chaffen das!“

rauen sind oft zu zurückhaltend, bei haben sie die besten Ideen“

Derndinger wünscht sich, dass Frauen die Chancen erkennen, nternet und Selbstständigkeit n. Etwa Fehler schnell zu korren. „Ein Restaurant kann ich mal eben neu streichen, eine ite aber fix umgestalten, wenn cht gut ankommt.“ Die 39-Jähweiß, wovon sie redet: Bevor h 2012 als Gründer-Trainerin ständig machte, hatte sie beeinige Ideen in die Tat umge- Das erste Unternehmen der om-Kauffrau war ein Großel für Handy-Anhänger. „Den ich neben meinem damaligen egründet – einer der großen ile bei Start-ups im Internet.“ Sie war Geschäftsführerin eines Gesundheits-Portals, gehörte zum Gründungsteam des Verleih-Portals meinespielzeugkiste.de. Jetzt hilft sie anderen, Ideen zu Firmen werden zu lassen. „Das begeistert mich immer wieder.“ Sie berät, wenn es darum geht, Investoren zu überzeugen, Kunden zu finden, Mitarbeiter zu führen. „Frauen sind oft zurückhaltender als Männer – und daher seltener Unternehmerin“, bedauert Julia. „Dabei haben sie tolle Einfälle und sind mit Leidenschaft bei der Sache. Auch ein einfacher Web-Shop für Parfüm kann erfolgreich sein, wenn man ihn zu etwas Besonderem macht.“

Julia Derndinger (39) betreut als Gründer-Trainerin Start-up-Firmen

Julia gibt ihre Erfahrungen an junge Unternehmer weiter – um noch viele Ideen voranzubringen

na möchte, dass nternet-Shop auch eale Leben „ihrer“ k-Omas verbessert

Verena Proeschl (34) erfand das Netzwerk myoma.de

„Mir war es wichtig, etwas sozial Sinnvolles zu machen“

Stricken hat Verena Proeschl von ihrer Oma gelernt. Doch leider hat diese nicht mehr mitbekommen, wie Verena aus ihrem Können ein Unternehmen aufgebaut hat – dank 25 strickender Großmütter. „Ich konnte schon immer gut mit älteren Menschen und dann war plötzlich Selbstgemachtes wieder im Trend“, beschreibt sie die Geburtsstunde zur Idee von myoma.de.

Und die besteht darin: Ältere Frauen stricken auf Bestellung Handschuhe, Schals, aber auch Handyhüllen oder Laptoptaschen. Die Kunden suchen sich etwas aus den Kollektionen aus, die Frauen bekommen Auftrag und Wolle – und nach dem Verkauf einen Anteil am Gewinn. Die Kunden erfahren, wer für sie gestrickt hat. Denn es geht nicht nur um den Verkauf. „Ich möchte auch auf das Leben der Damen Einfluss nehmen“, sagt Verena. Deshalb werden regelmäßige Treffen organisiert. Dank eines Investors wächst das Netzwerk und soll in mehreren Städten etabliert werden. So bekommen die Frauen eine Aufgabe, lernen einander kennen. In der Fürther Zentrale schauen sie gern vorbei, holen ihre Wolle ab und stricken eine Weile zusammen. Verena erzählt: „Sie waren gar nicht so skeptisch gegenüber dem Internet. Trotzdem gehen die meisten Aufträge an die Omis noch per Telefon raus und nicht per E-Mail.“