das: Sie arbeiten gern demokratisch und teamorientiert zusammen. Vielversprechend: Es ist die Rechtsform mit der niedrigsten Insolvenzquote.

Finanzierung

Bevor Frauen bei Banken fragen, versuchen sie oft, sich in der Familie oder bei Freunden das Startkapital zu leihen. Was später problematisch werden kann – vor allem, wenn informelle Kredite nicht schriftlich besiegelt wurden. Falls Gründerinnen sich aber doch für einen Bankkredit entscheiden, ist dieser immer wieder zu knapp bemessen. Gerade im Dienstleistungsbereich kommt das häufig vor. Auf jeden Fall sollte eine Gründerin Eigenkapital zuschießen können, sonst gibt's bei der Finanzierung von Anfang an eine Schieflage.

Auf das Bankengespräch vorbereiten kann man sich mit einem virtuellen Banker im Internet (www.existenzgruender.de, Stichwort „Gründung finanzieren“). Oder man wendet sich erst mal an eine Bank, von der man eigentlich gar nichts will – quasi als Testlauf. Ist der analysiert, geht man zur geplanten Bank. Angenehmer Nebeneffekt eines Gründungsteams: Vor allem bei hohen Summen ist die Sorge geringer, wenn man nicht allein ist. Auch Banken oder Investoren sind Teams lieber, denn zwei oder drei Kreditnehmer sind sicherer als einer.

Verträge

Halten Sie schon vor dem Start alle Absprachen vertraglich fest – etwa in einem Gesellschaftsvertrag. Darin sollte auch stehen, was passiert, wenn sich die Lebensverhältnisse ändern: z. B. wenn ein Kind kommt oder jemand ins Ausland muss. Ebenso wichtig ist es auch, für den Fall der Fälle eine Trennung einvernehmlich zu regeln. Liegt man erst mal miteinander im Clinch, ist es dafür meist zu spät.

Fachliche Beratung: Iris Kronenbitter, Projektleiterin, „bundesweite gründerinnenagentur“ (bga)