

28.07.2016, 10:58 von Wolfgang Drucker/Chicago  
http://wirtschaftsblatt.at/home/life/dossiers/start\_up/5058888/Gwyneth-Paltrow\_Jeder-will-einen-bremsen?\_vl\_backlink=/home/life/karriere/index.do

## Gwyneth Paltrow: "Jeder will einen bremsen"



Gwyneth Paltrow wie sie nur wenige kennen - als Unternehmerin. / Bild: (c) APA/AFP/GETTY IMAGES/Terry Wyatt

### Was die Schauspielerinnen und Unternehmerinnen Gwyneth Paltrow und Zooey Deschanel zu KMU, Unternehmertum und Selbstvertrauen zu sagen haben überrascht.

**Chicago.** Immer mehr Unternehmen beginnen umzudenken: Anstatt nur auf Wachstum und Gewinn zu schauen, geht es oft auch darum, soziale Probleme zu lösen. „Das nennt man die Giving Economy“, sagt Marc Scheipe, Präsident für Nordamerika des Softwarekonzern Sage. Das Unternehmen hat gerade rund 15.000 Unternehmer zur Firmenmesse nach Chicago eingeladen – der Sage Summit ist damit nach eigenen Aussagen das weltgrößte KMU-Treffen. Neben Verkaufsgesprächen und Softwareschulungen ist da – typisch amerikanisch – auch Platz für Unternehmensbeispiele, die nicht nur auf gute Geschäfte aus sind. Sage hat sich dazu die Schauspielerinnen und Unternehmerinnen Gwyneth Paltrow und Zooey Deschanel eingeladen. Paltrow hat mit ihrem Goop-Newsletter einen Online-Handel für Lifestyle-Produkte aufgebaut, Deschanel hat mit Partnerinnen eine Unterhaltungswebsite für junge Frauen aufgebaut, Helloiggles.com. In Chicago sprechen sie über die ihre Anfänge als Unternehmerinnen, die Kommunikation mit Kunden, und darüber, warum es wichtig ist, an sich selbst zu glauben.

**Marc Scheipe:** *Wie seid Ihr Unternehmerinnen geworden?*

**Zooey Deschanel:** Ich bin keine Geschäftsfrau, aber ich bin kreativ. Ich bin noch ohne Internet aufgewachsen und wollte immer etwas gründen. Jetzt konnten wir gemeinsam eine positive Onlinecommunity starten.

**Gwyneth Paltrow:** Als ich meine Kinder bekam und zu Hause blieb, überlegte ich, was mein Lebenssinn ist. Es war ein langsamer Prozess. In meiner DNS bin ich Schauspielerin, aber unternehmerisch tätig zu sein erfüllt mich. Es war eine sehr aufregende Entwicklung. Goop ist eine E-Commerce-Plattform, bei der wir wollten, dass jede Wahl der Konsumenten zählt. Wir wollten die erste moderne Lifestyle-Marke werden, die von einer digitalen Plattform aus gestartet ist. Aktuell sind wir aber noch dabei zum sogenannten Einhorn zu werden und haben viel Arbeit vor uns. (als Einhörner bezeichnet man Start-ups mit einer Unternehmensbewertung von über einer Milliarde US-\$, Anm.)

**Deschanel:** Helloiggles ist eine positive Community. Als wir angefangen haben gab es kaum eine Plattform, wo man selbst Artikel schreiben konnte. Unsere Teamblogger haben junge Frauen motiviert aktiv zu werden. Zu Beginn hatten wir drei Bloggerinnen.

**Scheipe:** *Wie war es für Euch ein kleines Unternehmen zu starten?*

**Deschanel:** Es dauerte eine Weile, die richtigen Menschen zu finden. Wir hatten viele Meetings und

viele Unterstützer. Ashton Kutcher hat und mit Tipps geholfen. Die Plattform ist langsam gewachsen und nach einer Weile hatten wir das Gefühl, unser Baby ist erwachsen geworden.

Paltrow: Am Anfang gab es nur mich und meine Küche. Ich hatte meinen eigenen Zeitplan und es war mein Geld, dass ich aufs Spiel gesetzt habe. Ich machte damit einen bewussten Karriereschritt und besuchte deshalb auch einen Crashkurs für Unternehmer. Ich habe mir die Frage gestellt, welche Art Unternehmerin ich sein möchte, habe aber auch gelernt, wie man Fundraising macht, oder wie man eine Bilanz liest. Damals wusste ich gar nicht, was ich alles nicht wusste. Jeden Tag frage ich deshalb andere um Rat und lese Bücher. Das ist eine große Herausforderung.

*Scheipe: Eure Projekte sind beide Online-Marken. Ist es hier schwierig, eine Beziehung zu den Kunden und Klicks aufzubauen?*

Deschanel: Wir wollten mit unsere Plattform eine direkte Verbindung zu den Mädchen schaffen. Das geht nur online. Ich denke, es ist eine Herausforderung, die technologischen Fortschritte zu nutzen, ohne den Spirit einer Gemeinschaft zu verlieren.

Paltrow: Bei Goop ist das Publikum sehr organisch gewachsen. Die Leute haben die Seite gefunden und geteilt. Das Schöne am Internet ist der offene Zugang. Es ist so spannend zu sehen, dass unsere Kunden auch sinnstiftend einkaufen wollen. Das geht im Onlinehandel besonders gut. Aber natürlich geht es auch um eine Form der Kommunikation. Online können wir direkt mit den Kunden kommunizieren und unsere Botschaften an die Menschen bringen.

*Scheipe: Ihr habt online Marken aufgebaut, seid aber selbst auch bekannte Marken. Versucht ihr das zu trennen?*

Paltrow: Um den Online-Handel auszubauen und um zu wachsen, muss ich es trennen. Natürlich kann ich einspringen, wenn es für das Marketing notwendig ist. Aber mein Traum ist, dass der Shop von mir als Person getrennt auch funktioniert.

Deschanel: Ich arbeite mit anderen Menschen zusammen. Natürlich nutze ich auch meine persönliche Marke, aber Hellogiggles ist eine jüngere Marke als ich. Die Plattform ist um eine jüngere Version von mir herum gebaut. Was interessiert ein Mädchen mit 13, 15 oder 20 Jahren. Also es geht um mich vor einigen Jahren, aber das bin nicht ich heute.

*Scheipe: Welche Rolle spielen Partnerschaften?*

Deschanel: Geschäftspartner? Man kann nicht allein ein Unternehmen aufbauen und wenn man gute Leute findet, macht einen das besser. Es ist ja echt interessant, wie groß unsere Community geworden ist, wir haben vollkommen altruistisch angefangen. Zu Beginn wollten viele Freunde etwas schreiben und es endete dann als interessante Collage. Also man ist nur so gut, wie die Leute, mit denen man zusammenarbeitet.

Paltrow: Partnerschaften sind ein fundamentaler Teil. Wir arbeiten mit Marken zusammen, die wir lieben und nutzen. Wir stärken uns damit gegenseitig. Eine Partnerschaft ist wie ein Sicherheitsnetz, das schützt und auch zusätzliches Wachstum bringt.

*Scheipe: Wie bringt man sein Unternehmen zum Leben, welche Opfer braucht es?*

Deschanel: Wir wollten die Plattform wachsen lassen, ohne die Vision aus den Augen zu verlieren. Das ist manchmal schwierig, wir wollten schnell wachsen. Aber Time Inc. (der Konzern hat Hellogiggles 2015 übernommen, Anm.) verstand das Ziel. Und sie wollten die Marke ja nicht ändern, sondern übernehmen und größer machen.

*Scheipe: Wie sieht es in der Zukunft aus? Ist ein neues Start-up geplant?*

Deschanel: Ich habe einiges geplant. Gemeinsam mit meinem Mann investieren wir in eine Art biologische Landwirtschaft. Wir wollen frische Lebensmittel zugänglicher machen und nutzen dabei Technologie um den Ertrag in der Landwirtschaft zu erhöhen. Wir wollen das Thema etwas populärer machen.

Paltrow: Unser Ziel ist es, einen positiven Einfluss zu haben und noch viel größer zu werden.

*Scheipe: Das ist also schon sehr langfristig gedacht?*

Paltrow: Ich weiß nicht, ob meine Risikokapitalgeber das auch so sehen.

*Scheipe: Was ist das beste am Unternehmertum?*

Deschanel: Als wir die sogenannten Storytelling-Nächte ins Leben gerufen haben, haben wir gesehen, was die Plattform den Leuten bedeutet. Wir haben viele eingeladen und zu Beginn hatten wir dafür ein Theater mit 99 Plätzen gebucht. Für mich war das ein unglaublicher Moment, hundert Leute mögen

unsere Website. Das war super.

Paltrow: Das sehe ich auch so. Wir leben in einer Zeit, in der man mit den Menschen leicht interagieren kann. Anhand vieler Briefe haben wir gesehen, dass wir die Leute in die richtige Richtung gebracht haben. Das macht einen sehr einflussreich und man geht gerne ins Büro.

*Scheipe: Ist eine Internationalisierung geplant?*

Paltrow: Ein Drittel unserer Kundinnen kommen aus dem Ausland. Wir verschiffen bereits jetzt viele Bestellungen.

Deschanel: Ob die Probleme von Mädchen in anderen Ländern die gleichen sind, kann ich nicht sagen. Aber wenn ich etwas mag, dann mögen es andere Menschen wahrscheinlich auch. Also wir starten nur mit etwas, was uns auch gefällt.

Paltrow: Das ist wahrscheinlich der Grund, warum die Plattform so erfolgreich war.

*Scheipe: Was ist euer Tipp für Unternehmer?*

Deschanel: Man sollte auch seinen eigenen Mut vertrauen und man selbst bleiben. Kunden wissen das zu schätzen.

Paltrow: Das wichtigste ist, jeder will einen bremsen oder einen von seinem Weg abbringen. Deshalb braucht man eine Vision, die man auch selbst lebt. Wenn man an sich glaubt und Misserfolge mit Würde hinnimmt, dann geht auch das Unternehmen voran.