

**GRÜNDER-FRAUEN** Drei Beispiele für mutige Unternehmensgründerinnen aus dem Bereich Marketing, Werbung, Medien

# Gründen – ausgerechnet jetzt? Ja, ausgerechnet jetzt!

Trotz oder gerade wegen schwieriger Zeiten wagen immer mehr Gründerinnen den Schritt in die Selbstständigkeit. Selbstverwirklichung und die Verbindung des Arbeits- und Lebensumfeldes sind ausschlaggebende Gründe, um den scheinbar sicheren Weg der Anstellung zu verlassen und mit der persönlichen Geschäftsidee in

eine selbstständige Zukunft zu starten. Susanne Prosser, Susanne Shouman und Barbara Windisch sind drei angehende Gründerinnen, die eines gemeinsam haben: Sie sehen gerade jetzt eine große Chance auf Erfolg.

CORRINA BAUER  
redaktion@wirtschaftsblatt.at

## GRÜNDERIN I Susanne Prosser

Sie war fünf Jahre Leiterin des Ressorts „Karriere“ bei der Zeitschrift Woman und hat sich nach einer Ausbildung für systemisches Coaching Anfang des Jahres mit ihrer Agentur „Redaktion 5“ selbstständig gemacht.



**1 Motivation.** „Ich wollte schon immer selbstständig sein und damit meine Vision leben. Diese Art zu arbeiten liegt mir, weil ich gerne gestalte, Projekte umsetze und Verantwortung übernehme. Die Selbstständigkeit ist für mich der beste Weg, um meine Wünsche zu realisieren. Es hat zwar ein paar Jahre gedauert, weil die Idee einfach reifen muss, aber heute bin ich damit glücklich.“

**2 Produkt.** „Ich bin Autorin für Magazine in den Bereichen Coaching, Psychologie und Leben und entwickle Gesamtkonzepte für Textkompositionen aller Art. Das reicht von der Webseite bis zur Imagebroschüre. Dazu realisiere ich PR-Projekte rund um alles, was Sinn gibt und die Sinne anspricht. Vor allem aber arbeite ich mit Personen und Unternehmen im Bereich Selfness, Kultur, Architektur, Genuss, Freizeit und Sport. Das Thema Karriere und Weiterentwicklung ist etwas, das ich ganzheitlich verfolge und meine Kunden auf ihrem Weg dorthin begleite. Nebenbei biete ich auch noch Künstlervermittlung im Bereich zeitgenössischer Tanz an.“

**3 Zielgruppe.** „Ich spezialisiere mich im Bereich Kommunikation auf Kunst, Kultur und Organisationen, aber auch mittelständische und Kleinunternehmen aus dem Bereich Weiterbildung und Unternehmensberatung. Ich arbeite mit Menschen, die selbst Visionen haben und sich durch meine Begleitung weiterentwickeln möchten. Gerade im Coaching habe ich mich auf Frauen und allein erziehende Mütter im Beruf konzentriert.“

**4 Strategie.** „Ich trenne klar: Wann bin ich Autorin und wann mache ich PR? Das ist die Grundvoraussetzung, um beides ganzheitlich vereinbaren zu können. In der Praxis kann ich auf ein Netzwerk von kreativen Menschen zurückgreifen, die mir dabei helfen, den richtigen Stil für das richtige Projekt zu entwickeln. Gerade in Krisenzeiten wollen meine Kunden wieder häufiger Texte, die einen positiven Grundton haben und nachvollziehbar sind.“

**5 Mein Tipp für Gründer.** „Persönliche Kontakte sind das Um und Auf. Nur wer sein Netzwerk pflegt und Beziehungen intensiviert, kann später davon profitieren. Nicht aufgeben, beharrlich sein und die Kraft der Vision nützen.“

## GRÜNDERIN II Susanne Shouman

Ist im Februar 2008 als eigenständiges Einzelunternehmen mit Schwerpunkt PR, Marketing und Event-Management in die Agentur Blickfang eingestiegen. In Zukunft will sie unter „SHOUMANS Kommunikation“ wieder unabhängig agieren.



**1 Motivation.** „Nach neun Jahren im internationalen Marketing wollte ich mich einfach im Beruf entfalten. Ich möchte meine Kreativität einsetzen, ohne gebremst zu werden. Das ist schwierig, wenn man in einer Firma angestellt ist und eine Jobdefinition vorgegeben bekommt. Die Selbstständigkeit gibt mir genau die Freiheit, die ich für meine berufliche Entfaltung brauche.“

**2 Produkt.** „Weg von einer Full-Service-Agentur, hin zur Spezialisierung auf Marketingkommunikation und PR ist mein Ziel. Der Schwerpunkt liegt aber auf PR, weil mir das unheimlichen Spaß macht. Aus Erfahrung habe ich gelernt, dass meine Kunden nicht nach Agenturen suchen, die alles aus einer Hand anbieten. Sie wollen persönlich betreut werden und vertrauen mir als Spezialisten. Ich kann durch mein Netzwerk zwar alles anbieten, konzentriere mich aber bewusst auf mein Kerngeschäft.“

**3 Zielgruppe.** „Meine Zielgruppe sind Klein- und Mittelunternehmen. Ich spreche die gesamte Vielfalt der Branchen an: vom Winzer bis zum technologischen Unternehmen. Ich möchte mich da nicht einschränken, denn ich denke, dass der Kunde davon profitiert, wenn man verschiedene Zielgruppen bedient. Das bringt einem immer wieder frische Ideen und man bleibt offen für jeden Kunden.“

**4 Strategie.** „Die partnerschaftliche Beziehung, in einem ewigen Geben und Nehmen, und hohe Qualität sind mein Erfolgscredo. Selbst wenn ich mit Fremddienstleistern zusammen arbeite, achte ich extrem auf die Qualität, und das schätzen meine Kunden. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit meinen Kunden ermöglicht es mir, individuelle Strategien für sie zu entwickeln. Es ist immer gut zu wissen, dass man es mit einem Spezialisten zu tun hat.“

**5 Mein Tipp für Gründer.** „Gerade in Krisenzeiten ist Kommunikation extrem wichtig. Wenn man sich in so einer Zeit zurückzieht, kann es nicht gut gehen. Man sollte sich gut überlegen, wo man sich positioniert und welche Zielgruppen man ansprechen will. Auch die Erfahrung spielt eine große Rolle, denn es kann sich zwar jeder selbstständig machen, aber es kann nicht jeder alles.“

## GRÜNDERIN III Barbara Windisch

Nach zehn Jahren intensiver Arbeit in PR- und Werbeagenturen hat sich Barbara Windisch dazu entschlossen, ihre Selbstständigkeit ab Mai in Form einer „Intensivagentur“ für Corporate Communications zu verwirklichen.



**1 Motivation.** „Für mich war der ausschlaggebende Punkt die Gestaltungsfreiheit und mein Gestaltungswille. Das betrifft mein professionelles Tun, das dadurch von hierarchischen Systemen befreit ist, aber auch mein privates Leben. Durch meine kleine Tochter ist es mir sehr wichtig geworden, mein berufliches und privates Leben unter einen Hut zu bringen. Die Arbeit im Home Office ermöglicht mir Flexibilität.“

**2 Produkt.** „Ich biete meinen Kunden maßgeschneiderte Lösungen, die auf einer persönlichen Rundum-Betreuung basieren. Ich bin eine Voll-Kontakterin, die sehr intensiv auf den einzelnen Kunden eingeht und so ein ganzheitliches Konzept kreiert. Ich entwerfe persönliche Lösungen, die bei Fragen wie „Wie texte ich eine Weihnachtskarte?“ oder „Wie gestalte ich eine bezahlte Promotion?“ anfangen und bis zur Organisation von großen Events gehen. Da ich von Werbung bis PR schon alles gemacht habe, kann ich ein ganzheitliches Paket anbieten, das durch mein Netzwerk gestützt wird.“

**3 Zielgruppe.** „Ich trete an Unternehmen heran, die offensichtlich noch an ihrem medialen Auftritt arbeiten könnten und denen diese Mängel anscheinend noch nicht bewusst sind. Für mich ist zum Beispiel der Presse-Corner auf der Webseite eines Unternehmens ein wichtiges Aushängeschild. Es ist so einfach, diese Dinge zu optimieren, solange sich jemand darum kümmert und darauf Wert legt – und dabei komme ich ins Spiel.“

**4 Strategie.** „Ich bin ein Kompetenzen-Bündel und eine Voll-Kontakterin. Die Unternehmen sparen sich mit mir Zeit und Geld, weil ich alles aus einer Hand anbiete. Durch mein gutes Netzwerk und meine Erfahrung kann ich allen Wünschen im Bereich Corporate Communications entgegenkommen.“

**5 Mein Tipp für Gründer.** „Man darf die Vorarbeit nicht unterschätzen und man sollte sich wirklich Zeit nehmen, seine Hausaufgaben bis zur Unternehmensgründung zu erledigen. Wenn es dann wirklich losgeht, hat man keine Zeit mehr, sich um seinen Webauftritt oder Ähnliches zu kümmern.“

**GRUNDSTÜCKSKAUF** Wer produziert, braucht Platz, und mehrere tausend Quadratmeter gehen ganz schön ins Geld

## Der andere Weg zur eigenen Produktionsanlage

„Unsere Produktionshalle hat 16 Meter Höhe. Da stehen 30-Tonnen-Kräne drin.“ So wie viele produzierende Start-ups wären Alexander Grisenti und Josef Eder, Gründer von Coil Innovation, mit einem Mietbüro in einem Technologiepark schlecht bedient gewesen. Als Hersteller von Luftdrosselspulen für große Stromversorgungsanlagen brauchen sie nämlich vor allem eines: viel Platz. Eine

komplette Anlage samt Grund zu finanzieren, dafür reichte ihnen allerdings 2004 das Geld nicht. Da handelten die Gründer mit ihrer Baufirma Peneder Bau einen Deal aus. Peneder sorgte für Grundstückskauf, Leasingfinanzierung, Planung und für sämtliche Arbeiten bis zur schlüsselfertigen Übergabe. Die Baufirma gründete dafür eine eigene Errichtungsgesellschaft, an die Coil Innovation

dann ab 2005 Miete zahlte. Bis zum Vorjahr: 2008 kaufte Coil Innovation Peneder wie vorgesehen die Errichtungsgesellschaft ab. Wie hoch die Kaufsumme war, verrät Grisenti nicht.

### „Enorme Starthilfe“

„Für uns war es eine enorme Starthilfe, weil wir die Finanzierung nicht gehabt hätten“, sagt Grisenti. Auch wollte er sich auf die eigenen Techno-

logieentwicklung konzentrieren. In der Zwischenzeit hat er zweimal ausgebaut und die Produktionsflächen von 1350 auf 3000 Quadratmeter vergrößert. Das Unternehmen macht jährlich 11,5 Millionen € Umsatz und plant bereits die Expansion ins Ausland.

Grisenti empfiehlt den All-Inclusive-Service jedenfalls weiter, allerdings nicht uneingeschränkt. „Wir glauben, dass viele Start-ups in einer

ähnlichen Situation sind. Aber es hängt davon ab, wie groß der Grund und das Gebäude sein müssen.“ Kleinere Betriebe seien in Innovationszentren besser aufgehoben.

### Klare Regeln

Wer es den Spulenprofis nachmachen will, sollte sich verlässliche Partner suchen und bei der Vertragsgestaltung unbedingt Anwalt und Steuerberater miteinbeziehen.

Der Vertrag sollte zudem klar regeln, innerhalb welchen Zeitraums die Errichtungsgesellschaft vom Kunden gekauft wird – 15 Jahre in diesem Fall. Wie lange mit dem Kauf dann tatsächlich gewartet wird, hängt von der finanziellen Situation ab, aber mieten ist bekanntlich teuer, und je länger die Mietsituation andauert, desto ungünstiger fällt die Sache für das Unternehmen aus. (man)