

Handelsblatt



Die 50 besten Unternehmerinnen Deutschlands

Belgien, Luxemburg, Niederlande u. Österreich 3,70 €
 / 4,00 €, Frankreich 4,10 € / 4,50 €, Großbritannien
 3,70 GBP / 4,00 GBP, Schweiz 5,50 CHF / 6,00 CHF,
 Polen 20,00 PLN / 22,50 PLN

Monatsabonnement:
 Handelsblatt Print: 66,70 Euro
 Handelsblatt Print + Premium: 76,69 Euro
 www.handelsblatt.com/angebot

Handelsblatt GmbH Kundenservice
 Tel. 0211 887 3902
 kundenservice@handelsblatt.com

50017

 4 190253 104009

PREIS
 4,00 €

G 02531

Handelsblatt

dpa/picture alliance, ReDi school, Getty Images, B. Braun Melsungen AG, Coroplast, Imago, udd images, VAUDE Sport GmbH & Co. KG, Infarm, Delo



ddp images/Steven Simon

Trumpf
Nicola Leibinger-Kammüller

Die Trumpf-Chefin ist schon eine Klasse für sich. Seit mehr als 16 Jahren führt Nicola Leibinger-Kammüller den Maschinenbauer. „Meine Kindheit war eine Schule der Disziplin. Die Firma geht vor – immer, immer, immer“, sagt sie selbst. Ihre Berufung galt damals als Überraschung. Vater Berthold Leibinger gab ihr, die Germanistik, Anglistik und Japanologie studiert hatte, den Vorzug vor dem jüngeren Bruder Peter, Ingenieur, aber von eher zurückhaltendem Wesen. Dem starken Familienband tat dies keinen Abbruch. Heute steht die Mutter von vier Kindern unangefochten an der Unternehmensspitze, der auch Ehemann Mathias Kammüller und Bruder Peter sowie familienfremde Geschäftsführer angehören. Der Ditzinger Maschinenbauer setzt auf absolutes Hightech. Das derzeit populärste Produkt ist der EUV-Laser zur Belichtung der neuesten Chipgeneration, ohne die die aktuellen Geräte von Apple nicht annähernd so leistungsfähig wären. Trumpf erzielt damit inzwischen einen Umsatz von 500 Millionen Euro, Tendenz steigend. „Wir tun auch was dafür“, sagt die Unternehmenschefin – und meint damit die sehr hohe F&E-Quote von fast elf Prozent. Aber es gibt auch Meriten jenseits der Technik. Leibinger-Kammüller hat schon früh für flexible Arbeitszeiten bei Trumpf gesorgt. Frauenquoten mag sie nicht, Frauen fördern schon. Brummt der Laden, verlangt die Chefin allerdings bedingungslosen Einsatz. M. Buchenau

Bauer Media Group
Yvonne Bauer



Bauer Media Group

Die Macht im Haus hat Yvonne Bauer bereits seit 2010, wenn auch, wie in Familienunternehmen schon mal üblich, nicht ganz: Ihre drei Schwestern blieben mit je fünf Prozent beteiligt, und Vater Heinz Bauer, 82, fungiert nach wie vor als persönlich haftender Gesellschafter. Doch an ihr, der 85-Prozent-Teilhaberin, ist es nun, den Verlag in die Zukunft führen. Dafür hat die 44-Jährige, eine studierte Germanistin, die Geschäftsführung neu aufgestellt. Die Transformation der fast 150 Jahre alten Hamburger Bauer Media Group vom klassischen Verlagshaus zum gut diversifizierten Medien-Multibusiness-Konzern soll endgültig gelingen. Aktuelle Werte: 2,1 Milliarden Euro Umsatz, 15.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist zwei Mal europäischer Marktführer: zum einen im Stammgeschäft mit unterhaltenden Zeitschriften („Maxi“, „TV Movie“), das auch in Großbritannien, Frankreich oder den USA läuft, zum anderen im Radio-Geschäft. Letzteres ist die Folge von mehr als 40 Transaktionen. Bisweilen agiert Bauer wie eine Investmentbankerin. Hans-Jürgen Jakobs

Redi School
Anne Kjaer Bathel

Aktueller könnte ihr Appell kaum sein: „Im humanitären Bereich ist Digitalisierung besonders wichtig“, sagt Anne Kjaer Bathel, Gründerin der Redi School of Digital Integration. Sie hilft Geflüchteten bei der Integration in den Arbeitsmarkt – indem sie

ihnen Programmierunterricht vermittelt und sie so zu IT-Fachkräften ausbildet. „Es ist motivierend, Menschen dabei zu helfen, sich zu entwickeln“, sagt Bathel. Gerade in einer Zeit, in der so viele Kriegsflüchtlinge nach Deutschland kommen, seien

Menschen mit Digitalkompetenz gefragt. Besonders Informatiker sind auf dem deutschen Arbeitsmarkt knapp. Im Oktober 2021 waren 28.700 Stellen in IT-Berufen unbesetzt, ergibt eine Analyse des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (Kofa) am IW in Köln. Für diese Stellen gibt es bundesweit keine passend qualifizierten Arbeitslosen. Menschen mit Flucht- und Migrationshintergrund könnten diese Lücken schließen, sagt Bathel. Ihre Idee zur Redi School entstand 2015 in einem Berliner Flüchtlingsheim. Bathel traf dort Mohammed, damals Mitte 20, aus Bagdad, der einen Bachelor in Computer Science hatte. Doch zum Programmieren fehlte der Computer. Bathel wollte helfen, startete einen Aufruf auf Facebook und erhielt Hilfsangebote: Räume, Laptops und Menschen, die unterrichten wollten. 2016 wurde Facebook-Gründer Mark Zuckerberg auf die Schule aufmerksam und spendete 100.000 Euro. Seitdem wächst die Redi School rasant, hat mittlerweile mehr als 6300 Studenten für den deutschen Arbeitsmarkt geschult. Neben dem Karriereprogramm bietet die gebürtige Dänin auch ein Förderprogramm für Gründerinnen an. Bathel kennt die Herausforderungen, denen junge Frauen im Tech-Bereich gegenüberstehen. Ihr persönlicher Lebensweg hilft ihr dabei. Bevor sie vor neun Jahren nach Berlin zog, lebte sie in neun Ländern. „Ich habe gelernt, mit Vielfalt umzugehen“, sagt sie. Beim „Grace Female Accelerator“, einer Initiative zur Förderung angehende Gründerinnen, ist Bathel zudem Mentorin. „Es gibt genug Frauen, die Lust haben zu gründen“, sagt sie, „aber es gibt nicht genug Förderprogramme, die auf Frauen ausgerichtet sind.“ Bathel arbeitet daran, das zu ändern. Hannah Krolle



Redi school

Deutsche Dienstrad
Christina Diem-Puello

Es ist eine wahre Fahrrad-Dynastie, der Christina Diem-Puello entstammt. Schon der Ururgroßvater war Radrennfahrer und gründete eine Firma, die Fahrräder montierte und aus der die Marke Winora hervorging. Ihre Mutter Susanne Puello schuf mit ihrem Mann als Elektropionierin unter anderem den E-Mountainbike-Marktführer Haibike. „In großen Fußstapfen muss man eigene Wege gehen“, sagt Tochter Diem-Puello. Also gründete sie 2020 mit ihrem Mann Maximilian Diem den Leasing-Dienstleister Deutsche Dienstrad GmbH. Der Corona-Fahrradboom sorgte gleich vom Start weg für ordentlich Schub. Deutsche Dienstrad versteht sich dabei als digitale Plattform für nachhaltige Mobilität, wie es in der Finanzbranche die Fintechs sind. Es gibt ein Rundum-sorglos-Paket – mit Versicherung, Inspektionen und Garantieverprechen. Mit ihrer Geschäftsidee liegt die 34-jährige Betriebswirtin im Trend. Mehrere Millionen Diensträder – die Raten zahlen die Beschäftigten aus dem Bruttolohn, oft gibt es vom Arbeitgeber noch etwas dazu – sind inzwischen auf Deutschlands Straßen unterwegs. Marktführer ist allerdings noch der Konkurrent Jobrad. Axel Höpner



Deutsche Dienstrad

Rowe
Alexandra Kohlmann



Rowe

Sie besitzt einen eigenen Rennstall, verantwortet ein Unternehmen mit rund 140 Millionen Euro Umsatz und ist erst 33 Jahre alt: Alexandra Kohlmann führt in zweiter Generation die Rowe Mineralölwerk GmbH aus Worms. Das Unternehmen, das ihr Vater Michael Zehe 1995 gegründet hat, ist mittlerweile einer der größten Schmierstoffhersteller Europas. Seit 2018 führen Vater und Tochter die Firma gemeinsam. Seine Produkte verkauft das Unternehmen in mehr als 80 Länder. Zum Produktsortiment gehören Boots- und Industrieöle ebenso wie Bioschmierstoffe, Frostschutzmittel und Bremsflüssigkeiten. Seit 2011 bringt Rowe sogar ein eigenes Rennauto an den Start, wie zum 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring. Das erfolgreiche Miteinander von Vater und Tochter bei Rowe ist kein Zufall. Die Betriebswirtin promovierte über Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen, engagierte sich im Bereich „Female Leadership“ und Frauenförderung in Verbänden, Vereinen und anderen Netzwerken. 2020 wurde sie mit dem Preis „Erfolgreiche Frauen im Mittelstand“ ausgezeichnet. Das Thema ist ihr wichtig: „Es braucht Vorbilder und mehr Aufmerksamkeit für die Leistungen der Nachfolgerinnen.“ Jakob Schreiber

Right based on science
Hannah Helmke

„Ich empfund seit meiner Kindheit Empörung über so vieles“, beschreibt Hannah Helmke, Gründerin und Chefin des Frankfurter Start-ups Right based on science, ihren Lebensweg. „Ich war wütend, wie wenig die Leute darüber nachdenken, was sie eigentlich tun.“ 2013 kam der Tag, an dem sie einen Weg fand, ihre Wut in sinnvolle Bahnen zu lenken: In einer Univorlesung ging es um eine Studie zum Konzept der CO₂-Blase. Sie zeigte, welche finanziellen und wirtschaftlichen Risiken in den Portfolios großer Institutionen wie Renten- oder Versicherungsunternehmen liegen, weil diese im Erdölsektor oder in besonders energieineffizienten Unternehmen investiert haben. „Da habe ich eine Tür gesehen, eine Möglichkeit, Dinge besser machen zu können“, sagt die 33-Jährige. Da sie keinen Arbeitgeber fand, bei dem sie ihre Visionen durchsetzen konnte, gründete sie mit ihrem Partner ihr Unternehmen, das Investoren oder Immobiliengesellschaften mithilfe einer Software aufzeigt, was sie zur globalen Erwärmung beitragen. Und sie gewinnt Unterstützer. Vergangenes Jahr schloss Right based on science eine Finanzierungsrunde ab, unter anderem mit Beteiligung der GLS Bank und privater Investoren. Kerstin Leitel



right: based on science

Feinkost Steinhaus
Anja Steinhaus-Nafe

Seit 1841 ist sie die erste Frau an der Spitze des Familienunternehmens Steinhaus. Anja Steinhaus-Nafe, 51, leitet den Feinkosthersteller aus Remscheid in fünfter Generation, gemeinsam mit ihrem Ehemann Götz Nafe. Die Wurzeln des Familienbetriebs mit 700 Mitarbeitern liegen in einer Ochsenfleischerei mit Schankwirtschaft. 1972 stieg der Feinkostmetzger in die Großproduktion ein. 1983 brachte Steinhaus die erste frische Pasta in die Tiefkühlregale. 2003 holte der Vater seine jüngste Tochter Anja in den Betrieb. Sie hatte zuvor bei Zentis sowie den Molkereien Müller und Weihenstephan gearbeitet. Im eigenen Unternehmen führte sie eine moderne Führungskultur und viele Innovationen ein. Bei frischer Pasta ist Steinhaus einer der führenden Hersteller in Europa, setzte sich sogar gegen Riesen wie Barilla durch – der Weltmarktführer für Pasta stellte seinen Markttest mit „Frische Pasta“ in Deutschland nach nur zwei Jahren ein. „Frau Steinhaus hat frische Pasta nach vorn gebracht – mit guter Qualität und einem Gespür für internationale Trends“, sagt Klaus Dohle, Chef der Dohle-Gruppe (Hit-Märkte). Sie sei zielorientiert, bodenständig und „immer nah am Kunden dran“. Katrin Terpitz



Steinhaus



plastromayer

Plastro Mayer
Isabel Grupp

In der männerdominierten Kunststoffbranche ist die 36-Jährige eine Ausnahmeerscheinung. „Ich war voller Vertrauen, als mein Vater mich bat, direkt nach dem Studium ins Unternehmen zu kommen“, sagt Isabel Grupp, Chefin von Plastro Mayer. Das ist elf Jahre her. Auch ihr Vater habe einst direkt nach dem Studium im Unternehmen angefangen. In der Anfangszeit hatte Grupp als reine Betriebswirtin immer jemanden aus der Technik an ihrer Seite, wenn sie zu Kunden ging. „Das machte mich unzufrieden.“ Deshalb studierte sie nach ihrem Master in International Business Development noch Verfahrenstechnik. Seit 2015 leitet Grupp mit ihrem Vater Johannes, 67, das Unternehmen mit heute 250 Beschäftigten und 33 Millionen Euro Umsatz. Plastro Mayer fertigt Kunststoffteile im Spritzgussverfahren und Kabelmeterwaren und ist im Geräte- und Werkzeugbau aktiv. Grupp hofft, dass die Kunden – Kächer, Miele und Liebherr zählen dazu – künftig noch mehr Waren aus recyceltem Kunststoff nachfragen. Das Thema Nachhaltigkeit liegt ihr am Herzen, auf den neuen Gebäuden sind bereits Photovoltaikanlagen installiert. Als Landeschefin der Jungen Unternehmer Baden-Württemberg tritt Grupp zudem auf Podien auf und ist als Influencerin aktiv. Anja Müller

Auto Senger
Stefanie Senger

Autos waren für sie schon als Kind nicht bloß Spielzeug. Seit zwei Jahren führt Stefanie Senger nun gemeinsam mit ihrem Bruder die Autohausgruppe Senger im niedersächsischen Rheine. Die hat zuletzt 40.000 Neu- und Gebrauchtwagen der Marken Mercedes und Volkswagen verkauft und damit rund 1,7 Milliarden Euro Umsatz gemacht. Die Übernahme der Geschäftsführung erfolgte im Jahr 2020 über Nacht, nachdem ihr Vater an Corona gestorben war. Durch die Krise kam das Familienunternehmen nach eigener Aussage sehr gut. Die Senger-Gruppe ist digital aufgestellt und konnte auch dank des guten Netzwerks der Verkäufer im Lockdown trotz geschlossener Autohäuser ihre Wagen verkaufen und Dienste wie das Flottenmanagement anbieten. Neben ihrer Tätigkeit als geschäftsführende Gesellschafterin engagiert sich Senger bei der Initiative „Startup Teens“, die sich dafür einsetzt, jungen Menschen unternehmerisches Denken nahezubringen. „Chancengleichheit und Bildung liegen mir sehr am Herzen“, sagt die 33-Jährige. Schließlich habe nicht jedes Kind das Glück, in eine Unternehmerfamilie hineingeboren zu werden. Tanja Kewes



Leedy



B. Braun Melsungen AG

B. Braun Medizintechnik
Anna Maria Braun

Sie führt ein Familienunternehmen, das seit mehr als 180 Jahren besteht. Ohne Innovation wäre der Medizintechnikkonzern B. Braun nicht so alt geworden, davon ist Anna Maria Braun überzeugt. Die 42-jährige Juristin führt das weltweit agierende Unternehmen mit zuletzt 7,86 Milliarden Euro Umsatz in sechster Generation. Schon als Kind wollte Braun Juristin werden, studierte Jura in Washington und arbeitete zwei Jahre als Wirtschaftsanwältin, ehe sie 2009 in das Familienunternehmen aus dem nordhessischen Melsungen eintrat. Seit drei Jahren steht sie nun an dessen Spitze. „Meine Eltern haben immer gesagt: ‚Macht beruflich, was ihr wollt. Aber macht es richtig!‘“, sagte sie einmal im Handelsblatt-Interview. Brauns strategischer Fokus liegt vor allem auf digitalen Innovationen und der Transformation des Traditions-

unternehmens mit mehr als 66.000 Mitarbeitern, damit B. Braun auch künftig in der sich wandelnden Medizintechnik- und Gesundheitswelt wettbewerbsfähig bleibt. „Innovation kann man nicht outsourcen“, sagt sie. Die Innovationskraft müsse aus dem Unternehmen kommen, auch wenn es sich dafür natürlich Impulse von außen holen könne. Wie zuvor ihr Vater Ludwig Georg nutzt Braun ihre Position auch, um sich politisch einzubringen. Damit die deutsche Wirtschaft beim Thema Innovationen weiter mithalten kann, fordert Braun von der Bundesregierung die entsprechenden Rahmenbedingungen: Vor allem eine Bildungsoffensive liegt der dreifachen Mutter am Herzen, damit die in der Pandemie entstandenen Lücken bei den Schülerinnen und Schülern schnell wieder geschlossen werden. Bildung sei essenziell,

um die Wettbewerbsfähigkeit des Hochtechnologiestandorts Deutschland zu erhalten, sagt sie. Zudem brauche die deutsche Wirtschaft eine bessere digitale Infrastruktur. Deutschland müsse bei Forschung und Entwicklung wieder schneller werden. Dass sie die erste Frau an der Spitze ihres Familienunternehmens ist, spielt für Braun persönlich keine Rolle. „Vielleicht liegt das auch daran, dass ich viele Jahre in Asien war, wo das Thema längst nicht so intensiv diskutiert wird wie in Deutschland.“ Dort habe sie schon früh gelernt, dass „es immer gut ist, eine möglichst große Vielfalt im Team zu haben“. Nicht nur, was das Geschlecht angeht. Für ihr eigenes Unternehmen hat sie eine Quote von 20 Prozent für weibliche Führungskräfte unterhalb des Vorstands als Ziel gesetzt. Maika Telgheder