



Eine Frau und ihr Schnaps: Franziska Bischof bei der Arbeit der Brennerei (rechts). In der Destillattheke (großes Bild) können die Gäste Obstbrände, Gin und Whisky probieren



SEBASTIAN NUTZELCO

Zwei junge Frauen zeigen, wie man mit großer Leidenschaft und professionellem Management auch in klassischen Männerdomänen erfolgreich sein kann

Es war im März dieses Jahres als beim Craft-Spirits-Festival „Destille Berlin“ vier Brennerinnen und eine Moderatorin sich auf der Bühne die Frage stellten, warum es immer noch eines expliziten Preises für Brennerinnen bedarf. Darunter Franziska Bischof, die vor zwei Jahren als „Best female distiller 2018“ ausgezeichnet wurde.

VON DAGMAR TRÜPSCHUCH

Die Antwort macht sich Bischof nicht einfach. Auf der einen Seite findet sie nicht, dass es einen Preis speziell für Frauen braucht. „Die Chancen sollten für alle gleich sein.“ Auf der anderen Seite weiß sie, dass solche Auszeichnungen hilfreich sind. Etwa um auf Brennerinnen in einer immer noch männerdominierten Branche aufmerksam zu machen, oder um auf Messen von Kunden nicht als Hostess, sondern als Unternehmerin wahrgenommen zu werden. Bei einem Frauenanteil von rund 16 Prozent in ihrem Metier hört sie noch immer Fragen wie „Ach, das machen Sie selbst? Sie sind die Brennerin?“ Sie will Gesicht zeigen. Deswegen nennt sie ihr Unternehmen auch offensiv „Franziska – Die Brennerin“.

Die 34-Jährige aus dem kleinen Ort Wartmannsroth in der Rhön machte sich 2015 selbstständig, die 30-jährige Gloria Seibert aus München gründete 2016 Temedica, ein Start-up im Gesundheitsbereich. Die eine macht ihren Weg in einem traditionellen Handwerksberuf, die andere in der Tech-Branche. Gemeinsam ist ihnen, dass sie Erfolg haben mit dem, was sie tun. Aber auch, dass sie zu einer Minderheit gehören. Aktuelle Zahlen zeigen, dass im Handwerk nur jede vierte Gründung von Frauen unternommen wird, bei Start-ups liegt der Anteil mit 15,7 Prozent sogar noch einmal deutlich darunter.

Franziska Bischof ging nach dem Abitur zunächst nach Italien, um dort Tourismus, Marketing und Sprachwissenschaften zu studieren. Sieben Jahre blieb sie dort, lernte die Gastronomie Italiens kennen, Speisen und Getränke, aus denen die natürlichen Aromen herausstechen. So dachte sie das erste Mal darüber nach, was ihre Eltern im heimischen Wartmannsroth doch für ein tolles Hobby hatten. Die Landwirte betrieben nebenberuflich eine Brennerei und waren über ihr Dorf hinaus für ihre Obstbrände und Whiskys aus regionalen Rohstoffen bekannt.

In Franziska reifte der Plan, nach Deutschland zurückzukehren und in die Brennerei ihrer Eltern einzusteigen. 2012 tat sie das. 2014 legte sie die Prüfung zur Edelbrandsommelière an der TU Weihenstephan/Triesdorf ab, 2015 gründete sie gemeinsam mit ihrem Vater eine GBR, und 2017 schloss sie ihre Ausbildung als staatlich anerkannte Brennerin an der Bayerischen Landesanstalt für

Wein- und Gartenbau ab. Sie wusste schon früh, dass sie den Traditionsbetrieb, den sie nun in vierter Generation weiterführt, neu aufstellen und modernisieren musste, um hauptberuflich davon leben zu können. Sie hauchte Bränden und Whisky einen neuen Spirit ein. „Unter wirtschaftlichen Aspekten hatten meine Eltern die Brände immer zu billig verkauft“, sagt sie. Ihre hochpreisigeren Kreationen tragen Namen wie Amazone und Rebell, die ihrer Eltern aus der Edelbrennerei Bischof hießen noch Mirabelen Edelbrand und Erdbeerlikör.

Mit Unterstützung des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums errichtete und eröffnete sie 2017 eine Destillattheke, einen modernen Verkostungs- und Verkaufsraum, wo bis zu 40 Gäste Obstbrände, Gin und Whisky probieren können. Zusammen mit dem Modernisierungsprozess entschloss sich Franziska Bischof, ihren Nebenjob aufzugeben und in die Direktvermarktung ihrer Brände zu investieren. Ein Novum im Traditionsbetrieb: Eine Frau als Brennerin und die erste in der Familie, die diese Passion

hauptberuflich ausübt. Seitdem arbeitet sie im Takt mit der Natur, erntet Birnen, wenn sie reif sind, pflückt Himbeeren, wenn sie prall und saftig an den Zweigen hängen. An anderen Tagen steht sie in der Brennerei, maischt die Früchte ein, destilliert die Maische. An wieder anderen Tagen erledigt sie die Büroarbeit, versorgt den Online-Shop, beantwortet Anfragen von Restaurants, die ihre Brände ins Sortiment aufnehmen möchten. Noch arbeitet sie allein. „Meine Familie stärkt mir den Rücken“, sagt die Mutter von zwei Kindern. Wichtig sei ein Partner, der es vertragen kann, dass die Frau im Vordergrund steht und der Familienaufgaben übernimmt. Ihr Ziel hat sie klar vor Augen: In der Branche noch bekannter zu werden – „für ehrliche, charakterstarke Brände“, sagt sie.

Wie Franziska Bischof hat auch Gloria Seibert über Umwege zur Unternehmensgründung gefunden. Nach einem Studium in Wirtschaftsrecht arbeitete sie lange Jahre in der Unternehmensberatung McKinsey. Zur gleichen Zeit gab es in ihrer Familie mehrere Krankheitsfälle. „Ich habe mich gefragt, warum funktioniert es in so vielen anderen Industrien, dass die Digitalisierung zum Vorteil genutzt wird, und warum tut sie sich in der Gesundheitsbranche so schwer?“ Sie dachte an digitale Formate, um Patienten zu informieren und zu begleiten, sie dachte an Gesundheitsprävention, sie wollte die Digitalisierung nutzen, um die Patientenversorgung zu verbessern. Motiviert durch ihre persönlichen Erfahrungen wurde aus ihrer Vision das Unternehmen Temedica mit einer Reihe digitaler Produkte, in deren Mittelpunkt der Patient steht. Die Apps werden tausendfach heruntergeladen, drei von ihnen werden von den Krankenkassen erstattet. Und das auf einem Markt, auf dem es vom Schrittzähler bis zu diagnostischen Software-Tools unzählige Gesundheits-Apps gibt.

Die damals 25-Jährige kündigte ihren Job und zog ins Silicon Valley, um sich dort das Wissen zur Gründung eines digitalen Start-ups abzuholen. Sechs Monate war sie vor Ort, besuchte ein Programmier-Bootcamp und erlernte das Schreiben von Software. Zurück in Deutschland tat sie sich mit einem Partner zusammen, der sich mit Web-Entwicklung auskannte, und startete vom Wohnzimmer aus die erste App. „Meine Freunde und Familie glaubten an mich, gaben mir eine erste kleine Finanzspritze“, sagt sie.

Weitere Unterstützung erhielt sie über das Gründernetzwerk BayStartUP, Teil von Gründerland Bayern. Hier knüpfte sie unter anderem wertvolle Kontakte zu Business-Angel-Investoren. Bundesweit haben sich Gründernetzwerke zusammengeschlossen, durch deren vielfältige Angebote Gründerinnen und Gründer eine gute Chance haben, ihren Businessplan erfolgreich in die Tat umsetzen zu können.

Gloria Seibert ist eine der wenigen Frauen, die es geschafft haben, sich in der Männerdomäne Technologie-Start-up durchzusetzen. „Mit meinem Profil bin ich nicht Alltags“, sagt sie. „Man ist per se anders und dadurch auch wieder interessant.“ Die Herausforderung sei, sich klar zu machen, wo die eigenen Stärken

und Schwächen liegen – und sich dann jemanden zur Seite zu holen, der die eigenen Defizite ausbalancieren kann.

Ihr Partner ist mittlerweile aus dem Unternehmen ausgeschieden, drei Manager sind hinzugekommen, einer von ihnen ist ein habilitierter Mediziner. Auch auf der zweiten Führungsebene – wenn man bei einem Start-up davon sprechen kann – sitzen Expertinnen und Experten aus der Gesundheitsbranche. „Wir sind ein start-up-typisches Unternehmen mit erwachsenen Strukturen“,

sagt Gloria Seibert mit einem Augenzwinkern. Rund 50 Mitarbeitende beschäftigt die Managerin mittlerweile, gerade hat sie in München größere Geschäftsräume bezogen. Bei der Entwicklung neuer Apps setzt das Start-up stark auf Kooperationen mit Unternehmen aus dem Gesundheitswesen. Die Idee: „Unsere Partner bringen das Know-how zu bestimmten Krankheitsbildern ein, wir entwickeln und betreiben die App.“ Von Anfang an floss das Budget in Produktentwicklung oder medizinische Stu-

dien. Ihr erfolgreichstes Produkt, der an Frauen gerichtete Online-Kurs Pelvina, mit dem der Beckenboden trainiert wird, wurde schon zigtausendfach heruntergeladen. Anfang des Jahres besorgte sich das Start-up frisches Kapital bei Investoren. 17 Millionen Euro kamen bei der Finanzierungsrunde zusammen, die von den MIG Fonds und dem Family Office der Familie Strüngmann (Hexal) angeführt wurde. Damit will Temedica weitere Erkrankungsbereiche abdecken und die Internationalisierung vorantreiben.



Gloria Seibert auf dem Balance Board. Ihre Geschäftsidee fußt auf der Frage, warum sich die Gesundheitsbranche so schwer mit der Digitalisierung tut

Gegen den Engpass in der Krise Liquiditätsmanagement – so geht's

Unternehmen vieler Branchen kämpfen mit einer stark verringerten Nachfrage. Davon nahezu unbeeindruckt laufen die Kosten weiter. Können diese Verpflichtungen nicht beglichen werden, droht die Zahlungsunfähigkeit. Um das zu verhindern, braucht es ein entschlossenes Liquiditätsmanagement. Worauf es dabei ankommt, erklärt Dr. Gertrud R. Traud, Chefvolkswirtin der Landesbank Hessen-Thüringen (Helaba), einem Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe.



ANZEIGE

„ Liquiditätsschwierigkeiten sind häufiger die Ursache einer Insolvenz als eine Überschuldung. Insofern ist die Verschuldung das kleinere Übel.“



Dr. Gertrud R. Traud, Chefvolkswirtin der Helaba, ein Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe

Um kurzfristige Liquiditätsengpässe zu überbrücken, stoppen betroffene Unternehmen in der Krise Investitionen. Ist das ratsam?

Ja, wenn es bei den Investitionen darum geht, die Kapazitäten zu erweitern oder neue Märkte zu erschließen. Im Angesicht der Rezession wäre der Return on Invest sonst gefährdet. Investitionen in prozessuale Verbesserungen, Modernisierungen oder Automatisierung dürfen aber nicht allzu lange hinausgeschoben werden. Fehlende Wettbewerbsfähigkeit führt heute sehr schnell zu Auftragsverlusten und einer nachhaltigen Gewinnerosion.

Sind Förderkredite eine nachhaltigere Lösung? Die Unternehmen verschulden sich doch dabei.

Für Unternehmen, die bereits vor der Krise eine angespannte Bilanz mit hohen Verbindlichkeiten aufwiesen, kann das tatsächlich sehr problematisch werden. Aus gutem Grund hat der

Bund solche Betriebe von der Förderung ausgeschlossen. Bisher gesunde Gesellschaften kommen durch die Coronakrise jedoch ebenfalls zunehmend in Liquiditätsschwierigkeiten. Diese sind wesentlich häufiger Ursache von Insolvenzen als eine Überschuldung. Insofern ist die Verschuldung das kleinere Übel.

Was empfehlen Sie Betrieben noch, um ihre Liquidität in der Krise zu sichern?

Da gibt es eine Fülle von Möglichkeiten, aus denen Unternehmen mit ihrem Sparkassen-Berater ein Konzept für ihre spezifische Situation entwickeln sollten. Moderne Instrumente wären zum Beispiel die Fremdvergabe von Fuhrpark- oder Lagermanagement beziehungsweise Betreibermodelle, bei denen beispielsweise die Maschinenutzung nach Arbeitsstunden oder Ausstoß bezahlt wird.

Das komplette Interview und weitere Tipps zur Liquiditätssicherung finden Sie unter [sparkasse.de/mittelstand](https://www.sparkasse.de/mittelstand).

