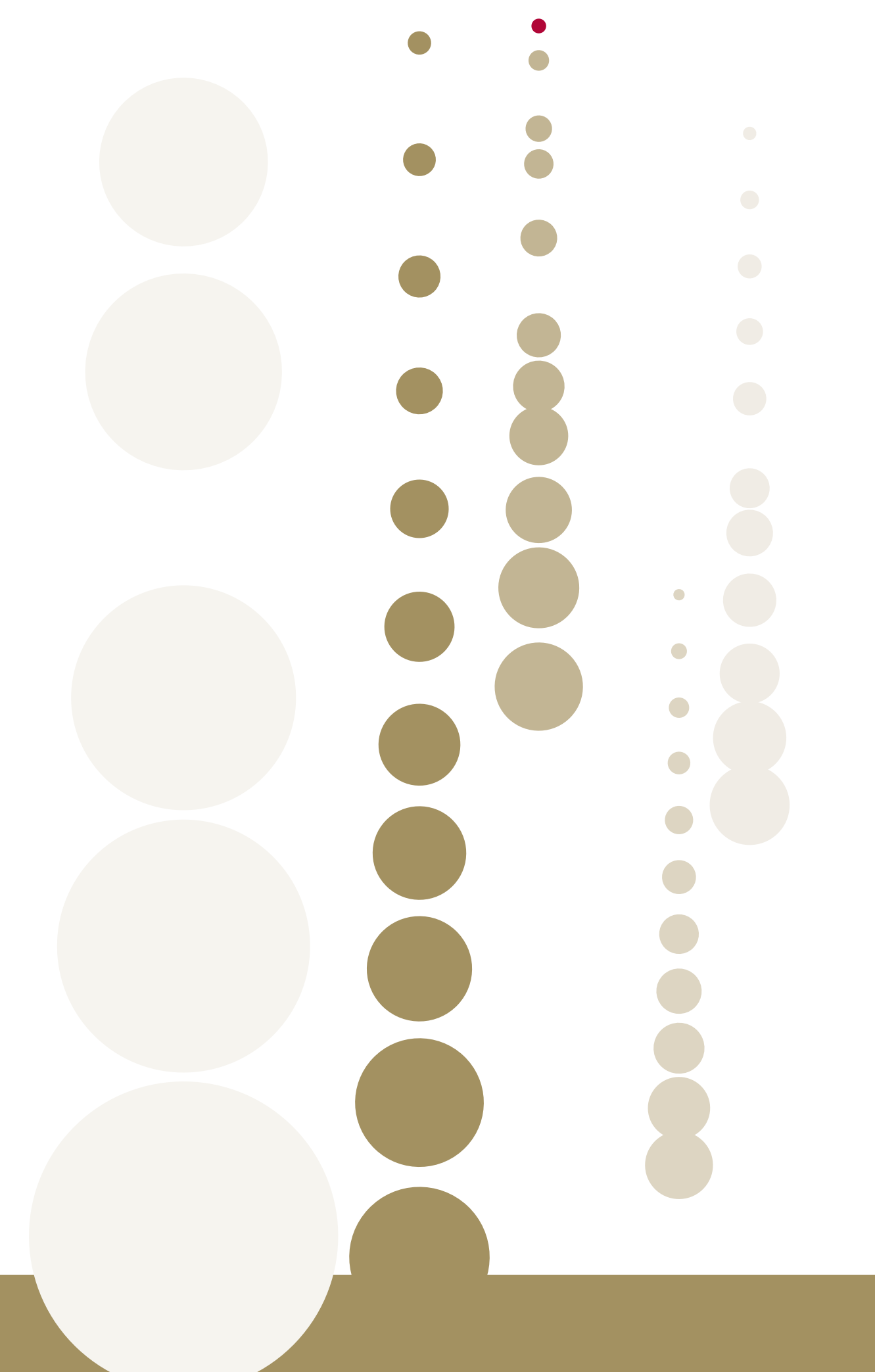


RICHTIGE

... und tausend gute Gründe in
Frauen zu investieren!





ALL GREAT THINGS BEGIN WITH A VISION. A DREAM.

Estee Lauder

Die Idee von GOLDRAUSCH ist so einfach wie bestechend: Seit über einem Vierteljahrhundert bietet unser Netzwerk Empowerment für innovative und mutige Frauen, indem wir unkompliziert zinslose Darlehen für Existenzgründung und Unternehmenserweiterung zur Verfügung stellen. Das Einzigartige und Besondere ist dabei, dass wir dies ausschließlich, nach dem Prinzip „nehmen und zurückgeben“, über Spenden und Vereinsbeiträge finanzieren.

Die Nachfrage nach finanziellen Unterstützungsangeboten für Frauen im Bereich der Mikrofinanzierung von Existenzgründung und Unternehmenserweiterung steigt. Um diesem Bedarf gerecht zu werden, muss der Kreis der UnterstützerInnen möglichst dynamisch wachsen.

Diesen dynamischen Wachstumsgedanken haben wir in unserem Logo visualisiert. Der Gestaltungsidee liegt eine dynamisch anwachsende Zahlenreihe zugrunde: Das Fibonacci-Prinzip. Sie fängt bei null an und alle weiteren Zahlen entstehen immer jeweils aus der Summe ihrer Vorgängerinnen: 0 1 1 2 3 5 8 13 21 usw. So wünschen wir uns die dynamische Vermehrung unserer UnterstützerInnen – und natürlich auch unserer Darlehenfonds!

Ein weiterer interessanter Aspekt ist, dass die Fibonacci-Zahlenfolge die Ahnenmenge einer weiblichen Honigbiene beschreibt. Und da GOLDRAUSCH über ähnliche Sammelleidenschaft verfügt, haben wir seit Bestehen 850.000 Euro eingesammelt.

Wir glauben an die „Hilfe zur Selbsthilfe“ und die Eigenmotivation der Menschen und wollen mit unserem Engagement dazu beitragen, dass diese Motivation wachsen und gedeihen kann.

Wir freuen uns, wenn wir Sie mit dieser Publikation für die GOLDRAUSCH-Idee begeistern und gewinnen können, damit wir auch zukünftig Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen in ihrer Selbständigkeit unterstützen können.

GOLDRAUSCH ist erfolgreich seit über 25 Jahren und hilft Frauen erfolgreich zu sein!



Mit zinslosen Mikro-Darlehen unterstützt GOLDRAUSCH Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen und schenkt ihnen die Chance auf eine selbst bestimmte Zukunft.

Dabei leistet GOLDRAUSCH noch viel mehr: Das Netzwerk leiht nicht nur Geld, sondern schenkt auch Vertrauen! Vertrauen, das die Banken den Gründerinnen oftmals nicht entgegenbringen, denn leider sind Existenzgründungen von Frauen immer noch mit vielen Vorurteilen behaftet. Was hier sicherlich eine Rolle spielt: Frauen gründen anders als Männer, sie gründen mit geringerem Kapitalbedarf und sind daher oft uninteressant für Bankengeschäfte.

Bei der Unternehmensgründung von Frauen steht der Wunsch nach Unabhängigkeit an erster Stelle. Mit großem Abstand folgt das Streben nach beruflicher Selbstverwirklichung und nach eigenem und höherem Einkommen.

Frauen gründen sich selbst – das Unternehmen, das zu ihnen passt und nicht umgekehrt. Das belegen die in dieser Broschüre vorgestellten Unternehmerinnen auf eindrucksvolle Weise. Aus ihnen wurden selbstbewusste Führungskräfte, die Jobs schaffen, mit ihren Geschäften unser Leben bereichern und es allen zeigen.

Das Vertrauen, das GOLDRAUSCH in Gründerinnen und Unternehmerinnen setzt, war und ist im wahrsten Sinne des Wortes goldrichtig. Das ist Hilfe im Kleinen mit großem Effekt auf dem Weg zu wirtschaftlicher Unabhängigkeit.

Es ist beeindruckend, was die Macherinnen von GOLDRAUSCH in den letzten 25 Jahren bewegt haben und wir brauchen diese Solidarität untereinander – dringend!

Ich würde mich freuen, wenn dieser Solidaritätsgedanke einen GOLDRAUSCH auslösen würde, damit auch in Zukunft mit Kleinstkrediten Unternehmerinnen ihr Schritt in die Selbständigkeit ermöglicht werden kann.

FRAUEN GRÜNDEN ANDERS

oder warum GOLDRAUSCH bis heute unverzichtbar ist

Seit mehr als 25 Jahren investiert GOLDRAUSCH in Frauen: 850.000 Euro als zinslose Darlehen an rund 450 Berliner Frauenunternehmen sind eine gute Bilanz. Wir sind stolz darauf, mit unseren zinslosen Darlehen so manche Unternehmerin unbürokratisch unterstützt zu haben.

Als die GOLDRAUSCH-Gründerinnen das Netzwerk 1982 aus der Taufe hoben, sprossen im einstigen Westteil Berlins Frauenbetriebe, Frauenprojekte und Vereine nur so aus dem Boden. Damals gründeten sich Frauenbuchläden, -verlage, -sportvereine, -kulturzentren, Naturkostläden und vieles mehr.

Inzwischen hat sich das Profil von GOLDRAUSCH verändert. Während es früher eher Unternehmen waren, die der Frauenbewegung(-szene) zuzurechnen waren, ist das Spektrum breiter geworden. Heute sind die Antragstellerinnen Unternehmerinnen und Existenzgründerinnen unterschiedlicher Branchen, die ein Darlehen zwischen 1.000 und 3.000 Euro benötigen.

Das zeigt auch, dass Frauen anders gründen, meist kleiner und mit weniger Geld. Da Kleinstkredite für traditionelle Investoren oder Banken uninteressant sind, lehnen diese sie nicht selten ab. Umgekehrt sind klassische Bankkredite für kleine Unternehmen auch wegen des Zinssatzes nicht nur unattraktiv, sondern schlichtweg nicht finanzierbar.

Unternehmen von Frauen stellen einen durchaus relevanten Wirtschaftsfaktor dar, nicht nur wir sehen gerade bei Frauen noch ein unausgeschöpftes Potenzial an Existenzgründerinnen. Auch im Rahmen der Landesinitiative Chancengleichheit in der Berliner Wirtschaft und des Berliner gleichstellungspolitischen Rahmenprogramms ist das Ziel definiert, die Bedingungen für Frauen, die ein Unternehmen gründen bzw. sich selbstständig machen wollen, zu verbessern.

Um die unternehmerischen Potentiale und die erfolgreiche Gründung von Frauen zu fördern, braucht es ein politisch gestaltetes, positives Gründungsklima und finanzielle Unterstützungsangebote. Mit der Vergabe zinsloser Darlehen schließt GOLDRAUSCH die Finanzierungslücke seit über 25 Jahren und ist damit nach wie vor in der Gründungs- und Unternehmensförderung von Frauen einzigartig!

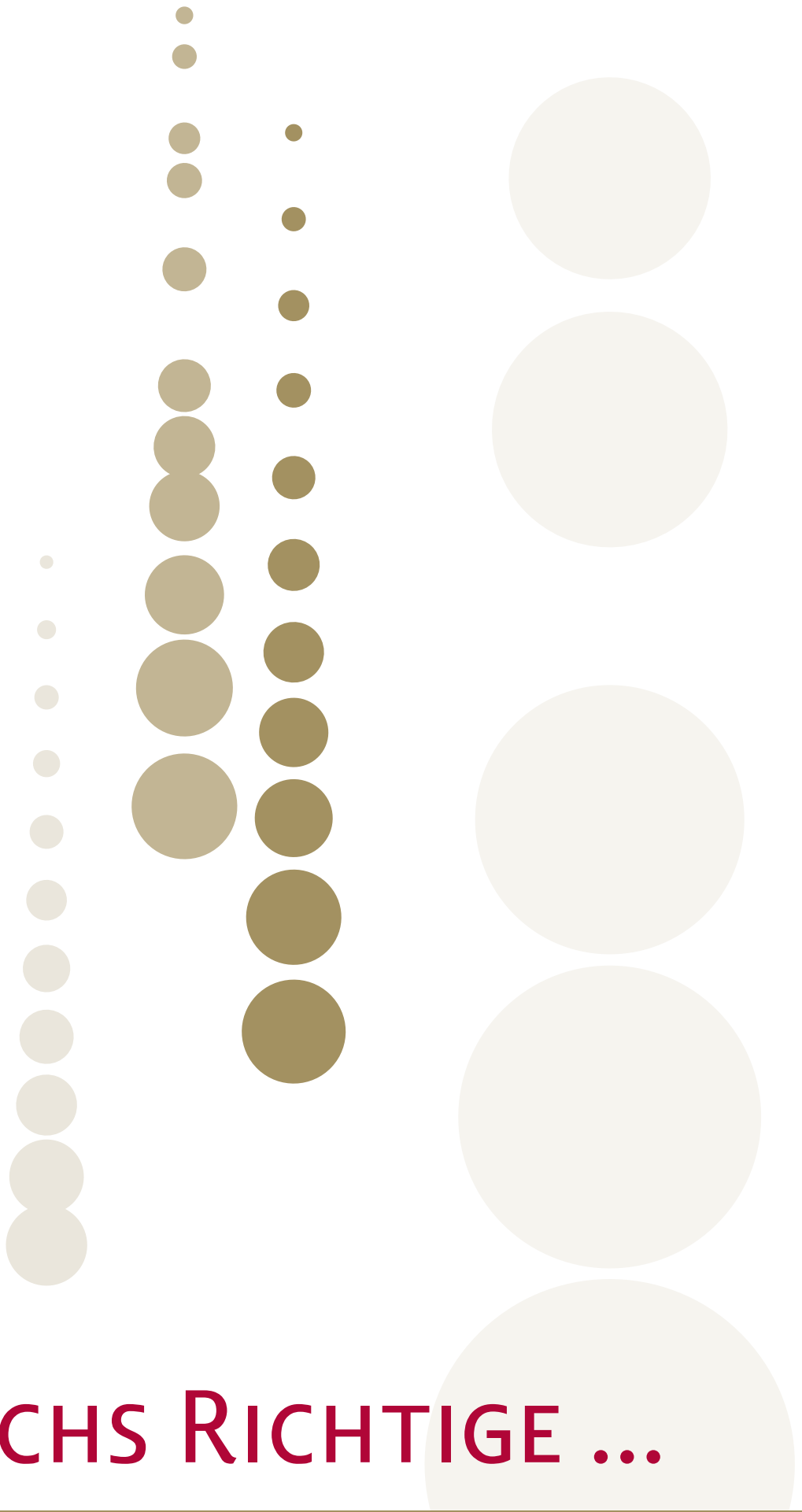
GOLDRAUSCH GIBT FRAUEN EINE PERSPEKTIVE

Vorrangig haben die „MacherInnen“ von GOLDRAUSCH den Anspruch, die Weiterentwicklung von alternativen Finanzierungsmöglichkeiten für Gründerinnen mit kleinem Finanzierungsbedarf, keinem oder geringem Eigenkapital und fehlenden banküblichen Sicherheiten mit voran zu treiben.

Nach intensiver Diskussion über Bedarfe und Gründungsverhalten von Frauen in Berlin hat GOLDRAUSCH für die Vergabe der Darlehen zwei neue Schwerpunktzielgruppen identifiziert: Gründerinnen 45+ und Frauen mit Migrationshintergrund. Beiden Gruppen ist gemein, dass sie nach erfolgreicher Entwicklung der Geschäftsidee und Erstellung des Businessplans nur wenig Eigenkapital vorweisen können und geringe Chancen auf einen Bankkredit haben.

Wichtig für die Etablierung zielgruppenspezifischer Fonds ist die Vernetzung mit den inzwischen existierenden Kleinkreditinitiativen, sowie den ExpertInnen aus Politik, Wissenschaft, Gründungsinitiativen und Banken, die sich mit allen Fragen zur nachhaltigen Etablierung von Mikrokreditfonds beschäftigen und notwendige Initiativen hierfür anstoßen. Hieraus könnten sich auch neue Perspektiven für die Weiterentwicklung der Darlehensvergabe bei GOLDRAUSCH ergeben.

Es gibt tausend gute Gründe, in Frauen zu investieren – sechs richtig gute Gründe stellen wir Ihnen hier vor.



SECHS RICHTIGE ...

BARBARA GEBHARDT

Modedesignerin – NIX Label



„Damit sie sagen können, sie haben von NIX gewusst“ - mit diesem Satz begrüßt die Modedesignerin Barbara Gebhardt die BesucherInnen auf ihrer Website. Und wie Frau mit NIX seit nunmehr 18 Jahren erfolgreich sein kann, zeigt Barbara Gebhardt auf beeindruckende Weise.

Zur Person: *1964, Ausbildung zur Modedesignerin beim Lette Verein, ein Sohn 14 Jahre

Unternehmen: NIX Designermode, Einzelunternehmen, zehn MitarbeiterInnen, darunter eine fest angestellte Designerin, zwei Auszubildende, freie MitarbeiterInnen und studentische Aushilfen

Gründungsjahr: 1991

Website: www.nix.de

Umsatz: ca 350.000 Euro pro Jahr

Motto: „Erreichbare Ziele formulieren und umsetzen. Das Vertrauen haben, im richtigen Moment die notwendigen Entscheidungen zu treffen.“

Der Gründungsprozess

Für das Studium beim Lette Verein zog Barbara Gebhardt von München nach Berlin. Frei nach dem Motto „learning by doing“ entwickelte sie noch während des Studiums zusammen mit ihrer damaligen Geschäftspartnerin die ersten Kollektionen. Es war die Zeit, in der die Leute begannen, Markennamen fett gedruckt auf den Shirts zu tragen – sie schrieb „NIX“ auf ihre Stücke und so entstand der Name für ein heute etabliertes Label.

Schon bei ihrem ersten Messeauftritt wurden sie ausgezeichnet. „Das gab uns das Selbstbewusstsein, uns auf den freien Markt zu begeben. Wir hatten Ideen, Ideale und Lust viel zu arbeiten.“ Im Jahr 1992 eröffnete sie den ersten eigenen Laden.

Die GOLDRAUSCH-Finanzierung

Bald war klar, dass sie Kapital benötigte, um mit der Produktion in Vorleistung gehen zu können. Das Darlehen von GOLDRAUSCH wurde als Grundkapital eingesetzt, daraufhin konnte sie den ersten Kredit bei der Bank durchsetzen. Trotzdem verlangte die Bank noch eine Bürgschaft, die ihre Eltern übernahmen. Ohne diese Unterstützung hätte die Bank keinen Kredit gewährt, trotz voller Auftragsbücher. Mode gilt als Risikogewerbe und die Banken geben in der Regel keine Kredite an junge DesignerInnen, ohne hundertprozentige Sicherheiten zu fordern.

Der Blick nach vorn

Seit der Geschäftsgründung hat Barbara Gebhardt ihr Label weiter entwickelt und perfektioniert. „Ein tragbares verständliches Produkt, mit klarer Aussage im Design und Kontinuität in Qualität und Stil war von Anfang an die Philosophie meiner Arbeit.“ Zielgruppe sind Frauen, die Qualität erkennen und sich funktional und gleichermaßen „up to date“ kleiden wollen. „Ich mache Mode für die Straßen Berlins und nicht für den Kleiderschrank.“

Barbara Gebhardt hat sich eine stabile Position am Markt erkämpft, trotz wachsender Konkurrenz von Billiganbietern. „Meine KundInnen schätzen den Stil von NIX und wissen, dass sie mit jedem Kleidungsstück die Haltung des Unternehmens unterstützen: fairer Handel mit Standort in Deutschland ist selten geworden und fließt in die Kaufentscheidung mit ein.“

Trotz insgesamt erfolgreichem Schaffen gab es Tiefpunkte – Trennungen von Partnern und Mitarbeitern, Unzufriedenheiten mit Produktions- und Geschäftspart-

●●● Barbara Gebhardt

nern und daraus entstandene Verluste auch finanzieller Art. „Krisen sind immer eine persönliche Belastung“ bekennt Barbara Gebhardt. „Mein Unternehmen ist meine Existenzgrundlage und die meiner Mitarbeiterinnen.“ Bisher gelang es der Modedesignerin immer, ihr „Schiff aus schwierigen Situationen herauszuführen.“

Auf die Frage, welchen Rat sie potentiellen Existenzgründerinnen geben würde, meint sie: „Es ist sinnvoll, sich Ziele und Strategien selbst zu erarbeiten, um die eigene Position zu stärken.“

Trotzdem ist nicht alles planbar, viele Entscheidungen entstehen aus unvorhersehbaren Situationen. „Offenheit für neue Impulse, neugierig bleiben und Mut zu Veränderung“ ist genauso wichtig, wie „Netzwerke zu schaffen, Freundschaften zu pflegen und dabei das eigene Privatleben nicht zu vergessen!“



BARBARA DIETL

freie Fotografin – Ambulante Fotografie



Die Fotografin Barbara Dietl macht individuelle Einzel-, Paar- und Gruppenportraits. Mit dem Begriff „Ambulante Fotografie“ beschreibt sie zum einen ihren Arbeitsstil, der situativ ist, ohne großen Aufbau und Studioinszenierung, zum anderen beschreibt sie ihr Angebot, Menschen außerhalb des Ateliers, Zuhause oder in einer dem jeweiligen Anlass entsprechenden Umgebung zu fotografieren.

Zur Person: *1966, Studium Hochschule der Künste Berlin, Hochschule für bildende Künste Hamburg, Fotografie am Schiffbauerdamm

Unternehmen: Freie Fotografin, Schwerpunkt: Portraitfotografie Mood

Homepage: www.dietlb.de

Gründungsjahr: Seit 1999 freie Fotografie, 2002 im September Eröffnung Atelierladen Stargarder Str. 64

Veröffentlichungen: Allegra, Berliner Akzente, BQN Berlin, Bund deutscher Gartenfreunde, Cosmopolitan, Eichborn Verlag, Emma, Fischer Verlag, GAP, Jüdisches Museum Berlin, Kultur-Spiegel, Leo Burnett, MAX, Mein heimliches Auge, Prinz, taz, Rowohlt Verlag, Siegessäule, Skyline, Ulrike Helmer Verlag, die Woche, u.a.

Motto: „Ich habe kein Motto!“

●●● Barbara Dietl

Der Gründungsprozess

„Du kannst doch nicht davon leben, deine Freunde zu fotografieren“ sagte ein Kommilitone zu Barbara Dietl, als sie kunsthochschulmüde war und eigentlich am liebsten nur ihre Freunde fotografierte.

Aus diesem wenig motivierenden Satz entstand dann die Geschäftsidee der Fotografin, denn sie dachte: „Aber ich kann versuchen, Menschen, die ein Bild von sich wollen, so zu fotografieren, als wären sie meine Freunde!“

Daraufhin mietete Barbara Dietl mit einer befreundeten Grafikerin einen kleinen Laden im Berliner Bezirk Prenzlauer Berg an – mit einer großen Schaufensterscheibe, so dass sie mit Tageslicht arbeiten konnte.

Die GOLDRAUSCH-Finanzierung

Da sie nicht wusste, ob ihre Idee funktionieren würde, investierte sie so wenig wie möglich und ist daher auch nie an Banken heran getreten.

Mit dem Darlehen von GOLDRAUSCH finanzierte die Fotografin die Anschaffung einer neuen Mittelformatkamera. Diese benötigte sie, um besser bezahlte Aufträge annehmen zu können. Aber „auch hier versuchte ich, das finanzielle Risiko recht klein zu halten, denn Schulden würden für mich einen großen Druck bedeuten.“

Denn wichtig ist für Babara Dietl, authentisch zu bleiben, „in meinem Stil, meiner Auffassung von Fotografie und auch in meinem Menschenbild und meinem Umgang mit Menschen. Für Moden oder höhere Honorare kann ich mich nicht verbiegen.“

Der Blick nach vorn

Im Laufe der Jahre hat die Fotografin eine eigene Handschrift entwickelt: „Mein persönlicher fotografischer Ansatz ist zeitgenössisch, sucht die Schönheit in der Eigenheit, im Beiläufigen und Alltäglichen, unabhängig von aktuellen Schönheitsvorstellungen. Authentizität der Situation ist wichtig für mich, daher arbeite ich mit Vorgefundenem, lasse mich auf die Umgebung ein und versuche, sie mit einzubeziehen.“

Während die Fotografin am Anfang jeden Auftrag angenommen hat, der sich ihr bot, unterscheidet sie mittlerweile recht genau, was zu ihr passt und wo sie nicht lieber eine Kollegin empfiehlt.

Als wichtige Voraussetzungen für die Anfangsphase ihrer Selbständigkeit sieht Barbara Dietl zunächst ihre Risikobereitschaft, die Unterstützung durch ihre Kollegin, mit der sie sich den Laden teilte und „viele, viele Ratschläge einer Freundin, die schon lange selbständig war!“ Aber auch, dass die Fotografie in ihrer Beziehung sehr viel Raum hatte und hat.

„Ich würde mich als Fotojunkie beschreiben“ sagt Barbara Dietl. „Für mich ist die Fotografie mehr als ein Beruf, ich muss fotografieren. Das trägt viel. Besonders in sehr stressigen oder brotlosen Zeiten.“ Und so ist Barbara Dietl auch davon überzeugt, dass jede Frau, die überlegt sich selbständig zu machen, zuerst für sich klärt, „ob ihre Leidenschaft, egal für was, ausreicht.“

MANUELA POLIDORI UND RENATA BÜHLER

Frauenhotel „artemisia“



Vor 19 Jahren wagten sich einige Frauen, unter ihnen die heutigen Inhaberinnen Manuela Polidori aus Italien und Renata Bühler aus der Schweiz, mit einem neuen Konzept - ein Hotel von Frauen für Frauen - in die Selbständigkeit und eröffneten in Berlin das erste deutsche Frauenhotel, das „artemisia“.

Zu den Personen: Renata Bühler, *1960 (Med. Techn. Laborassistentin aus der Schweiz), Manuela Polidori, *1963 (Hotelfachfrau aus Italien)

Unternehmen: Frauenhotel artemisia Berlin, Renata Bühler und Manuela Polidori GbR, fünf Mitarbeiterinnen

Gründungsjahr: 1989

Homepage: www.frauenhotel-berlin.de

Umsatz: ca. 300.000 Euro pro Jahr

Motto: „Stolpersteine zu Bausteinen machen“

3.

Der Gründungsprozess

Die Idee „ein Hotel ausschließlich für Frauen“ weckte damals die Neugier der Welt-
presse und selbst das Fernsehen berichtete über die exotische Hotelneuheit, die
heute ihren festen Platz in der Berliner Hotellandschaft erobert hat. Die Gründungs-
phase war nicht einfach, aber „unsere Euphorie überzeugte selbst die Skeptiker bei
der Bank“ erinnern sich die Inhaberinnen mit gewissem Stolz.

Die GOLDRAUSCH-Finanzierung

„Mit Überzeugungskraft und ansteckender Euphorie konnten wir damals das nötige
Geld für eine komplette Sanierung zusammenborgen“, erzählen Renata Bühler und
Manuela Polidori. Der Kreis der damaligen GeldgeberInnen war vielfältig: GOLD-
RAUSCH, Familie, FreundInnen und Bekannte, aber auch Parteien wie Alternative
Liste und - last but not least - auch Banken.

So eröffnete das erste deutsche Frauenhotel mit acht Zimmern im Mai 1989 seine
Pforten, wobei „das artemisia nicht nur eine Übernachtungsmöglichkeit ist, son-
dern auch ein kultureller und kommunikativer Raum für Frauen.“ Es entstand ein
Tagungsraum für Seminare und die hoteleigene Dachterrasse bietet den Hotelgäs-
tinnen wie den Berlinerinnen einen sonnigen Platz für Erholung und gemütliches
Beisammensein.

Renata Bühler und Manuela Polidori haben das artemisia über alle Anfangsschwie-
rigkeiten hinweg mit hohem persönlichen Einsatz, Professionalität und viel Individu-
alismus zu dem gemacht, was es heute ist, ein erfolgreiches Hotel für Frauen, dessen
Auslastung höher und konstanter ist, als im Berliner Durchschnitt.

2001 konnte das Hotel zum ersten Mal vergrößert werden, indem eine weitere Woh-
nung im Haus umgebaut wurde. Mit nun zwölf Zimmern stieg auch die Wirtschaft-
lichkeit des Betriebes und es konnten neue Arbeitsplätze geschaffen werden. 2006
wurde das Frauenhotel als „Frauenfreundlichster Betrieb des Jahres“ im Berliner
Bezirk Charlottenburg ausgezeichnet.

Der Blick nach vorn

„Im Jahr 2007 entschlossen wir uns, um auch künftig der steigenden Konkurrenz
standhalten zu können, das Risiko eines weiteren Umbaus einzugehen und das Hotel
auf 19 Zimmer zu vergrößern.“

●●● Renata Bühler und Manuela Polidori

Bis Ende März 2008 wurde das Dach ausgebaut. „Diese Monate waren nicht einfach, vor allem da wir aus wirtschaftlichen Gründen den Hotelbetrieb während der ganzen Bauzeit zwar eingeschränkt aber doch weiterlaufen lassen mussten.“ Auch Frühstücksraum und Dachterrasse sind im Zuge der Maßnahmen komplett saniert worden. Ob sich der Umbau für das Frauenhotel finanziell gelohnt hat, wird sich erst nach einem vollständigen Geschäftsjahr zeigen. Selbst bei bester Vorplanung und vernünftiger Kalkulation, ein Restrisiko bleibt immer.

Potentiellen Existenzgründerinnen raten die Hotelbesitzerinnen gerade für dieses „Restrisiko“ ein Bewusstsein zu entwickeln und „den nötigen Kampfgeist und viel Durchhaltevermögen“ mitzubringen.

Sollte sich der Hotelbetrieb durch die Erweiterung wie geplant entwickeln, dann hoffen die Besitzerinnen zukünftig auch mehr Zeit zu haben, um sich in den wichtigen Unternehmerinnenverbänden und -stammtischen zu engagieren - „dafür blieb uns in der Vergangenheit leider zu wenig Zeit.“

4.

MONIKA GLÖSS Design



Die Schmuckdesignerin und gelernte Goldschmiedin Monika Glöss entwirft zeitlosen Schmuck. Ihre Kollektion umfasst Ringe, Ohrringe, Halsschmuck und Broschen, die sie in ihrer eigenen Werkstatt entwickelt und fertigt. Im Jahr 2004 gestaltete Monika Glöss die Skulptur für den Unternehmerinnenpreis des Berliner Senats.

Zur Person: *1955, Diplom-Designerin und Goldschmiedin

Unternehmen: Monika Glöss Design, Einzelunternehmen

Gründungsjahr: 1991

Homepage: www.monika-gloess.de

Motto: „Man muss nicht alles selber können!“

●●● Monika Glöss

Der Gründungsprozess

Nach ihrer Ausbildung zur Goldschmiedin in Essen arbeitete Monika Glöss drei Jahre als Gesellin in verschiedenen Betrieben, ihren Diplom-Abschluss als Schmuck-Designerin machte sie 1986 in Düsseldorf. Mit anderen Studentinnen gründete sie noch während der Studienzeit eine Werkstatt, in der sie zu viert arbeiteten. Sie begann noch ein zweites Studium, finanzierte sich mit Jobs und entwickelte parallel dazu eine preisgünstige Schmuck-Kollektion. Mit einer Kollegin begann sie den Vertrieb über Fachmessen.

Die Gründungsidee entstand für Monika Glöss und ihre Kollegin aus der Frage: „Was machen wir nun als Designerinnen?“ Sie hatten die Wahl als Angestellte in der Schmuckindustrie zu arbeiten oder es selbständig zu versuchen. Sie entschieden sich für die Selbständigkeit, jede mit ihrer eigenen Kollektion, der Vertrieb wurde gemeinsam organisiert. Zu Beginn ihrer Selbständigkeit hatte Monika Glöss parallel einen Job, den sie aber nach und nach aufgeben konnte.

Die GOLDRAUSCH-Finanzierung

Darlehen von GOLDRAUSCH hat sie bisher zweimal in Anspruch genommen. Mit dem einen finanzierte sie eine Musterkollektion aus Edelmetall, das zweite benötigte sie zur Produktion einer Kleinserie. Den Kontakt zu Banken meidet Monika Glöss: „Die Darlehen von GOLDRAUSCH entsprachen genau dem, was ich brauchte: Übersichtbarkeit der Darlehenshöhe und unkomplizierte Antragstellung.“

Risiken seien in ihrer Branche durchaus vorhanden, konstatiert die Designerin, denn „auf Schmuck wird am ehesten verzichtet, wenn das Geld knapp ist.“ Sie arbeitet daher in letzter Zeit auch mit preisgünstigen Materialien. Außerdem entwickelt sie ihre Kollektion stetig weiter: „Bei der Entwicklung von Design verbinde ich meine ästhetische Vorliebe für einfache, klare Formen mit der Faszination für technische Konstruktionen.“ Dabei erfüllen die erstaunlichen technischen Lösungen ihren Zweck - z.B. das Öffnen und Schließen der Schmuckstücke.

Den Vertrieb über Fachmessen hat Monika Glöss bereits 2006 aufgegeben - die Konkurrenz mit maschinengefertigtem Schmuck wurde zu groß, der Markt enger und der Vertrieb zunehmend schwieriger - „mir ging zeitweise die Luft und Motivation aus, so dass ich nicht mehr weitermachen wollte.“ In dieser Zeit hat sie ein vom Berliner Senat finanziertes Coaching-Angebot wahrgenommen, um neue Vertriebs- und Angebotsmöglichkeiten zu entwickeln und weiterzumachen.

Der Blick nach vorn

Heute verortet sich die Schmuckdesignerin „in einer kleinen(?) Szene von Freischaffenden, die einen eigenen Markt hat, der irgendwie beweglich ist und vielfältig sein muss.“ Sie pflegt den Kontakt zu Geschäfts- und Privatkunden, entwickelt Designlösungen für Firmen, zeigt Präsenz auf Ausstellungen und kooperiert im Vertrieb mit Kolleginnen. Monika Glöss sieht die Zukunft optimistisch, denn es gibt für sie wieder mehr Interesse an und Wertschätzung von individuell gearbeiteten Produkten.

Einen allgemeinen Rat für Existenzgründerinnen kann Monika Glöss nicht geben, denn „jede persönliche Ausgangssituation ist anders.“ Aber von Vorteil sei es sicherlich, Kooperationen für die Geschäftsbereiche zu finden, die selbst nicht zu bewältigen sind - „man muss nicht alles selber können! Dafür ist es notwendig, Vertrauen in sich selbst und in die anderen zu haben.“

ANDREA UND BIRGIT PAESCHKE

digitales Anwaltssekretariat Di.As

5.



Im Alter von 44 Jahren startete Andrea Paeschke einen beruflichen Neuanfang. Heute betreibt sie mit ihrer Tochter Birgit Paeschke das digitale Anwaltssekretariat Di.As. Sie arbeiten im Outsourcing für Anwälte und übernehmen kanzleitypische Arbeiten.

Zu den Personen: Andrea Paeschke *1959 (Jurastudium ohne Abschluss, Einzelhandelskauffrau, sowie Rechtsanwalts- und Notarfachangestellte), zwei Kinder und zwei Enkelkinder, Birgit Paeschke *1983, (Rechtsanwalts- und Notarfachangestellte, studiert Rechtswissenschaften)

Unternehmen: Di.As GbR - digitales Anwaltssekretariat, eine Angestellte, eine Praktikantin und ab Februar 2009 eine Auszubildende.

Gründungsjahr: 2006

Homepage: www.dias-gbr.de

Motto: „Wenn man will, schafft man alles!“

Der Gründungsprozess

Mit 44 Jahren hat sich Andrea Paeschke nochmals auf die Schulbank gesetzt und den Beruf der Rechtsanwalts- und Notarfachangestellten erlernt. Aufgrund ihres Alters und der wenigen Berufserfahrung schätzte sie die Chancen, in dem Berufsfeld angestellt zu werden, als gering ein. Dieser Situation entsprang dann die Idee sich selbständig zu machen.

Die Idee zur Gründung eines digitalen Anwaltssekretariats entstand schon während ihrer Umschulung. Mit ihrer Idee weckte sie das Interesse bei zwei ihrer damaligen Mitschülerinnen, die mit ihr die Unternehmensgründung angingen. „Wir haben zusammen ein Jahr lang am Businessplan gearbeitet“, erzählt Andrea Paeschke, „haben Seminare besucht, selbst am Businessplanwettbewerb haben wir teilgenommen.“ Die Vorgründungsphase beschreibt Andrea Paeschke als extrem schwierig: „Wir haben hart gekämpft, um die Firma zum Leben zu erwecken.“ Die Frauen mussten viele Hürden überwinden. Dazu gehörten langwierige Verhandlungen mit Banken, die zwar ihren Plan gut fanden, aber nicht bereit waren sie zu unterstützen.

Die GOLDRAUSCH-Finanzierung

Auf der Suche nach Geldgebern sind die Gründerinnen auf GOLDRAUSCH gestoßen. Im Januar 2006 war es soweit und Andrea Paeschke gründete gemeinsam mit ihren beiden Kolleginnen das digitale Anwaltssekretariat Di.As GbR. „Wir haben die Hilfe von GOLDRAUSCH gerne angenommen und waren froh, somit die Di.As gründen zu können.“

Die Freude über die erfolgreiche Gründung währte nicht lange, es zeigte sich schnell, dass die Vorstellungen einer Zusammenarbeit bei den drei Gründerinnen recht unterschiedlich waren. Das führte dazu, dass eine der Frauen das Unternehmen im Januar 2007 verließ. Ein Jahr später verließ auch die zweite Mitgründerin das Unternehmen und wechselte in ein Angestelltenverhältnis.

Der Blick nach vorn

Andrea Paeschke ließ sich von diesen Rückschlägen nicht entmutigen. Seit April 2008 ist ihre Tochter Birgit Paeschke Miteigentümerin der GbR, denn Andrea Paeschke glaubt fest an die Idee und den Erfolg ihres Unternehmens: „Ich sehe für unser Unternehmen die besten Voraussetzungen weiter erfolgreich zu sein.“

●●● Birgit und Andrea Paeschke

In der Zwischenzeit haben Andrea und Birgit Paeschke ihre Dienstleistung erweitert, ein Bestandteil der Di.As ist nunmehr eine Personalvermittlung für Rechtsanwalts- und Notarfachangestellte. Derzeit arbeiten sie daran ein Netzwerk für selbständige Rechtsanwalts- und Notarfachangestellte aufzubauen.

Potentiellen Gründerinnen rät Andrea Paeschke, sich das Vorhaben „Selbständigkeit“ gut zu überlegen, sich eine ausreichende Zeit für die Gründung zu nehmen. „Ich glaube den größten Fehler macht man, wenn man denkt, alles mal so nebenbei zu bewältigen und im Hauruckverfahren erfolgreich zu werden.“

Für Andrea Paeschke hat sich der Einsatz gelohnt: „Nach fast drei Jahren kann ich sagen, es macht sich bezahlt und ich habe eine echte Chance, meine Tätigkeit erfolgreich weiter führen zu können“ und fügt hinzu: „Mit viel Einsatz und noch viel mehr Willen, kann jede ihr Ziel erreichen!“

EVA VEITH UND EVELYN BADER

Frauen unterwegs – Frauen Reisen

6.



Fast schon eine Institution ist das Unternehmen von Evelyn Bader und Eva Veith, denn seit 1984 organisieren sie Frauenreisen. Außerdem veröffentlichen sie alle zwei Jahre das Reisehandbuch „Frauenorte Überall“ mit Adressen von frauenfreundlichen Unterkünften europaweit.

Zu den Personen: Eva Veith *1956 (Diplom-Sozialpädagogin und Reiseveranstalterin)
Evelyn Bader *1953 (Soziologin und Reiseveranstalterin)

Unternehmen: Frauen Unterwegs – Frauen Reisen, zuerst Verein, dann GbR, seit 2004 GmbH, zwei Inhaberinnen / Geschäftsführerinnen und zwei Mitarbeiterinnen

Gründungsjahr: 1984

Homepage: www.frauenunterwegs.de

Motto: „Urlaubs(t)räume für Frauen!“

●●● Evelyn Bader und Eva Veith

Der Gründungsprozess

Angefangen hatte es 1984 mit zwei Italienreisen, damals von zwei Berliner Frauen organisiert, eine davon war die heutige Mitinhaberin Eva Veith. Und tatsächlich: diese Idee, Reisen ausschließlich für Frauen zu organisieren, war damals im Jahr 1984 eine Besonderheit, die auch teilweise belächelt wurde.

Evelyn Bader, die zweite der heutigen Inhaberinnen war als Teilnehmerin bei einer der Reisen in den Anfangsjahren mit dabei und entschloss sich danach, bei Frauen unterwegs einzusteigen.

In den ersten Jahren arbeiteten Eva Veith und Evelyn Bader ehrenamtlich, bis sie im Laufe der Zeit Frauen Unterwegs – Frauen Reisen immer mehr zum Hauptberuf machten: „Wir beide sind Quereinsteigerinnen, die eine Soziologin, die andere Sozialpädagogin, und haben uns erst nach und nach in die Tätigkeit als Reiseveranstalterinnen hineingearbeitet.“

Die GOLDRAUSCH-Finanzierung

Die Kosten für die alljährliche Katalogproduktion brachten das junge Unternehmen immer wieder in Bedrängnis. „GOLDRAUSCH gewährte uns in diesen Anfangsjahren mehrmals unkompliziert finanzielle Darlehen - das war sehr hilfreich für uns! Bei anderen Kreditgebern hätten wir die benötigten finanziellen Mittel gar nicht so schnell und unbürokratisch bekommen.“

Seit nunmehr einem Vierteljahrhundert organisieren die Unternehmerinnen nun Städte- und Studienreisen, Rad- und Wandertouren, Badeurlaub, Wellness und Workshops, exklusiv für Frauen. „Wir bieten weder „last minute“ noch Massentourismus, sondern Reisen, die etwas Besonderes sind.“ Vor Ort kooperieren sie mit engagierten Reiseleiterinnen, die vielfach Spezialistinnen auf ihrem Gebiet sind, übernachtet wird in individuellen Unterkünften, die oftmals von Frauen betrieben werden. Im Laufe der Jahre ist das Unternehmen stetig gewachsen und dies, obwohl das Tourismusgewerbe sehr sensibel z.B. auf politische und soziale Veränderungen oder auch auf Naturkatastrophen reagiert.

Der Blick nach vorn

Mittlerweile veranstalten und organisieren die beiden Inhaberinnen rund 250 Reisen im Jahr, auf allen fünf Kontinenten dieser Welt, von der „kleinen“ Wochenend-Reise bis hin zur „ganz großen“ Rundreise. Sie operieren bundesweit und haben Teilnehmerinnen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum, auch aus Österreich und der Schweiz.

Ans Aufhören haben die beiden nie gedacht: „Wir sind stolz auf das, was wir geschaffen haben, und es macht uns immer wieder Freude, neue Reisen zu konzipieren.“ So schätzen sie auch die zukünftige Entwicklung ihres Unternehmens positiv ein, denn „durch das Internet werden wir nun auch von vielen „Neukundinnen“ gefunden, die sonst gar nicht von uns erfahren hätten.“

Ganz besonders stolz sind Eva Veith und Evelyn Bader darauf, dass sie im Laufe der Zeit – „als historisches Novum!“ – eine eigenständige Branche der Frauentouristik erschaffen haben. Sie haben aktiv zur Vernetzung mit anderen Frauenreiseunternehmen beigetragen und sich zu Europas größter Reiseveranstalterin für Frauenreisen entwickelt.

Für potentielle Gründerinnen haben sie folgenden Rat: „Nicht aufgeben! Manchmal dauert es einfach ein bisschen länger...“



MIKROFINANZIERUNG - KLEINE KREDITE MIT GROSSER WIRKUNG oder: Die Weiterentwicklung von Erfolgsgeschichten

Sozial engagierte und wirtschaftlich denkende Menschen hatten im Jahre 1982 – an zwei unterschiedlichen Orten mit ganz unterschiedlichen Lebensbedingungen – die gleiche großartige Idee: Die Gründung von Institutionen zur Vergabe von Kleinstkrediten an Frauen, die sich eine eigenständige Existenz aufbauen möchten, um sich (und ihrer Familie) damit eine Lebensgrundlage zu schaffen.

Spätestens seit der Verleihung des Friedensnobelpreises im Dezember 2006 an den Ökonomie-Professor Muhammad Yunus und die Grameen (Dorf)-Bank in Bangladesch ist die eine dieser beiden Erfolgsgeschichten weltweit in aller Munde. Inzwischen hat die professionell arbeitende Grameen Bank sieben Millionen KreditnehmerInnen – davon 97 Prozent Frauen – unterstützt. Unzählige Menschen verdanken der Mikrofinanzierung ein Leben ohne die Sorge um das tägliche Brot.

Die andere Erfolgsgeschichte – das rein ehrenamtlich und mit Spenden arbeitende GOLDRAUSCH-Netzwerk – hat in den vergangenen 26 Jahren mehr als 450 Berliner Frauenprojekte mit Krediten und Zuschüssen in Höhe von rund 850.000 Euro erreicht. Dadurch wurden ebenfalls zahlreiche Existenzgrundlagen geschaffen sowie die Realisierung von neuen guten Geschäftsideen für Berlin angestoßen. Die Unternehmerinnen-Portraits in dieser Broschüre belegen dies eindrucksvoll.

Was macht Mikrofinanzierung so beliebt?

„Microbusiness“ steht beispielhaft für die wirtschaftliche Integration durch Eigeninitiative und „Microlending“ für die Hilfe zur Selbsthilfe. Weiterhin werden in der Mikrofinanzierung sehr hohe Rückzahlquoten (bis zu 97 Prozent) erreicht. D.h. das ausgereichte Kapital fließt durch die Rückzahlungen der Kreditnehmer/innen in hohem Maße immer wieder in die Mikrokreditfonds zurück und steht damit weiteren jungen Existenzgründer/innen für Kreditvergaben zur Verfügung.

Diese Form des „Nehmens“ und „Zurückgebens“ macht Mikrofinanzierung bei liberalen wie konservativen Förderern und Zuwendungsgebern gleichermaßen beliebt. Besonders prominente Unterstützer/innen von Mikrofinanzierung sind Prince Charles, der mit dem „Prince's Trust“ schon viele Tausend arbeitslose Jugendliche in Großbritannien mit Kleinstkrediten unterstützt hat sowie Königin Sofia von Spanien und Prinzessin Maxima von den Niederlanden, die sich als Schirmherrinnen für Mikrokreditprogramme engagieren. Mittlerweile hat sich Mikrofinanzierung in Europa als erfolgreiches Instrument gegen Erwerbslosigkeit, soziale Ausgrenzung und zur Unterstützung der lokalen Ökonomie (Kleinstgründungen und Kleinstunternehmen) etabliert.

••• Mikrofinanzierung - kleine Kredite mit großer Wirkung

Was ist Mikrofinanzierung?

Im europäischen Sprachraum versteht man unter Mikrofinanzierung die Vergabe von Krediten bis 25.000 Euro zur Finanzierung von Aufbau, Stabilisierung oder Wachstum einer selbständigen Tätigkeit. Typische Microlending-Methoden sind beispielsweise

- eine sorgfältige Prüfung von Kreditnehmer/in und geplantem Vorhaben (personenbezogene Kreditvergabe oder sogenannte „character based loans“),
- eine Begleitung der Kreditnehmer/innen auch nach der Kreditauszahlung, z.B. durch Monitoring und /oder Beratung,
- eine stufenweise Vergabe von Krediten, z.B. beginnend mit 10.000 Euro, nach erfolgreicher Rückzahlung kann schnell und unbürokratisch ein weiterer höherer Kredit bewilligt werden oder
- die Beibringung von werthaltigen Referenzen, z.B. durch Kleinstbürgschaften aus dem privaten oder beruflichen Umfeld.

Durch diese Methoden sollen Kreditausfälle minimiert und die Kreditvergabe damit sowohl für Darlehensgeber/innen als auch für Darlehensnehmer/innen sicherer werden.

Ein weiterer positiver Effekt der Mikrokreditvergabe ist, dass sich die Kreditnehmer/innen hierüber eine positive „Kredithistorie“ aufbauen können, die dann später den Zugang zum regulären Kreditsektor erleichtert.

Warum Mikrokredite für Frauen?

Die Vergabe von Mikrokrediten speziell an Frauen hat für das GOLDRAUSCH-Netzwerk viele Gründe:

- Frauen können im Vergleich zu Männern häufig weniger Eigenkapital ansparen und verfügen in der Regel über weniger bankübliche Sicherheiten, was ihnen den Zugang zum regulären Kreditmarkt verschließt.
- Frauen stoßen im Berufsleben nach wie vor an eine „gläserne Decke“ oder haben nach einer Familienphase Schwierigkeiten, einen angemessenen beruflichen Wiedereinstieg zu finden. Für diese Frauen kann die Selbständigkeit eine Möglichkeit sein, sich beruflich zu verwirklichen oder einfach den Berufseintritt zu realisieren.
- Gründungsideen von Frauen entstehen häufig aus der Analyse von Erkenntnissen und Erfahrungen des direkten eigenen Berufs- und auch Lebensumfeldes. Vor diesem Hintergrund sind schon viele nützliche Produkte und hilfreiche Dienstleistungen entstanden.

- Unternehmerinnen schaffen in hohem Maße Frauenarbeitsplätze.

Mikrokreditinitiativen wie die Grameenbank in Bangladesh, aber auch Women's World Banking in Spanien, WEETU in Großbritannien, Mama Cash in den Niederlanden und Nettverks Kredit in Norwegen zeigen, dass mit ihrer Hilfe die Gründungsquote von Frauen erheblich gesteigert werden kann.

Die aktuellen Herausforderungen für Mikrofinanzierer und GOLDRAUSCH

Eine systematische Unterstützung des Mikrofinanzsektors in Deutschland durch die öffentliche Hand - wie dies u.a. in Frankreich und Großbritannien der Fall ist - ist zur Zeit noch nicht absehbar. GOLDRAUSCH ist daher auf die Beiträge von Mitgliedern sowie privaten Förderern und Geldgeber/innen angewiesen.

Aktuell hat GOLDRAUSCH beschlossen, seine Mikrokredit-Aktivitäten auszuweiten. Was ist hierfür notwendig?

- Eine größere Erreichbarkeit des GOLDRAUSCH Büros.
- Eine Professionalisierung der Kreditbetreuung.
- Eine Erhöhung des bestehenden Mikrokreditfonds.
- Eine intensivere Öffentlichkeitsarbeit für potenzielle Kreditnehmerinnen und Unterstützer/innen (Website, Publikationen, Unternehmerintage u.ä.)
- Eine verstärkte Netzwerkarbeit auf nationaler und europäischer Ebene mit anderen Mikrofinanz-Institutionen (Konferenzen, Fachtagungen u.ä.).

Für diese Aktivitäten benötigt GOLDRAUSCH finanzielle Ressourcen, die über die bislang zur Verfügung stehenden Mittel hinausgehen.

Mit der Nominierung von GOLDRAUSCH im Rahmen der „Goldenen Bild der Frau 2008“ kann ein erster wichtiger Schritt in diese Richtung getan werden. Das Preisgeld von 10.000 Euro soll in die Aufstockung des bisherigen Mikrokreditfonds investiert werden und wird somit zur Ausweitung der Kreditvergaben beitragen. Weiterhin soll neues Vergabekapital für die Zielgruppe der Frauen mit Migrationshintergrund und Frauen 45+ eingeworben werden.

Für die Weiterentwicklung der GOLDRAUSCH-Erfolgsgeschichte wünschen wir uns viele Unterstützerinnen und Unterstützer!

UNSER LEITBILD

Der Verein

Wir sind ein gemeinwohlorientierter Verein und ein Netzwerk, das Frauen mit innovativen Gründungsideen durch zinslose Darlehen unterstützt.

Wir sind engagierte und gut vernetzte Frauen aus Wirtschaft, Kultur und Politik. Wir sind aktiv, gestalten die Gesellschaft und nehmen Einfluss in Wirtschaft und Politik.

Unsere Werte

Schon für die Gründerinnen von GOLDRAUSCH im Jahr 1982 hatten Themen wie ein garantiertes Grundeinkommen, bezahlte Arbeit von Frauen und deren ökonomische Unabhängigkeit höchste Priorität.

Damals wie heute verbindet uns ein frauenpolitisches, emanzipatorisches Engagement, mit dem Ziel, die Lebensqualität und eigenständige Existenzsicherung von Frauen zu verbessern und zu befördern. Wir wollen politische Rahmenbedingungen verändern und Barrieren abbauen, um Frauen eine gleichberechtigte gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen.

Unser Handeln wird bestimmt von Toleranz, der Verwirklichung von Chancengleichheit und der Anerkennung der Vielfältigkeit von Menschen. Gleiche Entwicklungsmöglichkeiten für alle Menschen zu schaffen, gehört zu unseren Forderungen an eine demokratische Gesellschaft.

Unser Engagement

Wir bieten Empowerment für innovative und mutige Frauen, indem wir unkompliziert zinslose Darlehen zur Verfügung stellen.

Wir setzen uns aktiv für die Weiterentwicklung von alternativen Finanzierungsmöglichkeiten für Gründerinnen mit kleinem Finanzierungsbedarf, keinem oder geringem Eigenkapital und fehlenden banküblichen Sicherheiten ein.

Wir glauben an die „Hilfe zur Selbsthilfe“ und die Eigenmotivation der Menschen und wollen mit unserem Engagement dazu beitragen, dass diese Motivation blühen kann.

Neben der Darlehensvergabe gehören dazu die Vernetzung mit existierenden Kleinkreditinitiativen ebenso wie die Vernetzung mit Expertinnen aus Politik, Wissenschaft, Gründungsinitiativen und Banken, die sich mit Fragen zur nachhaltigen Etablierung von Mikrokreditfonds beschäftigen und notwendige Initiativen hierfür anstoßen. Diese Kooperation findet in tragfähigen Netzwerken, Partnerschaften und in der Zusammenarbeit mit Institutionen und regionalen und bundesweiten

Strukturen ihren Ausdruck. Wir sind Mitglied im Deutschen Mikrofinanz Institut DMI und Genossin der Weiberwirtschaft eG.

All dies eröffnet auch neue Perspektiven für die Weiterentwicklung der Darlehensvergabe bei GOLDRAUSCH - die im übrigen in der Gründungs- und Unternehmensförderung von Frauen unter den in den letzten zehn Jahren initiierten Kleinkreditinitiativen und Mikrokreditfonds immer noch einzigartig ist!

Unsere Ressourcen

All diejenigen, die GOLDRAUSCH schon Jahre lang treu mit ihren Vereinsbeiträgen und Spenden unterstützen, sind unsere wertvollste „Ressource“.

Ein ebenso wichtiges Gut, um unsere gesteckten Ziele zu erreichen, sind für uns diejenigen Menschen, die sich für GOLDRAUSCH ehrenamtlich engagieren. Ihre vielfältigen Kompetenzen, die unterschiedlichen Qualifikationen, Erfahrungshintergründe, Lebensläufe sowie die Sozialkompetenz, die Lebenserfahrung und ihre Flexibilität schätzen wir als zusätzliche und wertvolle Ressource.

Unsere Ziele

Wir wollen unsere Ressourcen vermehren und die finanziellen Mittel, die uns für die Darlehensvergabe zur Verfügung stehen, nach nachhaltigen Kriterien anlegen. GOLDRAUSCH versteht sich als lernende Organisation, in der fundierte fachliche, methodische und soziale Kompetenzen, Professionalität und Reflexionsfähigkeit den Kern bilden.

Wir begreifen dies als wesentliche Voraussetzung, um Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen eine verlässliche Ansprechpartnerin zu sein und um unseren Kundinnen ein bedarfsgerechtes Angebot machen zu können.

Wir wollen durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit den Bekanntheitsgrad von GOLDRAUSCH steigern mit dem Ziel, neue und starke PartnerInnen für die GOLDRAUSCH-Idee zu gewinnen und zu begeistern, denn: Wer in Frauen investiert, macht immer Gewinn!

DANKE!

- der Senatverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen für die Finanzierung der Herstellungskosten der Broschüre
- Jens Petershagen für den Blick von außen, die kommunikative Kompetenz, das enorme Engagement, die guten Gespräche und die tollen Kontakte
- Stefanie Reeb für ihre großartigen Gestaltungsideen, das Logo und das Corporate Design
- Dr. Brigitte Lammers für das perfekte matching
- Ulrike Folkerts für die „Patenschaft“ und Katharina Schnitzler für das schöne Foto
- allen, die die Arbeit von Goldrausch seit mehr als 25 Jahren ehrenamtlich und/oder finanziell unterstützen, insbesondere der „goldenen“ Brigitte Maas.
- all denjenigen, die Goldrausch zukünftig unterstützen wollen und werden



• **Spendenkonto 307 09 06 - Bank für Sozialwirtschaft BLZ 100 205 00**

Impressum

Herausgeberin:
GOLDRAUSCH e.V., Potsdamer Str. 139, 10783 Berlin
www.goldrausch-ev.de

Redaktion:
Sabine Bangert, Brigitte Maas

Konzeptionstrio:
Sabine Bangert, Karin Ebert, Jutta Ritte

Fotos:
Freia Königer [S.8, S.14, S.17, S.20, S.23],
Barbara Seyerlein [S.11], Katharina Schnitzler [S.2]

Layout und Gestaltung:
Tilla Balzer und Freia Königer – dogsdoor, nach einer Idee von Stefanie Reeb

Druck:
Königsdruck, Berlin

Finanziert durch die
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen



1 2 3 4 5 6.