



**Veuve Clicquot**  
**PRIX VEUVE CLICQUOT**  
**FÜR DIE UNTERNEHMERIN**  
**DES JAHRES**

**Astrid Schulte, Geschäftsführende Gesellschafterin, bellybutton International GmbH,  
Hamburg.**

Nominiert als Finalistin für den „Prix Veuve Clicquot für die Unternehmerin des Jahres 2008“.



Astrid Schulte (42) hat sich einen Traum verwirklicht. Trotz – nein, gerade wegen – ihrer drei Kinder ist sie Unternehmerin geworden. Mit Vision, Durchhaltevermögen und sehr viel Spaß hat sie das auf Schwangerschaft und Kinder spezialisierte Unternehmen bellybutton dorthin gebracht, wo es heute steht. Von rund 400.000 DM Umsatz im Jahr 2000 hat sie aus bellybutton eine Erfolgsgeschichte mit rund 7.000.000 Euro Umsatz (2007) und 21 Mitarbeiterinnen gemacht.

Anfangs deutet bei Astrid Schultes klassischer Konzernkarriere nichts auf eine Zukunft als Unternehmerin hin. Das Leben als Marketingexpertin mit 70-80 Wochenstunden scheint der Diplom-Betriebswirtin zwar extrem spannend, aber auch wenig ausgewogen. Im Jahr 2000 wird alles anders: Sie trifft ihren Mann, wird schwanger und beschließt, ihr berufliches Leben zu verändern. Sie zieht von München nach Hamburg und trifft zufällig die bellybutton-Frauen. Die vier prominenten Firmengründerinnen Ursula Karven, Dana Schweiger, Katja Emcke und Annette Bode suchen eine Beraterin für ihr Hamburger Unternehmen, die ein- bis zweimal pro Woche „nach dem Rechten sehen“ soll.

Beim stundenweisen Beraterjob bleibt es nicht: Zu sehr packt es sie, mehr aus diesem kleinen Unternehmen zu machen. Sie wird Partnerin und treibt seit April 2001 als Allein-Geschäftsführerin den Aufbau der Firma konsequent voran. Das Unternehmen ist noch ein „Baby“ – mit einer Teilzeitkraft, einem 20m<sup>2</sup> großen Büro und zehn Handelskunden. Doch Astrid Schulte erkennt das Potenzial: Produkte und Unternehmensphilosophie entsprechen exakt den Bedürfnissen von Schwangeren und Müttern. Wer sollte es auch besser wissen? Denn die fünf Inhaberinnen können sich zusammen über 16 Kinder freuen.

Es geht Schlag auf Schlag. Schulte lanciert die erste wirklich modische und schicke Kleidungskollektion für Schwangere. Sie wird ein Hit, wie auch die Baby- und Kinderkollektion. Schulte bringt den Handel mit hautfreundlichen Pflegeprodukten in Schwung und vergibt Lizenzen für Kinderautositze, Kindermöbel und Kinderwagen. Dabei behält sie die Kernkompetenz von bellybutton im Fokus: Die intensive Kommunikation mit den Kundinnen. Es gelingt ihr, den direkten Kontakt zu den Kundinnen strategisch zu planen und – auf sehr persönliche Art – zu systematisieren. Die Strategie geht auf, nicht zuletzt dank Schultes Mut, auch kritische Phasen durchzustehen, von Cashflowproblemen bis zu Rechtsstreitigkeiten. Alles geht gut, Schulte hat bellybutton zum ideellen und emotionalen Marktführer in seinem Segment gemacht.