

SELBST IST DIE FRAU

In Osnabrück gibt es immer mehr Frauen, die den Schritt in die Selbständigkeit wagen. Welche Herausforderungen müssen sie stemmen? Wie viel Arbeit steckt drin – heißt es zu Recht „selbst und „ständig“? Wie kreativ muss frau sein? Wir haben fünf Unternehmerinnen getroffen und ihnen diese und andere Fragen gestellt.

TEXT & FOTOS **KATJA BRUNKHORST**



Franziska Ohnheiser und Sarah Karow-Lodter

TARA UNVERPACKT

WER HIER WAS KAUFT, MACHT KEINEN MÜLL

Ganz frisch – das sind nicht nur die unverpackten Lebensmittel (neben denen es u.a. auch Non-Food-Artikel für den täglichen Haushaltsbedarf gibt), das ist auch der Laden selbst: Im September letzten Jahres öffnete Tara Unverpackt. Geführt wird die GbR von den beiden Inhaberinnen, Franziska Ohnheiser und Sarah Karow-Lodter, beide 37. Wie kam es dazu?

Karow-Lodter erinnert sich: „Wir kennen uns seit 20 Jahren. Der Wunsch nach Selbständigkeit hatte mich schon länger angetrieben, und vor anderthalb Jahren habe ich dann Franzi angerufen.“ Ohnheiser lacht: „Als Sarah anrief, rannte sie offene Türen ein. Meine Projektstelle an der FH Münster lief gerade aus...“. „Und Franzi hatte sogar direkt eine Immobilie“, ergänzt ihre Freundin und Geschäftspartnerin mit einem Grinsen. Das klingt in der Tat nach Fügung. Gab es trotzdem keine Angst vor dem Sprung ins kalte Wasser, und wieso musste es ein Unverpackt-Laden sein?

„Im Leben sind doch zwei Dinge am wichtigsten: Gesundheit und Zeit mit lieben Menschen zu verbringen. Das in den Fokus zu rücken, ist für mich Selbstverwirklichung. Außerdem wollten wir nicht mehr nur darüber reden, was zu tun ist gegen Müllberge, sondern es auch machen“, erklärt Karow-Lodter, deren Mutter und Großeltern selbst Unternehmer sind bzw. waren.

„Als wir anfangen, hatten wir eine Unternehmensberatung gemacht, aber keine große Werbung. Zwei Hände voll Flyer, das hat gereicht“, erzählt Ohnheiser, die Berufserfahrung im Fundraising und in der Ökotrophologie mitbringt sowie eine drei Monate alte Tochter. „Ja, bei der Eröffnung war Franzi hochschwanger“, erinnert sich die Freundin, und Ohnheiser ergänzt: „Es war schon ein etwas holpriger Start, denn wir haben ja mit zwei Vollzeitstellen geplant.“ Aber es hat geklappt, auch dank des „Lokal & fair“-Konzeptes und des persönlichen Empfehlungsmarketings umweltbewusster Kunden, die sich auch in der urigen Tante-Emma-Atmosphäre des Ladens, der im Obergeschoss ein gemütliches Bistro für Frühstück und Mittagstisch hat, wohlfühlen.

Und, welche Tipps hat sie für andere Unternehmerinnen in spe? „Immer auf den Bauch hören“, strahlt Karow-Lodter, die zwei Kinder hat sowie eine Ausbildung zur Reisekauffrau und eine Karriere im Marketing im Rücken. „Sich nicht von der Angst leiten lassen. Unser eigentlicher Urinstinkt ist doch, was zu schaffen. Sich öfter mal bewusst machen, was man schon alles geschafft hat. Gerade für uns Frauen gilt: Eigenlob stinkt nicht!“

„Zwei Hände voll Flyer, das hat gereicht.“

Franziska Ohnheiser (r.) und Sarah Karow-Lodter (l.)



Julia Kümper

MATCH-WATCH

WER HIER AN BÄLLE TRITT, TRITT NICHT NUR AN BÄLLE

Seit Mai 2015 gibt es ihren „Laden“: Julia Kümper, Geschäftsführende Gesellschafterin von „Match-Watch“, feiert also bald Zweijähriges. Ihr Angebot: „Personalentwicklung mit Kick“. Das ist wörtlich zu nehmen, denn wenn es innerhalb eines Unternehmens an der Kommunikation hakt, geht Julia Kümper – oder einer ihrer Referenten – mit den Betroffenen einfach – ins Fußballstadion.

„Hä?“, fragen wir nach. „Kommunikation ist tatsächlich häufig das Hauptproblem in vielen Firmen“, erklärt die 31-Jährige beim Gang durchs Innovationszentrum Osnabrück, wo praktischerweise auch einige ihrer Kunden sitzen: Tech-Start-Ups, zum Beispiel.

„Das wird auf dem Fußballplatz gut sichtbar.“ Wer wo wann und warum wohin den Ball tritt, wird ja schließlich im Idealfall unter Coach und Kicker-Kollegen abgesprochen, vor, während und nach dem Match. Kommunikation eben. Anders in manchem Unternehmen. „Und das wiederum machen wir uns zunutze, durch Beobachtungsaufgaben.“

Nach dem Live-Erlebnis auf dem Platz gibt es einen Follow-Up-Workshop, bei dem dann eigene Regeln entwickelt werden. „Der Vorteil ist, dass auf diese Art ganz viele Konflikte angesprochen werden können, ohne persönlich zu werden“, erklärt die

Jung-Unternehmerin ihre Geschäftsidee. „Und es war immer schon mein Traum, dafür bezahlt zu werden, ins Stadion zu gehen.“

Wo die Idee zur Selbständigkeit herkommt, ist also klar. Kann sie so kurz nach der Gründung schon davon leben, wie sind die Perspektiven? „Es ist so, dass das Leben laufen muss“, sagt Kümper, die auch einen M.A. in Demokratischem Regieren und Zivilgesellschaft hat. Darum ist die Fußball-Enthusiastin aktuell noch Angestellte der Hochschule, als Consultant fürs Enterprise Europe Network.

Was sie anderen Gründungswilligen rät? „Der Anfang ist gar nicht so

schwierig, aber man muss dranbleiben.“ In ihrem Fall baut sie mit auf die Idee, dass die Fußballvereine – mit Match-Watch ist sie oft bei den Sportfreunden Lotte, war aber u.a. auch schon beim VfL Osnabrück und bald geht’s zu Hannover 96 – den Vertrieb übernehmen. „Dann hätten die Sponsoren der Vereine auch gleich einen echten Mehrwert.“ Kümper schätzt, dass das in den nächsten fünf Jahren so kommen wird. „Der Gewinn auf der nicht-monetären Ebene ist bereits jetzt extrem hoch, durch die Netzwerk- und Perspektivenerweiterung. Es ist aber auf jeden Fall auch absehbar, dass ich mit Match-Watch mein Geld verdiene.“

„Der Anfang ist gar nicht so schwierig, aber man muss dranbleiben.“



Stephanie Möllering

DIE MÖLLERING

WER HIER STÖBERT, BLEIBT OFT LANGE

Gastro- und einzelhandelstechnisch ist die hippe Redlinger Straße ein Gründerparadies. Der Anteil der weiblichen Ladeninhaber ist hier besonders hoch – Stephanie Möllering (48) ist eine von ihnen, mittlerweile im vierten Jahr. Wie war ihr Weg hierher, wie fühlt es sich an, nun angekommen zu sein? Die ersten drei Jahre ab Gründung, sagt man ja, sind die härtesten.

„Gegründet habe ich aus der Arbeitslosigkeit und einer darauf folgenden Festanstellung, deren Bezahlung meine Leistung einfach nicht abgebildet hat“, erzählt die dreifache Mutter beim Cappuccino in ihrem bohèmehaften Schmuck- und Klamottenladen. Was sie mitbrachte, was Anderen in einer ähnlichen Lage vielleicht helfen würde? „Ich habe ein Coaching von der BUS GmbH in Anspruch genommen, die tun viel für ‚Women in Business‘. Dann habe ich einen Businessplan geschrieben. Und vor allem hatte und habe ich zwei Dinge: Biss und Struktur.“

Ursprünglich lange in einem Schmuckgeschäft tätig, rieten der Möllering nach dessen Schließung zahlreiche Kunden zum eigenen Laden, da sie ihr außerordentliches Engagement und ihre Herzlichkeit schätzten. Zufällig traf sie zum richtigen Zeitpunkt eine Bekannte, die damals an der gleichen Location den „Alsterschwan“ führte – und man beschloss kurzerhand, das Geschäft zu teilen; die Möllering erweiterte das Second-Hand-Mode-Angebot um ihre handverlesene Auswahl an Schmuckstücken. Als

dann die Bekannte absprang, führte sie den kompletten Laden ein halbes Jahr lang für sie, „so konnte ich quasi gefahrlos für den Ernstfall üben“.

Das Schlüsselerlebnis zur Realisation, nun wirklich ihre eigene Chefin zu sein, „kam auf dem Weg ins Flugzeug, unterwegs zur ersten Messe“. Dieses Gefühl sei unbeschreiblich! Die tolle Lage des Ladens tat dann ein Übriges, „alles hat ineinander gegriffen“. Auch hier klingt es nach Fügung und Unterstützung „von oben“ – wenn frau nur fest an sich glaubt und guten Mutes ihr eigenes Ding durchzieht. „Absolut“, sagt die Möllering, die heute vier Angestellte hat und an die 200 Stammkunden. Diese mögen an ihrem Shop für Schmuck, Geschenkartikel und Second-Hand-Mode neben dem schönen Angebot auch die Tatsache, „dass manche Kunden auch erst nach vier Stunden den Laden wieder verlassen“. Man kann sich ganz in Ruhe beraten oder komplett einkleiden lassen – oder auch nur stöbern, solange man möchte.

Findet die Möllering sich eigentlich mutig? „Nein. Wenn man offen ist, ist man ja nie fertig“, sinniert sie, und rät auch zum frühzeitigen Auslagern von Tätigkeiten, die nicht den eigenen Kernkompetenzen entsprechen, sowie zur Flexibilität: „Man muss immer bereit sein, was zu verändern. Ausharren können. Und, gerade im Handel: Man muss kreativ die Laufwege der Menschen unterbrechen.“ Zum Beispiel mit grünen Schafen.

„Vor allem hatte und habe ich zwei Dinge: Biss und Struktur.“

Vanessa Dobinski

KNUST & KRIFTE

WER HIER ISST, SCHMECKT NUR NATUR

Location, location, location – das ist auch ein Credo von Vanessa Dobinski (30), die ebenfalls einen Laden im hippen Herzen der Stadt führt. „Die Redlinger Straße ist mein Zuhause“, sagt die quirlige Blondine, die hier seit Mitte Dezember letzten Jahres das „Knust & Knifte“ schmeißt, „mein Wohnzimmer. Mein kleines Lädchen mit einer Bank davor!“ Genau das war immer ihr Traum. Ursprünglich hat sie Schneiderin gelernt, ist aber schon immer „in die Gastro verliebt“ und hat lange im Tiefenrausch gearbeitet, wo sie von ihrer Chefin viel Unterstützung, Rückhalt und Ermutigung zur Gründung erfuhr.

Gegen den Hunger gibt es bei ihr, zurzeit von 12 bis 19 Uhr, Knust (Ecke des Brotes)

und Kniften – das ist Ruhrpott-Slang für Stullen – mit frischen, kreativ selbstgemachten Belägen, „ohne böse Inhaltsstoffe wie E-Nummern oder Palmöl“, sowie selbstgebackene Kuchen und eine Auswahl an Getränken, alles vegetarisch. Die Atmosphäre im liebevoll renovierten Laden erinnert an Berlin Mitte oder Kreuzberg, es sollte für Dobinski „ein Ort werden, der zum Sein einlädt, gemütlich, ein Wohnzimmer eben“. Was waren Hürden auf ihrem Weg hierher? „Definitiv der Businessplan, und die Recherche nach Fördermitteln. Aber dafür gibt es ja Tools. Die KfW-Bank etwa hat gute Hilfen für Start-Ups.“

In der physischen Welt war es ganz konkret der Umbau, der sich länger hinzog als geplant. „Ich stand im Rohbau ... man gerät

„Wenn man krass introvertiert ist, wird's schwierig.“



teilweise schon an seine Grenzen, lernt sie dafür aber auch kennen“, schmunzelt Dobinski im Nachhinein. Es seien vor allem „liebe Menschen um Dich und der Rückhalt, den sie dir geben“, die einen immer wieder retten.

Einen Tipp hat Dobinski, der direkt aus diesen Erfahrungen resultiert: „Wenn man krass introvertiert ist, wird's schwierig.“ Man muss also um Hilfe bitten und auch mal abgeben können, gerade und vor allem als Einzelunternehmerin. Man braucht Mut und muss auch verzichten können. Dafür gibt es aber dann jede Menge Eigenes zum drauf Freuen: Im Sommer kommt der Außenbereich für ihr „gemischtes Publikum.“ Bis dann, mit Knust und Knifte!



Damit Sie Ihren Volkswagen genauso leicht finden:
Parkposition orten mit Car-Net „Security & Service“.



Volkswagen