



CAROLYN PEARSON, 49
MAIDEN-VOYAGE.COM

Was sie suchte:

Nette, spontane Ausgehebegleiterinnen auf ihren Business-Trips. Aber ihr fehlte das Medium, andere alleinreisende Frauen zu erreichen.

Wie sie es umsetzte:

Durch ein weltweites soziales Netzwerk für Businessfrauen. Auf der Plattform kann man sich verabreden und Infos recherchieren.

Das Besondere:

Man erhält Tipps zu frauenfreundlichen Gegenden, Hotels, Sportangeboten und Shops rund um den Globus. Und sitzt nie mehr allein im Hotel!

oder Sexshops versuchen sollten“, erinnert sich Laura. Immer wieder fiel der Halbsatz „Wir müssten selbst mal...“ – bis es Sabrinas Mann reichte: „Entweder ihr seid ruhig oder macht was!“ Einen Monat später nahmen sie an einem Start-up-Seminar teil – eigentlich nur, um einen Programmierer zu suchen. Doch dann wurde dort unter vielen Geschäftsideen ihre ausgesucht und für ausgezeichnet befunden: Sie belegten den ersten Platz – als einziges anwesendes Frauenteam. Traurig, aber wahr: Frauen sind bei solchen Seminaren oft in der Minderheit, noch immer sind fast 70 Prozent aller Gründer in Deutschland Männer*. Dass sie die Konkurrenz hinter sich ließen und so viel Zuspruch

„Gerade für Frauensport finden sich nur selten Sponsoren. Ich biete mit Gutscheinen den Anreiz, auch kleine Teams zu unterstützen“

bekamen, beflügelte die Schwestern. Sie meldeten sich auf der Crowdfunding-Plattform Seedmatch (seedmatch.de) an: „Wir hatten 60 Tage, um 100 000 Euro zu sammeln – der Betrag war in gerade mal vier Stunden komplett!“ Und nicht nur das: Sofort gingen Bestellungen ein, obwohl es noch keine Produkte gab. „Da war klar, dass unsere Idee auf dem Markt einschlagen würde.“ Heute, nur zweieinhalb Jahre nach der Gründung ihres Labels, haben sie 15 Mitarbeiter, eine umfangreiche Kollektion und – wie sie selbst sagen „noch große Pläne!“

Die hatte auch Carolyn Pearson (siehe Kasten links oben), als sie vor einigen Jahren geschäftlich nach L.A. flog. Sie reiste extra früher an, um am Wochenende vor ihrem Termin die Stadt zu erkunden und in Hollywood auszugehen: „Aber ich wusste nicht, wohin. Ich hatte keine Lust auf die Touri-Fallen aus den Reiseführern und kannte keinen in der Stadt, den ich nach Insider Tipps hätte

September 2014 // Foto: Ioanna Naoumis, privat (2)



YASMINE PFAU, 36
LABEL-THE-CABLE.COM

Was sie suchte:

Eine gewisse Logik im Wirrwarr von Elektrogeräten. Und eine Beschriftung, die kennzeichnet, welcher Anschluss zu welchem Stecker gehört.

Wie sie es umsetzte:

Ihre Mutter bastelte beschriftbare Kabelbinder, die Tochter programmierte die Website, auf der sie ihre Produkte bewerben.

Das Besondere:

Die Firma produziert bewusst in Deutschland und kooperiert mit einer Behindertenwerkstätte, um die Menschen dort in die Arbeitswelt zu integrieren.



MARTHE LORENZ, 26
FAIRPLAID.ORG

Was sie suchte: Geld für ihre Basketball-Mannschaft und Sportabteilung. Kleine Vereine und Randsportarten haben keine Sponsoren, brauchen aber auch Trikots oder finanzielle Unterstützung für Reisen zu Turnieren.

Wie sie es umsetzte: Über Gutschein-Marketing. Wer Geld spendet, erhält dafür Bons für Eintritte, Leistungen oder Einkäufe.

Das Besondere: Jeder kann mitmachen und Projekte schon ab einem Euro unterstützen. Gutscheine haben oft den doppelten Wert. Firmen, die sie ausstellen, werden dadurch bekannter.

September 2014 // Foto: Christian Kerber

fragen können. Und allein wollte ich nicht losziehen. Am liebsten hätte ich mich mit anderen Geschäftsfrauen getroffen.“ So kam sie auf die Idee, eine Online-Plattform zu gründen, die Spontanverabredungen möglich macht. Heute hat maiden-voyage.com mehr als 2000 Besucherinnen monatlich, die sich gegenseitig Tipps zu Hotels, Spas und Restaurants geben und sich auf ihren weltweiten Reisen verabreden.

Soziale Medien wie maiden-voyage.com sind bei Start-ups im Kommen – und bereits für fast jede zehnte Gründerin in Deutschland schon Teil des Businessmodells*. Meistens entstehen diese Konzepte nicht aus geschäftlichem Kalkül, sondern aus persönlichem Bedürfnis. Auch bei Marthe Lorenz (siehe Bild Mitte unten) war es so: Die Abteilungsleiterin Basketball beim MTV Stuttgart 1843 musste sich mit dem Problem herumschlagen, dass es für Nischensportarten und vor allem Frauenteam kaum Geld gibt: „Was nicht in den

Medien stattfindet, ist für Sponsoren unattraktiv.“ Als die 26-jährige für ihre Bachelor-Arbeit zum Thema „Crowdfunding“ recherchierte, fiel ihr auf, dass diese Finanzierungsform im Musikbusiness üblich war, nicht aber im Sport. „Da sah ich meine Chance, bei Google auf Platz eins zu landen!“ Gibt man dort nun die Begriffe „Sport“ und „Crowdfunding“ ein, plopt Marthes Seite fairplaid.org auf. Auf ihrer Plattform kann man Unterwasser-Hockey oder Pole-Dance-Teams mit einer Spende unterstützen und bekommt im Gegenzug Gutscheine für Klettergärten, Massagen oder von Firmen, die neue Kunden gewinnen wollen – im Klartext: Gutschein-Marketing mit sozialem Aspekt.

Wie Marthe ihre Gründung angeht? Sie profitierte von den Tipps des Mentoring-Programms des Frauenbeirats der Hypo Vereinsbank. Bisher greifen nur knapp 40 Prozent der deutschen Gründerinnen auf beratende Hilfe zurück. Meist ist schlicht die Unwissenheit über die Existenz dieser Coaching-Angebote der Grund dafür, dass sie nicht genutzt werden. Wer sich gerade mit dem Gedanken trägt, selbst eine Geschäftsidee zu verwirklichen, kann sich unter kfw.de/gruendercoaching über Beratungsmöglichkeiten informieren.

Doch auch wer im Alleingang ein gut durchdachtes Konzept präsentiert, kann erfolgreich sein. Angela Schmidt (siehe Foto oben) zum Beispiel wusste intuitiv, was es braucht, denn ihre Idee entstand aus dem Problem, das wohl jede berufstätige Mutter zur Genüge kennt: Als ihre kleine Tochter an Bronchitis erkrankte, stand sie vor dem Problem der



ANGELA SCHMIDT, 49
NOTFALLMAMAS.DE

Was sie suchte:

Eine Betreuung für ihre kranke Tochter. Nach der Elternzeit war sie gerade wieder zurück im Job, wusste aber nicht, wie sie beides vereinbaren sollte.

Wie sie es umsetzte:

Sie suchte einsatzbereite Pflegerinnen und Krankenschwestern. Wer die Notfallnummer anruft, hat zwei Stunden später eine Teilzeit-Nanny.

Das Besondere:

Auch Unternehmen kooperieren mittlerweile mit der Gründerin. Sie übernehmen große Teile der Kosten, um ihren Mitarbeitern den Rücken freihalten zu können.

Betreuung: „Mein Mann ist als Berater viel unterwegs. Ich hatte niemanden, der auf unser Kind aufpasst.“ Sie selbst war gerade erst aus der Elternzeit zurück und konnte sich einen Ausfall nicht leisten. „Wir haben in diesem Land eine riesige Lücke in der Betreuung, wenn Kinder krank werden.“ Ihre Idee: die Notfallmamas. Das sind Betreuerinnen, die für 25 Euro die Stunde kränkenden Nachwuchs hüten. Das Angebot gibt es inzwischen in Hamburg und Berlin, die Ausweitung auf Frankfurt und Schleswig-Holstein ist in Planung. Mittlerweile gibt es sogar Unternehmen, welche die Kosten für Angela Schmidts Angebot komplett übernehmen: Sie merken, dass ihre Attraktivität als Arbeitgeber wächst, wenn sie Angestellten bei der Betreuung kranker Kinder helfen. Innerhalb von zwei Stunden sind die Kinderkrankenschwestern, Sozial- oder Diplom-Pädagoginnen zur Stelle. Angela nimmt ihren eigenen Service natürlich auch selbst in Anspruch: „Dafür habe ich ihn schließlich gegründet.“

Auch bei Yasmine Pfau (siehe Foto linke Seite unten) steht Familie im Mittelpunkt, denn es war der ganze Clan, der die Geschäftsidee umsetzte: Als beim Umzug ihrer Mutter Kabel wirr in der Wohnung lagen und keiner mehr wusste, welcher Stecker an welches Elektrogerät gehört, schwor sie